

# 2020-2025年中国保健食品行业市场前景预测及投资战略研究报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国保健食品行业市场前景预测及投资战略研究报告》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/detail/519229.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

保健食品亦称功能性食品。一个特定的食品种类。它具有调节人体功能的作用，但不以治疗疾病为目的，适于特定人群食用。

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：

### 第一章 保健食品的相关概述

#### 第一节 保健食品的定义

- 一、何为保健品
- 二、保健食品的定义
- 三、保健食品的功用
- 四、保健食品与一般食品的区别
- 五、保健食品与药品的区别

#### 第二节 保健食品的外延

#### 第三节 保健食品的分类

- 一、原料来源分类
- 二、产品剂型分类
- 三、保健品功能分类
- 四、批准文号分类

### 第二章 2019年全球保健食品所属行业运行状况分析

#### 第一节 2019年全球保健食品所属行业发展综述

- 一、全球保健食品行业发展阶段分析
- 二、全球保健食品行业发展特点分析
- 三、全球保健食品市场分析

#### 第二节 2019年全球主要国家各类保健食品市场分析

- 一、机能性食品 ( functional foods )
- 二、补充品 ( supplements )

#### 第三节 2019年全球主要国家保健食品行业发展情况分析

- 一、美国

二、日本

三、欧洲

四、其它新兴经济体----韩国、新加坡

第四节 2019年全球主要国家保健食品厂商分析

一、厂商介绍

二、企业并购活动

第五节 2020-2025年全球保健食品行业发展前景展望分析

一、老龄人口增加医疗保健费用的支出

二、慢性疾病成为预防医学的首要目标

三、自我照护（self-care）意识抬头

四、法规管理趋于严格

五、肥胖（Obesity）成为全球流行病之一

六、个人化营养学（personalized nutrition）兴起

第三章 2019年中国保健食品行业运行环境分析

第一节 2019年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、城乡居民家庭人均可支配收入分析

三、人民币升值分析

第二节 2019年中国保健食品产业发展政策环境分析

一、GMP认证

二、卫生部门行业管理

三、国家食品药品监督管理局管理

四、其他部门的管理

五、国外政策对中国环境的影响

第三节 2019年中国保健食品行业发展社会环境分析

一、生活水平提高----更加关注健康

二、科技发展、推动保健食品研发

第四章 2019年中国保健食品所属行业运行形势分析

第一节 2019年中国保健食品所属行业发展综述

一、功能结构不尽合理

二、迅速崛起飞快没落、波动较大

三、虚假宣传误导消费

四、产品百花齐放

## 五、质量水平参差不齐

### 第二节 2019年中国保健食品市场行业发展存在的问题分析

- 一、科技投入不足
- 二、广告宣传泛滥，知名度高，美誉度低
- 三、质量把关不严，伪劣产品现象严重
- 四、保健食品业管理混乱
- 五、保健食品行业诚信度极度危机
- 六、我国保健食品企业规模小，竞争力弱

### 第三节 2019年中国保健食品行业的对策措施探讨

## 第五章 2019年中国保健食品所属行业供给态势分析

### 第一节 2019年中国保健食品所属行业现状分析

- 一、市场总体规模
- 二、企业投资规模及地域分布
- 三、保健品年产能分析

### 第二节 2019年中国保健食品供给种类

- 一、主要产品概况
- 二、保健食品形态

### 第三节 2019年中国保健食品进出口贸易分析

### 第四节 2019年中国其他行业涉足保健食品行业对供给的影响

- 一、一般食品业
- 二、药品行业
- 三、保健食品与一般食品、药品的区别

## 第六章 2019年中国保健食品市场消费者需求态势分析

### 第一节 2019年中国保健食品消费者调查分析

- 一、消费者偏好
- 二、消费者收入
- 三、保健食品功能特性

### 第二节 2019年中国保健食品市场品牌分析

- 一、保健食品市场最受关注十大品牌
- 二、保健食品市场品牌市场占有率

### 第三节 2019年中国保健食品需求结构调查分析

- 一、城乡需求结构
- 二、不同群体需求结构

### 三、地域差异

### 四、各线城市差异

## 第七章 2019年中国保健食品产品种类市场运行局势分析

### 第一节 2019年中国减肥类保健食品分析

#### 一、减肥茶

#### 二、减肥胶囊

### 第二节 2019年中国“改善皮肤水份”功能保健食品市场概况

#### 一、市场情况

#### 二、产品情况

### 第三节 2019年中国抗辐射功能保健食品市场概况

#### 一、市场现状

#### 二、常见的抗辐射中草药

#### 三、抗辐射的保健食品的主要成分

### 第四节 补血类保健食品市场分析

#### 一、市场概述

#### 二、消费群体调查

#### 三、产品、价格

##### 1、产品

##### 2、价格

### 第五节 补脑类保健品产品市场分析

## 第八章 2019年中国保健食品市场营销策略分析

### 第一节 中国保健品主要品牌营销策略回顾

#### 一、太阳神---CI理念的先行者

#### 二、三株---人海战术的先驱

#### 三、脑白金---礼品概念的最大赢家

#### 四、红桃K---农村市场战略的胜利者

#### 五、太太---创新守住女人阵地

#### 六、安利纽崔莱---科技驱动、明星领跑

### 第二节 2019年中国保健品的主要销售渠道分析

### 第三节 2019年中国保健食品营销经典案例分析

#### 一、脑白金----恶俗广告托起巨人

#### 二、安利-纽崔莱---直销加品牌，跑出行业领军

#### 三、三株---遍地开花、未迎来瓜熟蒂落

## 第九章 2019年中国保健食品行业市场竞争格局分析

### 第一节 2019年中国保健食品市场竞争特征分析

#### 一、保健品细分市场形成

#### 二、市场集中度不断加剧、有走向寡头垄断的趋势

### 第二节 2019年中国保健食品市场竞争格局综述

#### 一、保健食品市场集中度分析

#### 二、保健食品市场竞争程度

### 第三节 2019年中国保健食品行业国际竞争者的影响

#### 一、中国保健食品企业的SWOT分析

#### 二、国际保健食品企业的SWOT分析

### 第四节 2019年中国保健食品行业竞争存在的问题分析

## 第十章 中国保健食品行业重点企业透析

### 第一节 完美（中国）日用品有限公司

#### 一、公司简介

#### 二、公司主要财务及主要指标分析

#### 三、公司竞争力分析

#### 四、公司未来战略分析

### 第二节 苏州东瑞制药有限公司

#### 一、公司简介

#### 二、公司主要财务及主要指标分析

#### 三、公司竞争力分析

#### 四、公司未来战略分析

### 第三节 宝健（中国）日用品有限公司

#### 一、公司简介

#### 二、公司主要财务及主要指标分析

#### 三、公司竞争力分析

#### 四、公司未来战略分析

### 第四节 南京中脉科技发展有限公司

#### 一、公司简介

#### 二、公司主要财务及主要指标分析

#### 三、公司竞争力分析

#### 四、公司未来战略分析

### 第五节 卫材（苏州）制药有限公司

## 一、公司简介

## 二、公司主要财务及主要指标分析

## 三、公司竞争力分析

## 四、公司未来战略分析

### 第六节 苏州市郎力福保健品有限公司

#### 一、公司简介

#### 二、公司主要财务及主要指标分析

#### 三、公司竞争力分析

#### 四、公司未来战略分析

### 第七节 上海交大昂立股份有限公司

#### 一、公司简介

#### 二、公司主要财务及主要指标分析

#### 三、公司竞争力分析

#### 四、公司未来战略分析

### 第八节 长沙王中华生物技术有限公司

#### 一、公司简介

#### 二、公司主要财务及主要指标分析

#### 三、公司竞争力分析

#### 四、公司未来战略分析

### 第九节 北京知蜂堂蜂产品有限公司

#### 一、公司简介

#### 二、公司主要财务及主要指标分析

#### 三、公司竞争力分析

#### 四、公司未来战略分析

### 第十节 岳阳市本草生物工程有限公司

#### 一、公司简介

#### 二、公司主要财务及主要指标分析

#### 三、公司竞争力分析

#### 四、公司未来战略分析

## 第十一章 2020-2025年中国保健食品行业趋势预测分析

### 第一节 2020-2025年中国保健食品行业趋势分析

#### 一、保健食市场将进一步扩大

#### 二、新资源、高技术、方便剂型的保健食品将成为主流

#### 三、功能更加多样化，单品种功能趋向专一化

## 第二节 2020-2025年中国保健食品需求预测分析

- 一、保健食品的功能更加专一
- 二、“边缘”保健食品异军突起
- 三、新资源保健食品受宠
- 四、基因食品将成为未来保健食品主流
- 五、软胶囊、口服液成为产品包装趋势
- 六、西部战略大转移

## 第三节 2020-2025年中国保健食品行业盈利预测分析

## 第十二章 2020-2025年中国保健食品行业投资机会与风险分析

### 第一节 2020-2025年中国保健食品行业投资环境分析

- 一、政府的重视和支持是行业发展的永动力
- 二、中国天然食补的保健传统是行业发展的原动力
- 三、人口众多，逐步进入老年社会是行业发展的持续增长力

### 第二节 2020-2025年中国保健食品行业投资机会分析

- 一、市场需求越来越大
- 二、信誉重整
- 三、科学的力量规范市场

### 第三节 2020-2025年中国保健食品行业投资风险分析

- 一、市场竞争风险
- 二、技术风险
- 三、外资进入风险
- 四、进出口壁垒

## 第十三章 贸易战对保健食品产业的影响及企业应对策略分析

### 第一节 贸易战对保健食品产业的影响

- 一、金融业与保健食品产业的关系
- 二、当前贸易战对全球保健食品产业的影响
- 三、当前贸易战对中国的影响
- 四、次贷危机对中国保健食品行业的影响
- 五、次贷危机对中国保健食品企业发展的影响
- 六、中国保健食品产业当前政策与贸易战的关系

### 第二节 中国保健食品产业应对贸易战的主要策略探讨

- 一、政策角度
- 二、上、下游市场角度

### 三、企业管理角度

### 四、中国保健食品产业应对贸易战的主要策略评价

#### 第三节建议

图表目录：

图表 1 保健品与食品、药品的区别

图表 2 2015-2019年全球保健食品市场规模发展趋势

图表 3 全球各地区保健食品市场概况

图表 4 美国机能性食品市场（依保健功能区分）

图表 5 2019年保健食品产业并购与联盟活动

图表 6 全球老龄化人口趋势

图表 7 2019年全球主要死亡原因

图表 8 2020-2025年美国地区施行预防医学可节省的成本

图表 9 消费者对各保健功能食品或饮品的认同程度

图表 10 消费者对各保健功能食品或饮品的消费态度

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/519229.html>