

2021-2026年中国保健品行业投资分析及发展战略 研究咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国保健品行业投资分析及发展战略研究咨询报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：https://www.huaon.com/channel/health_products/668202.html

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

保健食品是食品的一个种类，具有一般食品的共性，能调节人体的机能，适用于特定人群食用，但不以治疗疾病为目的。所以在产品的宣传上，也不能出现有效率、成功率等相关的词语。保健食品的保健作用在当今的社会中，也正在逐步被广大群众所接受。

2007-2019年我国保健品行业市场规模从551亿元增长到1779亿元，年复合增长率为10.26%，其中维生素和膳食补充剂占据绝对主导地位，而体重管理及运动营养规模占比相对较小。2018年，三者分别占比91.3%，7.4%，1.3%。随着我国老龄化趋势叠加年轻人保健意识的兴起，保健食品行业的增量天花板已打开，预计2020年我国保健品行业市场规模将达到1948亿元。

2007-2020年我国保健品行业市场规模及增速统计情况

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一部分 保健品行业特性研究

第一章 保健品行业概述

第一节 保健品概述

一、保健品的定义

二、保健品的分类

第二节 保健品行业属性及国民经济地位分析

一、国民经济依赖性

二、经济类型属性

三、行业周期属性

第三节 保健品行业产业链模型分析

一、产业链模型介绍

二、保健品产业链模型分析

第二章 2016-2020年中国保健品行业产业经济发展环境分析

第一节 2016-2020年中国保健品行业产业经济运行环境分析

第二节 2016-2020年中国保健品行业产业政策环境分析

一、保健品行业政策

二、相关产业政策影响分析

三、相关行业十三五发展规划

第三节 2016-2020年中国保健品行业产业社会环境分析

- 一、2016-2020年我国人口结构分析
- 二、2016-2020年教育环境分析
- 三、2016-2020年文化环境分析
- 四、2016-2020年生态环境分析
- 五、2016-2020年中国城镇化率分析
- 第四节 2016-2020年中国保健品行业产业技术环境分析
- 第二部分 保健品行业发展现状研究
- 第三章 2016-2020年世界保健品产业发展态势分析
- 第一节 2016-2020年世界保健品产业发展现状
- 一、世界保健品产业发展历程分析
- 二、世界保健品产业规模分析
- 三、世界保健品产业技术现状分析
- 第二节 2016-2020年世界保健品重点市场运行透析
- 一、美国保健品市场发展分析
- 二、日本保健品市场发展分析
- 三、欧洲国家保健品市场发展解析
- 第三节 2021-2026年世界保健品产业发展趋势分析
- 第四章 2016-2020年中国保健品行业市场发展现状分析
- 第一节 2016-2020年中国保健品行业发展概述
- 一、行业运行特点分析
- 二、行业主要品牌分析
- 三、产业技术分析
- 第二节 2016-2020年中国保健品行业发展存在问题分析
- 第三节 2016-2020年中国保健品行业发展应对策略分析
- 第五章 2016-2020年中国保健品行业供需分析
- 第一节 中国保健品产品供给分析
- 一、保健品行业总体产能规模
- 二、保健品行业生产区域分布
- 三、中国保健品细分产品市场分析
- 四、供给影响因素分析
- 第二节 中国保健品行业市场需求分析
- 一、2016-2020年中国保健品行业市场需求量分析
- 二、区域市场分布
- 三、下游需求构成分析
- 第六章 2016-2020年中国保健品所属行业经济运行情况分析

第一节 保健品所属行业规模情况分析

- 一、行业单位规模情况分析
- 二、行业资产规模状况分析
- 三、行业收入规模状况分析
- 四、行业利润规模状况分析

第二节 保健品所属行业结构和成本分析

- 一、销售收入结构分析
 - 1、不同类型分析
 - 2、不同所有制分析
- 二、成本和费用分析

第三节 保健品所属行业财务能力分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第七章 2016-2020年中国保健品所属行业进出口分析

第一节 2016-2020年保健品所属行业进口分析

- 一、2016-2020年保健品进口总额
- 二、2016-2020年保健品进口总量

第二节 2016-2020年保健品所属行业出口分析

- 一、2016-2020年保健品出口总额
- 二、2016-2020年保健品出口总量

第三节 2016-2020年保健品所属行业进出口格局分析

- 一、2016-2020年保健品出口格局
- 二、2016-2020年保健品进口格局

第四节 2016-2020年保健品所属行业进出口价格走势分析

- 一、2016-2020年保健品进口价格走势
- 二、2016-2020年保健品出口价格走势

第八章 2016-2020年保健品技术发展分析

第一节 国外保健品技术发展趋势与水平分析

第二节 中国保健品技术发展分析

- 一、保健品的构造特点
- 二、国内保健品的技术水平

第三节 中国保健品技术发展趋势

- 一、自主创新、提高我国保健品技术水平

二、我国保健品技术未来发展之路

第九章 2016-2020年中国保健品行业竞争状况分析

第一节 2016-2020年中国保健品行业竞争力分析

一、中国保健品行业要素成本分析

二、品牌竞争分析

三、技术竞争分析

第二节 2016-2020年中国保健品行业市场区域格局分析

一、重点生产区域竞争力分析

二、市场销售集中分布

目前，我国保健品行业的销售渠道主要为直销、线上、药店和商超，其中直销为主要销售渠道，占比达到47.3%，线上销售占比为31.9%，药店销售占比为18.3%，商超销售占比为2.5%。

我国保健品销售渠道结构占比统计情况

三、国内企业与国外企业相对竞争力

第三节 2016-2020年中国保健品行业市场集中度分析

一、行业集中度分析

二、企业集中度分析

第四节 中国保健品行业五力竞争分析

一、“波特五力模型”介绍

二、行业“波特五力模型”分析

(1) 行业内竞争

(2) 潜在进入者威胁

(3) 替代品威胁

(4) 供应商议价能力分析

(5) 买方侃价能力分析

第五节 2016-2020年中国保健品产业提升竞争力策略分析

第十章 2016-2020年中国保健品所属行业区域市场分析

第一节 2016-2020年中国保健品所属行业区域市场结构分析

第二节 2016-2020年中国保健品所属行业区域市场发展情况分析

一、华北地区

二、东北地区

三、华东地区

四、中南地区

五、西南地区

六、西北地区

第三部分 保健品行业产业链分析

第十一章 2016-2020年中国保健品上游行业研究分析

第一节 2016-2020年中国保健品上游行业一研究分析

一、2016-2020年中国保健品上游行业一市场状况分析

二、2016-2020年保健品上游行业一供应情况分析

三、(HJ 327) 2020年中国保健品上游行业一生产商情况

四、2021-2026年中国保健品上游行业一发展趋势分析

第二节 2016-2020年中国保健品上游行业二研究分析

一、2016-2020年中国保健品上游行业二市场状况分析

二、2016-2020年保健品上游行业二供应情况分析

三、2016-2020年中国保健品上游行业二生产商情况

四、2021-2026年中国保健品上游行业二发展趋势分析

第十二章 2016-2020年中国保健品下游需求情况分析

第一节 2016-2020年中国保健品下游行业一市场研究分析

一、2016-2020年中国保健品下游行业一市场分析

二、2016-2020年中国保健品下游行业一需求情况分析

三、2016-2020年中国保健品下游行业一主要需求商分析

四、2021-2026年中国保健品下游行业一市场发展趋势分析

第二节 2016-2020年中国保健品下游行业二市场研究分析

一、2016-2020年中国保健品下游行业二市场分析

二、2016-2020年中国保健品下游行业二需求情况分析

三、2016-2020年中国保健品下游行业二主要需求商分析

四、2021-2026年中国保健品下游行业二市场发展趋势分析

第四部分 保健品行业企业竞争力分析

第十三章 我国保健品主要企业分析

第一节 健康元药业集团股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第二节 江苏隆力奇生物科技股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第三节 北京双鹭药业股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第四节 山东东阿阿胶股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第五节 哈药集团有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第五部分 保健品行业未来市场前景展望、投资策略研究

第十四章 2021-2026年中国保健品行业发展趋势预测分析

第一节 2021-2026年中国保健品行业前景展望

一、保健品的研究进展及趋势分析

二、保健品价格趋势分析

第二节 2021-2026年中国保健品行业市场预测分析

一、保健品市场供给预测分析

二、保健品需求预测分析

三、保健品竞争格局预测分析

第三节 2021-2026年中国保健品行业市场盈利预测分析

第十五章 2021-2026年中国保健品行业投资和风险预警分析

第一节 2021-2026年保健品行业发展环境分析

第二节 2021-2026年保健品行业投资特性分析

一、2021-2026年中国保健品行业进入壁垒

二、2021-2026年中国保健品行业盈利模式

三、2021-2026年中国保健品行业盈利因素

第三节 2021-2026年保健品行业投资风险分析

一、2021-2026年中国保健品行业政策风险

二、2021-2026年中国保健品行业技术风险

三、2021-2026年中国保健品行业供求风险

四、2021-2026年中国保健品行业其它风险

第四节 2021-2026年中国保健品行业投资机会

一、2021-2026年中国保健品行业最新投资动向

二、2021-2026年中国保健品行业投资机会分析

第十六章 2021-2026年中国保健品行业发展策略及投资建议

第一节 保健品行业发展策略分析（AK LXR）

- 一、坚持产品创新的领先战略
- 二、坚持品牌建设的引导战略
- 三、坚持工艺技术创新的支持战略
- 四、坚持市场营销创新的决胜战略
- 五、坚持企业管理创新的保证战略

第二节 保健品行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第十七章 2021-2026年保健品行业投资建议

图表目录：

图表2016-2020年我国国内生产总值及增长速度分析

图表2016-2020年全部工业增加值及其增长速度

图表2020年主要工业产品产量及其增长速度

图表2020年规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表2016-2020年建筑业增加值及其增长速度

图表2016-2020年粮食产量及其增长速度

图表2016-2020年全社会固定资产投资及增长速度

图表2020年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度

图表2016-2020年社会消费品零售总额及其实际增长速度

图表2020年货物进出口总额及其增长速度

更多图表见正文.....

详细请访问：https://www.huaon.com/channel/health_products/668202.html