

2015-2020年中国功能食品 行业市场分析及投资前景评估报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2015-2020年中国功能食品行业市场分析及投资前景评估报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201509/126052.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

功能食品有特殊的生理效应，它的主要成分是常量营养素；功能食品更多的是作为日常膳食补充剂摄入，它的基本成分是微量营养素。功能食品也能以如下食品成分的形式呈现出来：一些是有一定营养功能但却不是人体所必需的成分的食品（如某些低聚糖）；另一些甚至是什么营养价值也没有的食品（如活微生物和植物化学品）。实际上真正既能补充营养元素（如新陈代谢所需要的营养），又兼具享受功能的是我们每日的膳食，它既能调解消费者的身体机能，又能减少他们患病的危险。

我国定义功能食品是指具有营养功能、感觉功能和调节生理活动功能的食品。它的范围包括：增强人体体质（增强免疫能力，激活淋巴系统等）的食品；防止疾病（高血压、糖尿病、冠心病、便秘和肿瘤等）的食品；恢复健康（控制胆固醇、防止血小板凝集、调节造血功能等）的食品；调节身体节律（神经中枢、神经末梢、摄取与吸收功能等）的食品和延缓衰老的食品，具有上述特点的食品，都属于功能食品。

报告目录：

第一章 中国功能食品行业发展综述 15

1.1 功能食品定义及分类 15

1.1.1 功能食品的定义 15

（1）功能食品 15

（2）保健食品 15

（3）两者的区别与联系 15

（4）功能食品特征 16

1.1.2 功能食品分类 17

（1）按功能分类 17

（2）按产品分类 20

1.1.3 本报告功能食品研究类别 21

1.2 行业发展规模历程与现状 22

1.2.1 中国功能食品行业的发展演变过程 22

1.2.2 中国现代功能食品行业发展过程 23

（1）起步阶段 23

（2）成长阶段 23

- (3) 信任危机阶段 24
- (4) 复兴阶段 24
- 1.3 功能食品研究成果和动向分析 24
 - 1.3.1 功能食品中的主要功能因子分类 24
 - 1.3.2 我国功能食品的研究动向 25

第二章 中国功能食品行业发展环境分析 28

- 2.1 行业技术环境分析 28
 - 2.1.1 营养学及生物技术的发展 28
 - (1) 营养学发展现状 28
 - (2) 生物技术发展现状 29
 - 2.1.2 高新食品加工技术的发展 29
 - (1) 高新技术在杀菌工艺中的应用 30
 - (2) 高新技术在食品加工中的应用 31
- 2.2 行业社会环境分析 33
 - 2.2.1 人口老龄化现象加剧 33
 - 2.2.2 现代人亚健康现象普遍 35
 - 2.2.3 消费者膳食营养意识的建立 35
- 2.3 行业经济环境分析 36
 - 2.3.1 宏观经济增长对行业发展的影响分析 36
 - 2.3.2 居民消费观念对行业发展的影响分析 42
- 2.4 行业政策环境分析 43
 - 2.4.1 各国功能食品政策 43
 - (1) 美国 44
 - (2) 欧洲 45
 - (3) 中国大陆 45
 - 2.4.2 我国功能食品政策 46

第三章 中国功能食品行业发展状况分析 48

- 3.1 中国功能食品的发展现状 48
 - 3.1.1 功能食品行业发展现状 48
 - (1) 行业需求规模分析 48

- (2) 行业企业数量分析 49
- (3) 行业产品结构分析 50
- 3.1.2 中国功能食品行业现状及特征 51
- 3.1.3 中国功能食品行业的监管体系 52
- 3.2 功能食品行业产业链分析 53
- 3.2.1 功能食品行业产业链简介 53
- 3.2.2 功能食品行业上游行业分析 54
 - (1) 功能性食品添加剂及配料行业发展分析 54
 - (2) 中药材行业发展情况分析 55
 - (3) 中草药提取物行业发展分析 56
- 3.2.3 功能食品行业下游流通领域分析 57
 - (1) 中国零售行业发展状况分析 57
 - (2) 中国居民消费状况分析 58
- 3.3 行业发展趋势和前景分析 61
- 3.3.1 功能食品行业发展趋势 61
 - (1) 功能食品发展趋势 61
 - (2) 功能食品配料发展趋势 62
- 3.3.2 功能食品行业发展潜力与前景分析 62

第四章 中国功能食品行业市场竞争状况分析 64

- 4.1 行业总体市场竞争状况分析 64
- 4.2 行业国际市场竞争状况分析 65
- 4.2.1 国际功能食品市场发展状况 65
 - (1) 美国功能食品市场的发展现状 65
 - (2) 日本功能食品市场的发展现状 65
 - (3) 欧洲功能食品市场的发展现状 65
- 4.2.2 国际功能食品市场发展趋势分析 65
- 4.2.3 跨国公司在中国市场的投资布局 67
 - (1) 安利 67
 - (2) 康宝莱 67
 - (3) 如新 68
- 4.2.4 跨国公司在中国的竞争策略分析 69

- (1) 从单纯的产品营销, 转向全方位营销 69
- (2) 坚守直销策略, 集中优势资源, 建立牢不可破的战略区域市场 69
- (3) 建立市场联销体系, 掌控渠道, 实现多赢的合作伙伴关系 71
- (4) 打造企业客户顾问, 实现与经销商及顾客的深度沟通 72
- 4.2.5 国际竞争推动国内行业市场发展 73
- 4.3 行业国内市场竞争状况分析 74
- 4.3.1 国内功能食品行业竞争格局分析 74
- 4.3.2 上下游议价能力分析 75
 - (1) 上游议价能力分析 75
 - (2) 下游议价能力分析 76
- 4.3.3 替代品威胁分析 76
- 4.3.4 潜在进入者威胁分析 76

第五章 中国功能饮料类产品市场分析 78

- 5.1 功能饮料市场 78
- 5.1.1 功能饮料概述 78
 - (1) 功能饮料的定义 78
 - (2) 功能饮料的分类 78
- 5.1.2 功能饮料的发展概况 79
 - (1) 全球功能饮料的发展现状 79
 - (2) 中国饮料行业的发展现状及趋势 80
- 5.1.3 中国功能饮料市场分析 82
 - (1) 国内市场的功能饮料品牌及其诉求点分析 82
 - (2) 功能饮料的典型营销案例分析 84
- 5.2 保健酒市场 86
- 5.2.1 保健酒市场的发展现状分析 86
 - (1) 保健酒的定义及发展沿革 86
 - (2) 国内保健酒市场的发展现状 87
 - (3) 保健酒的相关政策分析 88
- 5.2.2 主要保健酒品牌的竞争策略分析 89
 - (1) 定位策略 89
 - (2) 产品策略 90

- (3) 分销策略 91
- (4) 广告、宣传、促销策略 92
- 5.2.3 保健酒的目标消费者分析 93
 - (1) 中老年消费者的消费特征及其功能诉求分析 93
 - (2) 青年消费者的消费特征及其功能诉求分析 93
 - (3) 男性消费者的消费特征及其功能诉求分析 94
 - (4) 女性消费者的消费特征及其功能诉求分析 94
- 5.2.4 保健酒市场的发展趋势 95
- 5.3 保健茶市场 97
 - 5.3.1 茶饮市场发展分析 97
 - 5.3.2 保健茶市场的发展现状及竞争格局 98
 - 5.3.3 保健茶的分销渠道分析 99
 - (1) 综合型大卖场 99
 - (2) 专营型精品店 99
 - (3) 药品零售店 100
 - 5.3.4 保健茶市场的前景预测 100

第六章 中国功能食品类产品市场分析 102

- 6.1 功能性糖果市场 102
 - 6.1.1 功能糖果概述 102
 - (1) 功能糖果的定义 102
 - (2) 功能糖果主要品类分析 102
 - 6.1.2 国内糖果市场与消费情况的分析 102
 - (1) 中国糖果行业发展现状 103
 - (2) 不同档次的糖果市场分析 103
 - (3) 不同品类的糖果市场分析 104
 - (4) 国内的糖果品牌与种类分析 106
 - 6.1.3 功能性糖果的市场分析 107
 - (1) 功能性糖果的主要种类 107
 - (2) 不同种类的功能性糖果市场分析 108
 - (3) 功能性糖果的典型营销案例分析 113
 - (4) 功能性糖果的前景预测 115

6.2 功能性食用油市场	116
6.2.1 功能性食用油概述	116
(1) 功能性食用油的定义	116
(2) 功能性食用油的分类	116
(3) 功能性食用油中的主要功能性配料	117
6.2.2 功能性食用油的发展概况	117
(1) 全球功能性食用油的发展现状	117
(2) 功能性食用油的研究方向	118
6.2.3 中国功能性食用油市场分析	118
(1) 国内食用油市场发展现状概述	118
(2) 中国功能性食用油的发展现状	121
(3) 国内市场的功能性食用油品牌及其诉求点分析	122
6.3 功能性烘焙食品市场分析	123
6.3.1 全球功能性烘焙食品的发展现状	123
6.3.2 国内功能性烘焙食品的发展现状	123
6.3.3 功能性烘焙食品的主要功能性配料	124
6.3.4 目前国内主要的功能性烘焙食品品牌及其诉求	125
6.4 蜂产品市场	126
6.4.1 蜂产品市场现状分析	126
(1) 渠道	126
(2) 产能	126
(3) 质量	127
(4) 品牌	127
6.4.2 蜂产品市场前景预测	127
6.5 功能性冰激凌市场	128
6.5.1 功能性冰激凌的种类	128
6.5.2 国内冷冻饮品市场的发展现状及其趋势	130
第七章 功能食品行业主要企业生产经营分析	132
7.1 福建雅客食品有限公司经营情况分析	132
7.1.1 企业发展简况分析	132
7.1.2 企业产品结构及新产品动向	132

7.1.3 企业销售渠道与网络	133
7.1.4 企业产销能力分析	134
7.1.5 企业盈利能力分析	134
7.1.6 企业运营能力分析	135
7.1.7 企业偿债能力分析	136
7.1.8 企业发展能力分析	136
7.1.9 企业经营状况优劣势分析	137
7.1.10 企业最新动态	137
7.2 冠生园(集团)有限公司经营情况分析	137
7.2.1 企业发展简况分析	137
7.2.2 企业产品结构	138
7.2.3 企业销售渠道与网络	139
7.2.4 企业经营状况优劣势分析	139
7.2.5 公司下属企业经济指标分析	140
(1) 上海冠生园蜂制品有限公司	140
(2) 上海冠生园华佗酿酒有限公司	142
(3) 上海冠生园华光酿酒药业有限公司	145
(4) 上海冠生园食品有限公司	148
7.3 浙江绍兴东灵保健食品有限公司经营情况分析	151
7.4 海南椰岛(集团)股份有限公司经营情况分析	155
7.5 汪氏蜂业集团经营情况分析	162

图表目录：

图表1 功能食品与保健食品的区别与联系	16
图表2 历次保健功能范围公布或调整情况一览表	19
图表3 我国功能食品健康声称列表	20
图表4 功能食品按消费群体分类	21
图表5 中国功能食品的演变示意图	22
图表6 中国功能食品行业经历的发展阶段	23
图表7 2010-2015年中国65岁以上人口数及增长趋势(单位:万人,%)	33
图表8 2010-2015年中国65岁以上人口比重及增长趋势(单位:%)	34
图表9 2011-2015年国内生产总值同比增长速度(单位:%)	36

图表10 2011-2015年国内规模以上工业增加值增速(月度同比)(单位:%) 38

图表11 2011-2015年国内社会消费品零售总额增速(月度同比)(单位:%) 38

图表12 2011-2015年国内居民消费价格同比上涨情况(单位:%) 40

图表13 2011-2015年国内工业生产者出厂价格同比涨跌情况(单位:%) 40

图表14 2011-2015年国内城镇居民人均可支配收入实际增长速度(单位:%) 41

图表15 2011-2015年国内农村居民人均收入实际增长速度(单位:%) 42

图表16 各国功能食品重要法律规范 43

图表17 国内功能食品行业重要监管政策 47

图表18 2013-2015年功能食品市场规模(单位:亿元) 48

图表19 2013-2015年中国功能食品出口情况表(单位:亿美元) 49

图表20 2015年中国规模以上功能食品制造企业的规模结构 49

图表21 2015年中国功能食品制造企业在册产品结构图(按保健功能)(单位:%) 50

图表22 2015年中国功能食品在册产品结构图(按产品形态) 50

图表23 2015年国内前12位功能食品企业销售额排名 51

图表24 功能食品行业产品注册监管示意图 52

图表25 功能食品行业产业链示意图 53

图表26 我国第五次和第六次人口普查年龄结构图 58

图表27 我国77种药食两用中药明细 61

图表28 2013-2015年中国功能食品行业规模以上企业按企业性质比重图(单位:%) 64

图表29 全球功能食品市场走势图(单位:百万美元) 66

图表30 全球老龄化人口趋势(单位:百万人) 66

图表31 如新在华投资情况 68

图表32 中国功能食品规模以上生产企业的性质结构图(单位:%) 74

图表33 2015年国内前5位功能食品企业销售额排名 75

图表34 功能食品行业上游议价能力分析 75

图表35 功能性饮料市场占比情况(单位:%) 80

图表36 近年来功能型饮料行业规模及增长情况(单位:亿元, %) 81

图表37 2015年济南市保健酒消费群体占比(单位:%) 94

图表38 国内主要糖果品牌及产品种类 107

图表39 国内主要功能性糖果的种类与特点 107

图表40 2013-2015年我国植物油产量(单位:万吨) 119

图表41 中国食用油行业消费量变化趋势(单位:万吨, %) 119

- 图表42 我国人均年食用油消费量(单位:千克) 120
- 图表43 福建雅客食品有限公司基本信息表 132
- 图表44 福建雅客食品有限公司的产品结构框架 132
- 图表45 2013-2015年福建雅客食品有限公司产销能力分析(单位:万元) 134
- 图表46 2013-2015年福建雅客食品有限公司盈利能力分析(单位:%) 135
- 图表47 2013-2015年福建雅客食品有限公司运营能力分析(单位:次) 135
- 图表48 2013-2015年福建雅客食品有限公司偿债能力分析(单位:% , 倍) 136
- 图表49 2013-2015年福建雅客食品有限公司发展能力分析(单位:%) 136
- 图表50 福建雅客食品有限公司优劣势分析 137
- 图表51 冠生园(集团)有限公司基本信息表 138
- 图表52 冠生园集团有限公司优劣势分析 139

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201509/126052.html>