

2020年中国营养保健食品行业投资分析报告- 市场运营态势与发展商机研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国营养保健食品行业投资分析报告-市场运营态势与发展商机研究》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：<http://baogao.chinabaogao.com/baojianpin/510716510716.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

营养保健品具有一般食品的共性，仅作为调节人体机能的食品，不以医疗为目的。营养保健品行业上游主要是各种原材料的生产商及贸易商，主要包括各种动植物提取物的生产厂商、化工原料生产企业等；下游主要是通过品牌运营商或经销商、药店超市等线下渠道以及京东、天猫等线上平台渠道，最终由销售终端售给消费者。

营养保健食品行业产业链

资料来源：公开资料

上游方面：动植物提取是营养保健食品重要的上游环节之一，其中，我国植物提取行业起步时间较晚，到了21世纪，随着我国产生更先进的植物提取工艺，植物提取效率得到极大提升，植物提取行业逐渐以出口为主。我国植物提取行业出口额由2010年的7.68亿美元增至2019年的23.72亿美元。从出口目的地来看，2019年我国植物提取出口金额排名前三的国家分别是美国、日本和印尼，金额分别为3.3、2.03和1.28亿美元。

2010-2019年我国植物提取行业产品出口额

资料来源：海关总署

2019年我国植物提取物行业主要国家/地区 TOP 10（亿美元）

数据来源：海关总署

现阶段，我国植物提取行业企业主要包括浙江康恩贝制药股份有限公司、晨光生物科技集团股份有限公司、桂林莱茵生物科技股份有限公司等。

营养保健食品行业上游相关企业情况

企业名称

主营业务

企业竞争优势

浙江康恩贝制药股份有限公司

化学原料药，化学药剂，中成药的生产、销售

1.技术及研发优势：截至目前，公司共申请专利110多项，其中已获授权发明专利90多项。

目前公司在研创新药物17项。累计参与制定国家标准100多个，近五年多来制定国家标准数59个

2.品牌优势：公司在经营发展中一直注重品牌建设，已培育形成了康恩贝、前列康、珍视明、夏天无、肠炎宁、天施康、恤彤等多个著名品牌及其系列产品，体现了公司的核心竞争力和价值。其中“康恩贝”、“前列康”和“珍视明”系国家认定的中国驰名商标

3.产品优势：目前公司及子公司的药品剂型包括片剂、胶囊剂、丸剂(滴丸剂)、颗粒剂、注射剂、散剂、糖浆剂等七大类型，还有微丸、缓释控释等新型制剂。主要产品生产线涵盖心脑血管疾病、泌尿系统疾病、消化系统疾病、呼吸系统疾病、糖尿病、清热及镇痛用药等领域

晨光生物科技集团股份有限公司

植物提取物的生产和销售；食品添加剂产品及半成品的生产及销售等

1.技术、科技平台优势：公司坚持自主研发与项目合作相结合的创新研发模式，建有国内首条连续化、规模化、自动化、高得率、低成本的辣椒生产线；突破高纯度、应用型产品核心技术，实现工业化制备辣椒碱、超临界辣椒红、辣椒红和辣椒素微乳液等产品，打破国外对高端应用型产品市场垄断

2.研发、检验优势：公司高度重视研发，以院士工作站、博士后创新实践基地、工程技术研究中心为研发平台，配备常规罐组提取、超声萃取、微波萃取、分子蒸馏等百余台(套)国内外先进的研发、检测仪器设备

3.客户资源优势：目前公司主要核心客户均为行业内内有优势市场地位的知名企业，国内外知名公司包括顶益集团、NOVUS等

桂林莱茵生物科技股份有限公司

植物提取物、中药提取物、食品及食品添加剂、饲料和饲料添加剂、植物提取物配方产品、护肤用化妆品及个人护理用品的研发、生产、销售等

1.技术优势：公司已系统地掌握一整套植物提取物研发，生产技术诀窍和关键工艺，形成具有自主知识产权系列核心技术，技术中心已开发出200多个产品，60多个产品经国外独立检测机构严格检测

2.原材料资源控制优势：广西是除云南以外中国最大的植物资源省份之一，公司的主要特用品种罗汉果，荔枝皮，苦橙，八角等提取物的原料是广西本地特产资料来源：公开资料

中游方面：随着我国国民生活水平的提高及健康意识的增强，营养保健品消费逐渐向普通民众拓展。膳食补充剂是我国营养保健品的重要板块，2011年我国膳食补充剂行业消费规模为772亿元，2018年增至1627亿元，年均复合增长率为11.24%。

2011-2018年我国膳食补充剂消费规模

数据来源：公开资料

我国营养保健品行业整体维持较高的利润水平，2014-2019年平均毛利率保持在48%以上，汤臣倍健、交大里昂甚至高于行业平均。

2014-2019年我国营养保健食品行业主要上市公司毛利率情况

数据来源：公开资料

现阶段，我国营养保健品行业主要有汤臣倍健、仙乐健康、新诺威、威海百合生物科技有限公司等公司。

营养保健食品行业相关企业情况

企业名称

主营业务

企业竞争优势

汤臣倍健

研发、生产和销售(保健食品、饮料、糖果制品、特殊膳食食品、特殊医学用途配方食品等

1.产品优势：截至报告期末，公司拥有144个保健食品批准证书及90款保健食品备案凭证。2018年10月，国家工业和信息化部正式公布了第三批“绿色工厂”名单，汤臣倍健透明工厂进入名单

2.品牌优势：公司每年将销售收入的一定比例用于品牌推广，正逐步实现由渠道驱动向品牌驱动、由渠道品牌向大众知名品牌的过渡。2018年，公司正式启用了全新品牌主张——“23国营养，为1个更好的你”，打造全新的国际品牌视觉形象，呈现品牌的国际化、时尚化特征

3.渠道优势：公司拥有优质的经销商和零售终端资源，在同行业非直销领域的零售终端规模处于领先地位

仙乐健康

健康科技产业投资，药品研究开发，企业管理服务；营养健康及生物技术的研究、转让和技术咨询服务；保健食品销售等

1. 研发和技术优势：公司注重产品研发和技术创新，依托20余年丰富的行业经验与国际化视野，建立了完善的产品开发体系

2.产品线优势：公司具备软胶囊、粉剂、片剂、软糖、口服液、硬胶囊等多种剂型，剂型技术覆盖面广，同时各剂型均具备规模生产能力

3.与国际名企合作优势：公司依靠多年对国际市场的深入了解，具备了较强的市场竞争力，得到了国外知名企业，例如辉瑞制药、HTCGroupLtd.、NowFoods、Takeda、Dr.Max的认同并与其建立了长期业务合作关系

新诺威

主要从事功

能食品的研发、生产和销售，生产的功能食品主要为维生素类保健食品和咖啡因类功能饮料添加剂，主要产品为维生素 C 含片和咖啡因

1.客户资源优势：公司咖啡因类产品品质赢得了欧美等国家和地区的优质客户的认同，与主要客户形成了长期稳定的合作关系。公司是百事可乐、可口可乐、红牛三大国际饮料公司的全球供应商，是多个国际公司的合作伙伴

2.技术研发优势：公司研发中心被评定为 河北省企业技术中心 ，公司质管认证部取得了中国合格评定国家认可委员会实验室认可证书，符合ISO/IEC17025:2005《检测和校准实验室能力的通用要求》的要求

3. 工艺和质量控制优势：公司先后通过了GMP认证、ISO9001质量管理体系认证、ISO14001环境管理体系认证、ISO22000食品安全管理体系认证以及OHSAS18001职业健康安全管理体系认证

威海百合生物科技有限公司

1. 研发创新优势：公司共获得发明专利22 项，保健食品批准证书 72

项，保健食品备案凭证 269 项，是行业内拥有保健食品配方最多的企业之一

2. 规模化生产优势：公司拥有专业化生产基地和先进的生产设备，年产营养保健食品超过37亿粒

3. 认证优势：公司已通过包括ISO9001质量管理体系认证、ISO14001环境管理体系认证、知识产权管理体系认证、HACCP体系认证、美国 NSF 认证、英国BRC认证、SEDEX认证、欧盟水产品注册等的10项资格认证，是行业内取得国内外认证最多的企业之一资料来源：公开资料

下游方面：营养保健品行业主要通过品牌运营商、经销商、药店、超市等这些渠道，将产品售给消费者，其中，上游厂家开发药店渠道的意愿也逐年提升。近年来，我国零售药店数量规模呈震荡态势，受4+7药品集中带量采购实施及不断扩面影响，2019年全国零售药店数量为47.98万家，同比下降1.9%。药店整体总量虽然下降，但是连锁药店数量连续增长。2019年我国零售药店共26.75万家，占药店总量的比重进一步提升至55.8%。

2013-2019年我国零售药店数量及增速

数据来源：公开资料

2013-2019年我国连锁药店数量及连锁化率

数据来源：公开资料

现阶段，我国药店众多，主要包括老百姓、一心堂、大参林等药店。

营养保健食品行业下游相关企业情况

企业名称

主营业务

企业竞争优势

老百姓

西药零售；中药材零售；中药饮片零售；中成药零售；化学药制剂零售；保健食品销售等零售

1 规模优势：按照经营区域及销售收入统计，公司均为全国规模领先的药品零售连锁企业之一。自设立以来，公司重点选择沿京广线和沪昆线进行营销网络的布局拓展。截至2015年底，公司经营网络覆盖全国15个省市级市场

2. 品牌优势：公司在中国药品零售发展研究中心主导评选的“中国药品零售企业竞争力百强”排行榜中于2010年、2011年、2012年、2014年均获得品牌力冠军，体现了公司领先的品牌优势

一心堂

药品、I、II、III类医疗器械、保健品等零售

1 集中化管理优势：标准化门店运营体系确保连锁复制能力。经过多年的标准化建设，公司共建立了890多个管理制度，3750多个工作流程，23900多项工作标准的管理体系，相关的管理文件总计超过2000万字，核心岗位员工使用的工作手册44本

2.立体化经营优势：公司初步形成了以西南为核心经营地区、华南为战略纵深经营地区、华北为补充经营地区格局，在西南和华南，公司均实行市县乡一体化的店群拓展

3.全渠道经营网络优势：公司在线下业务稳健发展的同时，线上业务积极迎接互联网化和移动互联网化，积极建设全渠道销售网络、全渠道沟通网络和全渠道服务网络，“互联网+一心堂”经营模式稳步推进

大参林

药品批发零售、保健食品连锁经营、特殊食品零售等

1.物流配送优势：为满足公司日益增长的物流配送需求、保证配送的及时性和可靠性，公司采取了自主配送为主、物流外包为辅的配送模式。对于配送半径小于200公里的门店，配送任务一般由公司自有车辆执行

2.运营管理优势：随着规模的扩大，公司的门店数量、商品种类、客户群体及员工人数等不断增加，公司在日常管理中始终贯彻“精细化管理”的理念，通过制定和执行系统化、标准化及规范化的流程、借助现代化的信息技术手段，有效提高了经营绩效和市场竞争力

3.规模优势：大参林股份起步于我国重要的医药消费市场——广东省，逐步在广东、广西等华南地区建立了密集合理的业务布局、树立了较高的品牌知名度和较强的市场竞争力。截至2016年末，公司在广东省直营连锁门店达1809家，在广西市场拥有304家门店资料来源：公开资料（TC）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国营养保健食品行业投资分析报告-市场运营态势与发展商机研究》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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国营养保健食品行业发展概述

第一节 营养保健食品行业发展情况概述

- 一、营养保健食品行业相关定义
- 二、营养保健食品行业基本情况介绍
- 三、营养保健食品行业发展特点分析
- 四、营养保健食品行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式

五、营养保健食品行业需求主体分析

第二节 中国营养保健食品行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、营养保健食品行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - 1、沟通协调机制
 - 2、风险分配机制
 - 3、竞争协调机制
- 四、中国营养保健食品行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国营养保健食品行业生命周期分析

- 一、营养保健食品行业生命周期理论概述
- 二、营养保健食品行业所属的生命周期分析

第四节 营养保健食品行业经济指标分析

- 一、营养保健食品行业的赢利性分析
- 二、营养保健食品行业的经济周期分析
- 三、营养保健食品行业附加值的提升空间分析

第五节 中国营养保健食品行业进入壁垒分析

- 一、营养保健食品行业资金壁垒分析
- 二、营养保健食品行业技术壁垒分析
- 三、营养保健食品行业人才壁垒分析
- 四、营养保健食品行业品牌壁垒分析
- 五、营养保健食品行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球营养保健食品行业市场发展现状分析

第一节 全球营养保健食品行业发展历程回顾

第二节 全球营养保健食品行业市场区域分布情况

第三节 亚洲营养保健食品行业地区市场分析

- 一、亚洲营养保健食品行业市场现状分析
- 二、亚洲营养保健食品行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲营养保健食品行业市场前景分析

第四节 北美营养保健食品行业地区市场分析

- 一、北美营养保健食品行业市场现状分析
- 二、北美营养保健食品行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美营养保健食品行业市场前景分析

第五节 欧盟营养保健食品行业地区市场分析

- 一、欧盟营养保健食品行业市场现状分析
- 二、欧盟营养保健食品行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟营养保健食品行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界营养保健食品行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球营养保健食品行业市场规模预测

第三章 中国营养保健食品产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品营养保健食品总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国营养保健食品行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国营养保健食品产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国营养保健食品行业运行情况

第一节 中国营养保健食品行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国营养保健食品行业市场规模分析

第三节 中国营养保健食品行业供应情况分析

第四节 中国营养保健食品行业需求情况分析

第五节 我国营养保健食品行业进出口形势分析

一、进口形势分析

二、出口形势分析

三、进出口价格对比分析

第六节 我国营养保健食品行业细分市场分析（2015-2019年）

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第七节 中国营养保健食品行业供需平衡分析

第八节 中国营养保健食品行业发展趋势分析

第五章 中国营养保健食品所属行业运行数据监测

第一节 中国营养保健食品所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国营养保健食品所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国营养保健食品所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国营养保健食品市场格局分析

第一节 中国营养保健食品行业竞争现状分析

一、中国营养保健食品行业竞争情况分析

二、中国营养保健食品行业主要品牌分析

第二节 中国营养保健食品行业集中度分析

一、中国营养保健食品行业市场集中度分析

二、中国营养保健食品行业企业集中度分析

第三节 中国营养保健食品行业存在的问题

第四节 中国营养保健食品行业解决问题的策略分析

第五节 中国营养保健食品行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国营养保健食品行业需求特点与动态分析

第一节 中国营养保健食品行业消费市场动态情况

第二节 中国营养保健食品行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 营养保健食品行业成本分析

第四节 营养保健食品行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第五节 中国营养保健食品行业价格现状分析

第六节 中国营养保健食品行业平均价格走势预测

- 一、中国营养保健食品行业价格影响因素
- 二、中国营养保健食品行业平均价格走势预测
- 三、中国营养保健食品行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国营养保健食品行业区域市场现状分析

第一节 中国营养保健食品行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区营养保健食品市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区营养保健食品市场规模分析
- 四、华东地区营养保健食品市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区营养保健食品市场规模分析
- 四、华中地区营养保健食品市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区营养保健食品市场规模分析
- 四、华南地区营养保健食品市场规模预测

第九章 2017-2020年中国营养保健食品行业竞争情况

第一节 中国营养保健食品行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国营养保健食品行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国营养保健食品行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第四节 中国营养保健食品行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 营养保健食品行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业1

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业2

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业3

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业4

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业5

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国营养保健食品行业发展前景分析与预测

第一节 中国营养保健食品行业未来发展前景分析

一、营养保健食品行业国内投资环境分析

二、中国营养保健食品行业市场机会分析

三、中国营养保健食品行业投资增速预测

第二节 中国营养保健食品行业未来发展趋势预测

第三节 中国营养保健食品行业市场发展预测

一、中国营养保健食品行业市场规模预测

二、中国营养保健食品行业市场规模增速预测

三、中国营养保健食品行业产值规模预测

四、中国营养保健食品行业产值增速预测

五、中国营养保健食品行业供需情况预测

第四节 中国营养保健食品行业盈利走势预测

一、中国营养保健食品行业毛利润同比增速预测

二、中国营养保健食品行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国营养保健食品行业投资风险与营销分析

第一节 营养保健食品行业投资风险分析

一、营养保健食品行业政策风险分析

二、营养保健食品行业技术风险分析

三、营养保健食品行业竞争风险

四、营养保健食品行业其他风险分析

第二节 营养保健食品行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国营养保健食品行业发展战略及规划建议

第一节 中国营养保健食品行业品牌战略分析

- 一、营养保健食品企业品牌的重要性
- 二、营养保健食品企业实施品牌战略的意义
- 三、营养保健食品企业品牌的现状分析
- 四、营养保健食品企业的品牌战略
- 五、营养保健食品品牌战略管理的策略

第二节 中国营养保健食品行业市场的关键客户战略实施

- 一、实施关键客户战略的必要性
- 二、合理确立关键客户
- 三、对关键客户的营销策略
- 四、强化关键客户的管理
- 五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 中国营养保健食品行业战略综合规划分析

- 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

第四节 营养保健食品行业竞争力提升策略

- 一、营养保健食品行业产品差异性策略
- 二、营养保健食品行业个性化服务策略
- 三、营养保健食品行业的促销宣传策略
- 四、营养保健食品行业信息智能化策略
- 五、营养保健食品行业品牌化建设策略
- 六、营养保健食品行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国营养保健食品行业发展策略及投资建议

第一节 中国营养保健食品行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国营养保健食品行业定价策略分析

第三节 中国营养保健食品行业营销渠道策略

一、营养保健食品行业渠道选择策略

二、营养保健食品行业营销策略

第四节 中国营养保健食品行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国营养保健食品行业重点投资区域分析

二、中国营养保健食品行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baojianpin/510716510716.html>