

# 2022-2027年中国保健食品行业市场运行现状及投资规划建议报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2022-2027年中国保健食品行业市场运行现状及投资规划建议报告》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/foods/761892.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。

我国保健食品行业受“大健康”理念兴起、全国居民人均可支配收入的增加、消费升级等因素影响，市场销售额不断增长，2021年我国保健食品销售额为627亿元，其中，本土品牌销售规模为326亿元，进口品牌销售额为301亿元，我国保健食品国产品牌和进口品牌基本平分销售市场，且本土品牌占据国家和地区优势，销售额略高于进口品牌。

2017-2021年中国保健食品销售情况

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 产业环境透视

第一章 保健食品行业发展概述

第一节 保健食品行业界定

一、保健食品定义

二、保健食品分类

三、行业经济特性

四、产业链结构分析

第二节 保健食品行业发展成熟度

一、行业发展周期分析

二、行业及其主要子行业成熟度分析

第三节 保健食品市场特征分析

一、产业关联度

二、影响需求的关键因素

三、国内和国际市场

四、主要竞争因素

第二章 保健食品行业发展环境分析

第一节 中国经济环境分析

一、全球宏观经济形势分析

二、国内宏观经济形势分析

三、产业宏观经济环境分析

## 第二节 中国保健食品行业政策环境分析

### 一、保健食品行业政策深度解读

### 二、保健食品行业标准研究

### 三、行业法规研究

## 第三节 中国保健食品行业社会环境分析

## 第四节 2021年中国保健食品行业技术环境分析

## 第三章 中国保健食品行业经济运行分析

### 第一节 保健食品所属行业发展分析

### 第二节 保健食品所属行业规模分析

#### 一、企业数量增长分析

#### 二、资产规模增长分析

#### 三、销售规模增长分析

#### 四、利润规模增长分析

### 第三节 保健食品所属行业结构分析

#### 一、企业数量结构分析

#### 二、资产规模结构分析

#### 三、销售规模结构分析

#### 四、利润规模结构分析

### 第四节 保健食品所属行业产值分析

#### 一、产成品增长分析

#### 二、工业销售产值分析

#### 三、出口交货值分析

### 第五节 保健食品所属行业成本费用分析

#### 一、销售成本统计

#### 二、主要费用统计

## 第二部分 行业深度分析

## 第四章 中国保健食品产业经济效益分析

### 第一节 所属行业偿债能力分析

### 第二节 所属行业盈利能力分析

#### 一、毛利率

#### 二、销售利润率

#### 三、总资产利润率

#### 四、成本费用利润率

### 第三节 所属行业营运能力分析

#### 一、应收账款周转率

## 二、流动资产周转率

## 三、总资产周转率

### 第四节 所属行业成长能力分析

## 第五章 中国保健食品行业市场运行分析

### 第一节 中国保健食品行业基本概况

#### 一、保健食品市场分析

#### 二、保健食品进出口分析

#### 三、我国保健食品出口面临的挑战

#### 四、保健食品大型高端产品发展情况

### 第二节 影响保健食品行业发展的因素

#### 一、经济成长

#### 二、保健消费支出

#### 三、人口老龄化

#### 四、亚健康人群增长

### 第三节 中国保健食品行业供需情况

#### 一、保健食品企业的发展机遇

#### 二、大型保健食品等产品自主研发情况

#### 三、保健食品企业产业优化与战略调整情况

#### 四、2022-2027年保健食品行业发展预测

## 第六章 保健食品销售市场分析

### 第一节 保健食品营销渠道对比分析

### 第二节 保健食品销售渠道竞争分析

### 第三节 保健食品重点销售区域分析

### 第四节 保健食品消费人群趋势分析

## 第七章 保健食品市场价格及走势分析

### 第一节 保健食品人参产品价格分析

### 第二节 保健食品虫草产品价格分析

### 第三节 保健食品燕窝产品市场分析

### 第四节 保健食品阿胶产品市场分析

### 第五节 保健食品价格变动影响因素

## 第三部分 竞争格局分析

## 第八章 国内保健食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、企业发展基本情况

#### 二、企业主要产品分析

### 三、企业经营状况分析

### 四、企业销售网络布局

### 五、企业发展战略分析

## 第二节 汤臣倍健股份有限公司

### 一、企业发展基本情况

### 二、企业主要产品分析

### 三、企业经营状况分析

### 四、企业销售网络布局

### 五、企业发展战略分析

## 第三节 东阿阿胶股份有限公司

### 一、企业发展基本情况

### 二、企业主要产品分析

### 三、企业经营状况分析

### 四、企业销售网络布局

### 五、企业发展战略分析

## 第四节 上海交大昂立股份有限公司

### 一、企业发展基本情况

### 二、企业主要产品分析

### 三、企业经营状况分析

### 四、企业销售网络布局

### 五、企业发展战略分析

## 第五节 海南椰岛（集团）股份有限公司

### 一、企业发展基本情况

### 二、企业主要产品分析

### 三、企业经营状况分析

### 四、企业销售网络布局

### 五、企业发展战略分析

## 第九章 保健食品消费者调查分析

### 第一节 保健食品市场调查对象情况分析

#### 一、不同收入水平消费者偏好分析

#### 二、年龄结构分析

#### 三、不同地区的消费者偏好分析

### 第二节 保健食品消费者消费习惯分析

#### 一、保健食品产品消费者购买频次分析

#### 二、消费者对保健食品价格认同情况分析

### 三、消费者购买渠道情况分析

#### 第三节 保健食品消费者品牌状况分析

##### 一、消费者品牌忠诚度分析

##### 二、消费者的消费理念分析

##### 三、消费者对保健食品品牌偏好分析

##### 四、消费者对保健食品品牌的首要认知渠道

#### 第十章 保健食品企业竞争策略分析

##### 第一节 保健食品市场竞争策略分析

##### 一、保健食品市场增长潜力分析

##### 二、保健食品主要潜力品种分析

##### 三、保健食品产品竞争策略分析

2021年中国维生素与膳食补充剂（VDS）行业零售总规模为1892亿，增速约为6.6%。汤臣倍健份额为10.3%，稳居第一位，排名第二和第三的市场份额分别为6.0%与5.0%。相比2020年，汤臣倍健的领先优势有所扩大。2021年汤臣倍健实现销售收入74.31亿元，同比增长21.93%。

##### 2021年汤臣倍健经销模式下企业经营情况

##### 四、典型企业产品竞争策略分析

#### 第二节 保健食品企业竞争策略分析

##### 一、国际形势对保健食品影响

##### 二、中国保健食品市场竞争趋势

##### 三、保健食品行业竞争格局展望

##### 四、保健食品行业竞争策略分析

##### 五、保健食品企业竞争策略分析

#### 第十一章 2022-2027年保健食品行业竞争格局展望

##### 第一节 保健食品行业的发展周期

##### 一、保健食品行业的发展周期

##### 二、保健食品行业的增长性

##### 三、保健食品行业的成熟度

##### 第二节 保健食品行业历史竞争格局综述

##### 一、保健食品行业集中度分析

##### 二、保健食品主要品牌分析

##### 三、保健食品行业竞争程度

##### 第三节 中国保健食品市行业SWOT分析与对策

##### 一、优势

##### 二、劣势

### 三、威胁

### 四、机遇

## 第四部分 发展前景展望

### 第十二章 2022-2027年中国保健食品行业发展趋势预测

#### 第一节 保健食品行业销售收入预测

#### 第二节 保健食品行业总资产预测

#### 第三节 保健食品行业市场发展走向预测

#### 第四节 中国保健食品企业面对市场竞争采取的措施

### 第十三章 2022-2027年保健食品行业发展趋势及投资战略研究

#### 第一节 保健食品行业发展趋势分析

##### 一、燕窝行业发展趋势

##### 二、海参行业发展趋势

##### 三、阿胶行业发展趋势

##### 四、保健品行业发展趋势

#### 第二节 保健食品行业发展战略研究

##### 一、战略综合规划

##### 二、技术开发战略

##### 三、区域战略规划

##### 四、产业战略规划

##### 五、营销品牌战略

##### 六、竞争战略规划

### 第十四章 2022-2027年中国保健食品行业投资机会与风险分析

#### 第一节 2022-2027年中国保健食品行业投资机会（HJ ZZX）

#### 第二节 保健食品行业投资效益分析

#### 第三节 影响保健食品行业发展的主要因素

#### 第四节 保健食品行业投资风险及控制策略分析

##### 一、市场风险及控制策略

##### 二、政策风险及控制策略

##### 三、经营风险及控制策略

##### 四、食品安全风险及控制策略

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/foods/761892.html>