

# 2022-2028年中国保健品行业 发展趋势与投资方向研究报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2022-2028年中国保健品行业发展趋势与投资方向研究报告》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/202205/294679.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

保健品是保健食品的通俗说法。GB16740-97《保健（功能）食品通用标准》第3.1条将保健食品定义为：“保健（功能）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。

保健品是中国大陆的一般称呼，在国外包括港澳台地区一般称之为：膳食补充剂。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国保健品行业发展趋势与投资方向研究报告》共十三章。首先介绍了保健品行业市场发展环境、保健品整体运行态势等，接着分析了保健品行业市场运行的现状，然后介绍了保健品市场竞争格局。随后，报告对保健品做了重点企业经营状况分析，最后分析了保健品行业发展趋势与投资预测。您若想对保健品产业有个系统的了解或者想投资保健品行业，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：

第一部分 产业环境透视

第一章 保健品行业发展综述

第一节 保健品行业定义及特征

一、行业定义

二、行业产品分类

三、行业特征分析

第二节 保健品行业统计标准

一、统计部门和统计口径

二、行业主要统计方法介绍

三、行业涵盖数据种类介绍

第三节 保健品行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

- 三、附加值的提升空间
- 四、进入壁垒／退出机制
- 五、风险性
- 六、行业周期

## 第二章 中国保健品行业发展环境分析

### 第一节 经济环境分析

- 一、国家宏观经济环境
- 二、行业宏观经济环境

### 第二节 政策环境分析

- 一、行业法规及政策
- 二、行业发展规划

### 第三节 技术环境分析

- 一、主要生产技术分析
- 二、技术发展趋势分析

## 第三章 国际保健品行业发展分析及经验借鉴

### 第一节 全球保健品市场总体情况分析

- 一、全球保健品市场结构
- 二、全球保健品行业发展分析
- 三、全球保健品行业竞争格局

### 第二节 美国保健品行业发展经验借鉴

- 一、美国保健品行业发展历程分析
- 二、美国保健品行业运营模式分析
- 三、美国保健品行业发展趋势预测
- 四、美国保健品行业对中国的启示

### 第三节 日本保健品行业发展经验借鉴

- 一、日本保健品行业发展历程分析
- 二、日本保健品行业运营模式分析
- 三、日本保健品行业发展趋势预测
- 四、日本保健品行业对中国的启示

## 第二部分 市场深度调研

### 第四章 保健品行业细分市场发展分析

#### 第一节 补血类保健品市场发展状况

##### 一、市场发展概述

##### 二、市场发展现状

##### 三、市场开拓策略

#### 第二节 美容类保健品市场发展状况

##### 一、市场发展现状

##### 二、发展障碍因素

##### 三、市场发展战略

#### 第三节 减肥保健品市场发展状况

##### 一、市场发展综述

##### 二、行业格局解析

##### 三、市场规范问题

##### 四、产品市场策略

##### 五、市场发展潜力

#### 第四节 降血脂保健品市场发展状况

##### 一、市场发展概况

##### 二、市场消费分析

##### 三、市场开发要点

##### 四、市场发展潜力

#### 第五节 眼睛保健品市场发展状况

##### 一、国外市场概况

##### 二、产品市场主体

##### 三、产品研发状况

##### 四、产品市场前景

### 第五章 保健品所属行业成分细分市场发展分析

#### 第一节 中药保健品市场发展状况

##### 一、市场发展优势

##### 二、消费人群市场

##### 三、产品格局分析

#### 四、贸易影响因素

#### 五、产品发展趋势

### 第二节 阿胶市场发展状况

#### 一、总体规模分析

#### 二、市场格局分析

#### 三、原材料影响分析

### 第三节 蜂王浆市场发展状况

#### 一、市场发展概况

#### 二、生产收购分析

#### 三、国内市场产销

#### 四、国际贸易形势

### 第四节 保健酒市场发展状况

#### 一、市场发展综述

#### 二、营销渠道分析

#### 三、企业发展对策

#### 四、行业发展趋势

### 第五节 维生素类产品发展状况

#### 一、国际贸易市场

#### 二、市场发展现状

#### 三、市场竞争格局

#### 四、产业发展趋势

### 第六节 胶原蛋白市场发展状况

#### 一、市场现状分析

#### 二、市场监管环境

#### 三、市场发展前景

## 第六章 中国保健品市场营销分析

### 第一节 保健品营销的要素分析

#### 一、概念设计

#### 二、产品利益的挖掘

#### 三、产品效果感设计

### 第二节 保健品市场营销总体发展分析

- 一、热门营销模式
- 二、服务营销模式
- 三、专卖店营销策略
- 四、专卖店启动方式
- 五、信息营销策略
- 六、典型营销案例

### 第三节 中国保健品营销策略模式分析

- 一、关键因素分析
- 二、营销可行路径
- 三、消费者营销思路
- 四、淡季营销策略
- 五、营销创新策略
- 六、服务营销策略
- 七、特定产品营销

### 第四节 中国保健品营销发展趋势

- 一、营销裂变特征
- 二、企业营销方向
- 三、营销出路探析
- 四、营销发展方向

## 第七章 中国保健品市场直销分析

### 第一节 直销与直销法的相关概述

- 一、直销的定义
- 二、直销的发展
- 三、直销的优点、运作与产品
- 四、直销相关法律分析

### 第二节 中国保健品行业的直销分析

- 一、直销对行业的作用
- 二、直销法的影响
- 三、医药保健品直销
- 四、中草药保健品直销

### 第三节 中国保健品行业直销的对策分析

一、直销关键因素

二、研发教育策略

三、品牌运作策略

四、药店直销策略

#### 第四节 中国保健品企业直销案例分析

一、安利集团

二、天狮集团

### 第三部分 竞争格局分析

## 第八章 保健品市场竞争格局及集中度分析

### 第一节 保健品行业国际竞争格局分析

一、国际保健品市场发展状况

二、国际保健品市场竞争格局

三、国际保健品市场发展趋势分析

四、国际保健品重点企业竞争力分析

### 第二节 保健品行业国内竞争格局分析

一、国内保健品行业市场规模分析

二、国内保健品行业竞争格局分析

三、国内保健品行业竞争力分析

### 第三节 保健品行业集中度分析

一、企业集中度分析

二、区域集中度分析

三、市场集中度分析

## 第九章 保健品所属行业区域市场分析

### 第一节 行业总体区域结构特征分析

一、行业区域结构总体特征

二、行业区域集中度分析

三、行业区域分布特点分析

四、行业规模指标区域分布分析

五、行业效益指标区域分布分析

六、行业企业数的区域分布分析



## 第二节 华东地区保健品所属行业分析

### 一、行业发展现状分析

### 二、市场规模情况分析

### 三、市场需求情况分析

### 四、行业发展前景预测

## 第三节 华南地区保健品所属行业分析

### 一、行业发展现状分析

### 二、市场规模情况分析

### 三、市场需求情况分析

### 四、行业发展前景预测

## 第四节 华中地区保健品所属行业分析

### 一、行业发展现状分析

### 二、市场规模情况分析

### 三、市场需求情况分析

### 四、行业发展前景预测

## 第五节 华北地区保健品所属行业分析

### 一、行业发展现状分析

### 二、市场规模情况分析

### 三、市场需求情况分析

### 四、行业发展前景预测

## 第六节 东北地区保健品所属行业分析

### 一、行业发展现状分析

### 二、市场规模情况分析

### 三、市场需求情况分析

### 四、行业发展前景预测

## 第七节 西部地区保健品所属行业分析

### 一、行业发展现状分析

### 二、市场规模情况分析

### 三、市场需求情况分析

### 四、行业发展前景预测

## 第十章 中国保健品行业生产企业经营分析

## 第一节 广东汤臣倍健股份有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业技术水平分析
- 五、企业盈利能力分析

## 第二节 安利（中国）日用品有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业技术水平分析
- 五、企业盈利能力分析

## 第三节 山东东阿阿胶股份有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业技术水平分析
- 五、企业盈利能力分析

## 第四节 黄金搭档生物科技有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业技术水平分析
- 五、企业盈利能力分析

## 第五节 桂林莱茵生物科技股份有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业技术水平分析
- 五、企业盈利能力分析

## 第六节 江中药业股份有限公司

- 一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业产品结构分析

四、企业技术水平分析

五、企业盈利能力分析

#### 第七节 上海交大昂立股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业产品结构分析

四、企业技术水平分析

五、企业盈利能力分析

#### 第八节 健康元药业集团股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业产品结构分析

四、企业技术水平分析

五、企业盈利能力分析

#### 第九节 海南椰岛（集团）股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业产品结构分析

四、企业技术水平分析

五、企业盈利能力分析

#### 第十节 哈药集团股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业产品结构分析

四、企业技术水平分析

五、企业盈利能力分析

### 第四部分 发展前景展望

#### 第十一章 2022-2028年保健品行业前景及趋势预测

##### 第一节 2022-2028年保健品市场发展前景

一、保健品市场发展潜力

二、保健品市场发展前景展望

三、保健品细分行业发展前景分析

## 第二节 2022-2028年保健品市场发展趋势预测

一、保健品行业发展趋势分析

1、技术发展趋势分析

2、产品发展趋势分析

二、保健品行业市场规模预测

1、保健品行业市场容量预测

2、保健品行业销售收入预测

三、保健品行业细分市场发展趋势预测

## 第十二章 2022-2028年保健品行业投资机会与风险防范

### 第一节 中国保健品行业投资特性分析

一、保健品行业进入壁垒分析

二、保健品行业盈利模式分析

三、保健品行业盈利因素分析

### 第二节 中国保健品行业投资情况分析

一、保健品行业总体投资及结构

二、保健品行业投资规模情况

三、保健品行业投资项目分析

### 第三节 中国保健品行业投资风险

一、保健品行业供求风险

二、保健品行业关联产业风险

三、保健品行业产品结构风险

四、保健品行业技术风险

### 第四节 保健品行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、保健品行业投资机遇

## 第五部分 发展战略研究

### 第十三章 保健品行业发展战略研究()

#### 第一节 保健品行业发展战略研究

##### 一、战略综合规划

##### 二、技术开发战略

##### 三、业务组合战略

##### 四、区域战略规划

##### 五、产业战略规划

##### 六、营销品牌战略

##### 七、竞争战略规划

#### 第二节 对中国保健品品牌的战略思考

##### 一、保健品品牌的重要性

##### 二、保健品实施品牌战略的意义

##### 三、保健品企业品牌的现状分析

##### 四、中国保健品企业的品牌战略

##### 五、保健品品牌战略管理的策略

#### 第三节 保健品行业经营策略分析

##### 一、保健品市场细分策略

##### 二、保健品市场创新策略

##### 三、品牌定位与品类规划

##### 四、保健品新产品差异化战略

#### 第四节 保健品行业投资战略研究

##### 一、2021年保健品行业投资战略

##### 二、2022-2028年保健品行业投资战略

##### 三、2022-2028年细分行业投资战略

#### 图表目录：

图表 保健品行业生命周期

图表 保健品行业产业链结构

图表 2016-2020年中国保健品行业盈利能力分析

图表 2016-2020年中国保健品行业运营能力分析

图表 2016-2020年中国保健品行业偿债能力分析

图表 2016-2020年中国保健品行业发展能力分析

图表 2016-2020年中国保健品行业经营效益分析

图表 2016-2020年不同规模企业利润总额分布

图表 2016-2020年保健品行业不同规模企业从业人员分布

图表 2016-2020年保健品行业不同规模企业销售收入分布

图表 2016-2020年保健品行业不同规模企业资产总额分布

图表 2016-2020年保健品行业不同规模企业数量分布

图表 2016-2020年保健品行业不同性质企业利润总额分布

图表 2016-2020年保健品行业不同性质企业从业人员分布

图表 2016-2020年保健品行业不同性质企业销售收入分布

图表 2016-2020年保健品行业不同性质企业资产总额分布

图表 2016-2020年保健品行业不同性质企业数量分布

图表 2016-2020年全球保健品行业市场规模

图表 2016-2020年中国保健品行业市场规模

图表 2016-2020年保健品行业重要数据指标比较

图表 2016-2020年中国保健品市场占全球份额比较

图表 2016-2020年保健品行业工业总产值

图表 2016-2020年保健品行业销售收入

图表 2016-2020年保健品行业利润总额

图表 2016-2020年保健品行业资产总计

图表 2016-2020年保健品行业负债总计

图表 2016-2020年保健品行业竞争力分析

图表 2016-2020年保健品市场价格走势

图表 2016-2020年保健品行业主营业务收入

图表 2016-2020年保健品行业主营业务成本

图表 2016-2020年保健品行业销售费用分析

图表 2016-2020年保健品行业管理费用分析

图表 2016-2020年保健品行业财务费用分析

图表 2016-2020年保健品行业销售毛利率分析

图表 2016-2020年保健品行业销售利润率分析

图表 2016-2020年保健品行业成本费用利润率分析

图表 2016-2020年保健品行业总资产利润率分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202205/294679.html>