

2021-2027年中国保健食品 产业发展现状与投资前景预测报告

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

《2021-2027年中国保健药品产业发展现状与投资前景预测报告》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/202103/207672.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

线上、线下消费人群存在明显错位，传统渠道消费人群以中老年人为主，线上渠道以青年人为主。因此不同渠道 top 品类上存在明显差异，线下渠道以蛋白分类，钙类、维生素类、清肠类为主导。从品牌来看，2017 年城市零售药店 top20 产品中，汤臣倍健 7 个产品上榜，其子公司广州佰健 3 个产品上榜。可见，在传统药店终端，汤臣倍健具有优势主导地位。

保健品在药店渠道 8%-10%的营收占比一直是行业主流，毛利率水平在 50%-70%，贡献了 14%-18%的毛利。对比来看，中西成药品的毛利率只有 34%-35%。可见，保健品业务在药店属于典型的“高毛利驱动”品类。 连锁药店保健品业务财务数据

药店

保健品营收

保健品营收占比

保健品毛利率

药品毛利率

保健品毛利

大参林

5.49亿

8.74%

68.88%

35.50%

14.98%

益丰药房

2.98亿

10.46%

61.59%

34.33%

16.42%

一心堂

6.26亿

8.11%

/

/

/

药店渠道是汤臣倍健的传统优势渠道，2018Q1-Q3 药店渠道营收占比为 74%。医保 管控趋严对公司的药店渠道保健品销售主要有三方面影响：1）转化为现金购买；2）转化为线上渠道购买；3）不继续购买。 医保趋严对汤臣倍健短期影响测算

药店渠道销售占比

医保支付比例

医保支付占总营收比重

无法转

购买比例

对收入端影响

汤臣倍健

70%+

<20%

15%

50%

7.5% 中企顾问网发布的《2021-2027年中国保健药品产业发展现状与投资前景预测报告》共十妨章。首先介绍了中国保健药品行业市场发展环境、保健药品整体运行态势等，接着分析了中国保健药品行业市场运行的现状，然后介绍了保健药品市场竞争格局。随后，报告对保健药品做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国保健药品行业发展趋势与投资预测。您若想对保健药品产业有个系统的了解或者想投资中国保健药品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。 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 中国保健药品行业发展环境

第一节 保健药品行业及属性分析

一、行业定义

二、国民经济依赖性

三、经济类型属性

四、行业周期属性

第二节 经济发展环境

一、中国经济发展阶段

二、2005-2019年中国经济发展状况

三、经济结构调整

四、国民收入状况

第三节 政策发展环境

一、产业振兴规划

二、产业发展规划

三、行业标准政策

四、市场应用政策

五、财政税收政策

第二章 中国保健药品生产现状分析

第一节 保健药品行业总体规模

第一节 保健药品产能概况

一、2006-2019年产能分析

二、2021-2027年产能预测

第三节 保健药品市场容量概况

一、2006-2019年市场容量分析

二、产能配置与产能利用率调查

三、2021-2027年市场容量预测

第四节 保健药品产业的生命周期分析

第五节 保健药品产业供需情况

第三章 2019年中国市场分析

第一节 我国整体市场规模

一、总量规模

二、增长速度

三、各季度市场情况

第二节 原材料市场分析

第三节 市场结构分析

一、产品市场结构

- 二、品牌市场结构
- 三、区域市场结构
- 四、渠道市场结构

第四章 2019年中国保健药品市场供需监测分析

- 第一节 需求分析
- 第二节 供给分析
- 第三节 市场特征分析

第五章 2019年中国保健药品市场竞争格局与厂商市场竞争力评价

- 第一节 竞争格局分析
- 第二节 主力厂商市场竞争力评价
 - 一、产品竞争力
 - 二、价格竞争力
 - 三、渠道竞争力
 - 六、品牌竞争力

第六章 我国保健药品行业供需状况分析

- 第一节 保健药品行业市场需求分析
- 第二节 保健药品行业供给能力分析
- 第三节 保健药品行业进出口贸易分析
 - 一、产品的国内外市场需求态势
 - 二、国内外产品的比较优势

第七章 保健药品行业竞争绩效分析

- 第一节 保健药品行业总体效益水平分析
- 第二节 保健药品行业产业集中度分析

2018年11月21日，国务院常务会议明确延续和完善跨境电子商务零售进口政策并扩大适用范围。从2019年1月1日起，延续实施跨境电商零售进口现行监管政策，并将政策适用范围从15个城市再扩大22个城市，产品范围也扩围新增63个税目，将单次交易限值由2000元提高至5000元，年度交易限值由每人每年2万元提高至2.6万元。政策落地后，无疑为各跨境电商品牌释放了利好信号。尽管跨境电商在年轻消费者中接受度高，然而，该模式存在其自

身瓶颈：1）供货周期较长；2）在国内缺乏落脚点，售后服务支持不完善，对品牌的长期存续是一种挑战。近半年内，保健品行业月度线上销售量均保持在1000万件以上，同比保持正增长。18年11月阿里渠道保健品销售额35亿元，同比增长49.4%。海外保健品方面，11月销售额19.64亿元，同比增长59.6%，环比增长164%。竞争格局来看，线上竞争格局仍比较分散，CR3仅为15.5%。Swisse与汤臣倍健线上份额不相上下，长期居于第一、二位。其他品牌线上份额相对较小，均在2%左右及以下。品类上看，VMS类仍为线上最主流产品。Swisse的护肝片与钙类产品最为畅销，而汤臣倍健线上畅销品为蛋白粉、钙类、维生素。18年11月保健品线上格局

第三节 保健药品行业不同所有制企业绩效分析

第四节 保健药品行业不同规模企业绩效分析

第五节 保健药品市场分销体系分析

一、销售渠道模式分析

二、产品最佳销售渠道选择

第八章 2018保健药品市场发展前景预测

第一节 国际市场发展前景预测

一、2021-2027年经济增长与需求预测

二、2021-2027年行业总产量预测

三、我国中长期市场发展策略预测

第二节 我国资源配置的前景

第九章 我国保健药品行业投融资分析

第一节 我国保健药品行业企业所有制状况

第二节 我国保健药品行业外资进入状况

第三节 我国保健药品行业合作与并购

第四节 我国保健药品行业投资体制分析

第五节 我国保健药品行业资本市场融资分析

第十章 保健药品产业投资策略

第一节 产品定位策略

一、市场细分策略

二、目标市场的选择

第二节 产品开发策略

一、追求产品质量

二、促进产品多元化发展

第三节 渠道销售策略

一、销售模式分类二、市场投资建议

第四节 品牌经营策略

一、不同品牌经营模式

二、如何切入开拓品牌

第五节 服务策略

第十一章 我国保健药品行业重点企业分析

第一节 健康元药业集团股份有限公司

一、公司概况

二、公司经营情况

三、公司财务状况

四、公司发展展望与策略

第二节 江苏隆力奇生物科技股份有限公司

一、公司概况

二、公司经营情况

二、“十三五”主要目标

第三节 北京双鹭药业股份有限公司

一、公司概况

二、公司经营情况

三、公司财务状况

四、公司发展展望与策略

第四节 山东东阿阿胶股份有限公司

一、公司概况

二、公司经营情况

三、公司财务状况

四、公司发展展望与策略

第五节 深圳市海王生物工程股份有限公司

一、公司概况

二、公司经营情况

三、公司财务状况

第六节 哈药集团股份有限公司

一、公司概况

二、公司经营情况

三、公司财务状况

第七节 上海交大昂立股份有限公司

一、公司概况

二、公司经营情况

三、公司财务状况

第八节 海南椰岛股份有限公司

一、公司概况

二、公司经营情况

三、公司财务状况

第九节 广东汤臣倍健生物科技股份有限公司

一、公司概况

二、公司经营情况

三、公司财务状况

四、公司发展展望与策略

第十节 天狮集团有限公司

一、公司概况

二、公司发展战略分析

三、公司动向

第十二章 2018国保健药品产业投资分析

第一节 投资环境

一、资源环境分析

二、市场竞争分析

三、政策环境分析

第二节 投资机会分析

第三节 投资风险及对策分析

第四节 投资发展前景

一、市场供需发展趋势

二、未来发展展望

第十三章 保健药品相关产业2018走势分析

第一节 上游行业影响分析

第二节 下游行业影响分析

第十四章 保健药品行业成长能力及稳定性分析

第一节 保健药品行业生命周期分析

第二节 保健药品行业增长性与波动性分析

第三节 保健药品行业集中程度分析

第十五章 保健药品行业风险趋势分析与对策

第一节 保健药品行业风险分析

一、市场竞争风险

二、原材料压力风险分析

三、技术风险分析

四、政策和体制风险

五、进入退出风险

第二节 保健药品行业投资风险及控制策略分析

一、2010-2019年保健药品行业市场风险及控制策略

二、2010-2019年保健药品行业政策风险及控制策略

三、2010-2019年保健药品行业经营风险及控制策略

四、2010-2019年保健药品同业竞争风险及控制策略

五、2010-2019年保健药品行业其他风险及控制策略

第十六章 保健药品产业投资风险

第一节 保健药品行业宏观调控风险

第二节 保健药品行业竞争风险

第三节 保健药品行业供需波动风险

第四节 保健药品行业技术创新风险

第五节 保健药品行业经营管理风险

第十七章 2021-2027年中国保健药品行业发展趋势研究分析

第一节 2021-2027年保健药品行业国际市场预测

一、保健药品行业产能预测

二、保健药品行业市场需求前景

第二节 中国保健药品行业发展趋势

一、产品发展趋势

二、技术发展趋势

第三节 2021-2027年保健药品行业中国市场预测

一、保健药品行业产能预测

二、保健药品行业市场需求前景

第十八章 保健药品行业投资机会分析研究

第一节 2021-2027年保健药品行业主要区域投资机会

第二节 2021-2027年保健药品行业出口市场投资机会

第三节 2021-2027年保健药品行业企业的多元化投资机会

第十九章 保健药品企业制定“十三五”发展战略研究分析()

一、“十三五”发展战略规划的背景意义

第一节 企业转型升级的需要

第二节 企业强做大做的需要

第三节 企业可持续发展需要

二、“十三五”发展战略规划的制定原则

第一节 科学性

第二节 实践性

第三节 前瞻性

第四节 创新性

第五节 全面性

第六节 动态性

三、“十三五”发展战略规划的制定依据

第一节 国家产业政策

第二节 行业发展规律()

第三节 企业资源与能力

第四节 可预期的战略定位

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202103/207672.html>