

2018年中国保健品行业分析报告- 市场运营态势与发展趋势研究

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《2018年中国保健品行业分析报告-市场运营态势与发展趋势研究》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/361527361527.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

我国膳食营养保健品行业30多年的发展历程大致可以分为以下几个阶段：第一阶段：起步兴起。我国保健品行业起步于上世纪80年代，随着改革开放政策的实施和国民经济的迅速发展，保健品在消费者已基本解决温饱问题的基础上得以快速成长，最初的产品以滋补品类为主。

第二阶段：繁荣阶段。上世纪90年代后，市场经济日趋活跃，保健品行业成为国民经济中发展最快的新兴产业之一。由于行业进入壁垒低、毛利较高，吸引了大批企业进入，企业数量从不到100家增加至3000多家，销售规模也从12亿元增长至300亿元。

第三阶段：停滞整顿。由于许多企业盲目扩大产能、忽略产品质量导致消费者出现信任危机，市场开始萎缩，到1997年销售额下降至100亿元、生产企业数量不足1000家。1998年至2005年，相关管理部门相继制定了一系列法规标准，并先后在全国开展保健品市场大调查，要求保健品必须通过严格检测审批后才能进入市场，使得我国膳食营养保健品行业进入健康发展的道路。

第四阶段：复苏发展。2003年以后，更多消费者重新重视医疗保健的作用，行业需求迅速增长，至2005年销售规模超过500亿元。同时受益于我国经济水平的快速提高，居民健康意识不断增强，市场逐步规范化，2012年保健品行业规模达到1200亿元。

第五阶段：并购整合。2013年后，由于我国保健品市场的高速增长和庞大规模，海外品牌借助跨境电商等新业态进入中国市场，市场竞争加剧，很多企业选择收购或建立合资公司的方式与国际知名品牌合作，以期待借助后者的品牌影响力实现弯道超车。

中国保健食品行业在经历起步阶段、成长阶段、信任危机阶段和盘整阶段后，开始走向快速发展阶段。受消费者治疗向预防诉求转变、健康意识提升、健康需求精细化、追求高品质保健品等因素推动，2014年中国保健品市场规模突破千亿，2017年中国保健品市场规模逼近1500亿。预计2020年中国保健品市场规模将达1816亿元。

对比中美保健品消费习惯可发现，中国市场仍有较大发展空间。美国的保健品渗透率达50%，而中国仅为20%；其中，美国有60%的保健品消费者属于粘性用户，而中国仅有10%；就人均消费金额而言，中国也仅为美国的1/8。因此，未来中国保健品行业前景光明，市场潜力大。

2013-2020年中国保健品行业市场规模

图表来源：观研天下整理

大健康理念贯穿政策。《“健康中国2030”规划纲要》提出，到2030年，人民健康水平持续提升，健康服务能力大幅提升，健康产业规模显著扩大，健康服务业总规模达到16万亿元，成为国民经济支柱性产业。

《“健康中国2030”纲要》强调，推进健康中国建设，要坚持预防为主，强化早诊断、早治疗、早康复。而保健品的主要作用是增强免疫力、促进细胞再生、促进病体康复等，不仅可以改善亚健康、慢性病患者的亚健康状态和治愈程度，也对健康的居民发挥预防和保健作用。因此，在诸多政策落地和健康意识提高的利好下，保健品产业的发展迎来新的春天。

观研天下发布的《2018年中国保健品行业分析报告-市场运营态势与发展趋势研究》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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2018年中国保健品行业运行环境解析

第一节2018年中国保健品行业环境分析

- 一、保健品行业特性，发展方向
- 二、国外保健品行业发展分析
- 三、国内保健品行业发展分析

第二节2018年中国保健品政策环境分析

- 一、《食品安全法》首次纳入保健品监管
- 二、《食品安全法》对保健品行业的影响
- 三、药监局严查保健品行业
- 四、保健品广告法规分析
- 四、《“健康中国2030”规划纲要》推进健康中国建设

第三节2018年中国保健品社会环境分析

- 一、人口规模及结构分析
- 二、中国人口老龄化及健康意识
- 三、居民收入与消费分析

第四节2018年中国保健品技术环境分析

- 一、技术发展现状
- 二、保健食品技术审评水平
- 三、保健品生产技术研究发展动向

第五节2018年中国保健品市场环境变化分析

- 一、广告对购买决策的影响力变化
- 二、行业的信任危机对需求的影响
- 三、产品同质化对需求的影响分析

第二章2018年中国保健品行业运行新形势透析

第一节中国保健品行业运行总况

- 一、中国保健品行业发展三阶段
- 二、保健品行业困境之中被迫转型
- 三、产品功能分布情况
- 四、主要产品概念诉求

第二节2018年中国保健品行业发展状况分析

- 一、中国保健品行业产值分析
- 二、在新医改春风下保健品市场成香饽饽
- 三、保健品市场进入“冰封”时期
- 四、新《食品安全法》为保健品行业设门槛

第三节2016-2018年中国保健品行业原材料分析

- 一、我国保健产品主要原料
 - 二、主要原料产品分布概况
 - 三、水溶性膳食纤维分析及预测
 - 四、全球鱼油消费量及价格分析
- 第四节2016-2018年中国保健品行业的问题及对策分析
- 一、中国保健品企业发展应返璞归真
 - 二、中国保健品企业的研发策略浅析
 - 三、保健品企业成功开发产品的四大动力

第三章2016-2018年中国保健品市场运行动态分析

第一节2016-2018年中国保健品市场规模分析

- 一、中国保健品企业规模
- 二、都市女性保健品市场规模
- 三、2016-2018年我国保健品市场规模

第二节2018-2024年中国保健品市场规模预测

- 一、2016-2018年中国保健产业年销售额
- 二、2018-2024年中国保健品市场规模预测

第三节2016-2018年中国保健品区域市场分析

- 一、东北地区保健品市场分析
- 二、华北地区保健品市场分析
- 三、华东地区保健品市场分析
- 四、华中地区保健品市场分析
- 五、华南地区保健品市场分析
- 六、西部地区保健品市场分析
- 七、保健品企业区域市场规划策略

第四章2018年中国保健品需求与消费状况分析

第一节2018年中国保健品需求与消费状况分析

- 一、辅食、保健品消费市场分析
- 二、中国保健品消费量高价位盘整

第二节2018年中国保健品市场消费动向分析

- 一、保健品市场消费者跟风现象
- 二、保健品市场两极分化趋势
- 三、保健品消费者购买行为分析

第三节2018年中国保健品消费者分析

- 一、老年保健品市场发展分析
- 二、女性保健品市场发展分析
- 三、儿童保健品市场发展分析
- 四、保健品消费人群变化情况

第五章2018年中国保健品市场产品监测情况分析

第一节2018年中国保健药品市场运行分析

- 一、保健药品功能分布
- 二、2016-2018年保健品市场占有率

第二节2018年中国保健食品市场产品竞争排名情况

- 一、保健食品企业竞争力
- 二、保健食品产品畅销排名
- 三、保健食品市场占有率

第三节2018年中国保健茶市场产品竞争排名情况

- 一、保健茶企业竞争力
- 二、保健茶产品畅销排名
- 三、保健茶市场占有率

第四节2018年中国保健酒市场产品竞争排名情况

- 一、保健酒企业竞争力
- 二、保健酒产品畅销排名
- 三、保健酒市场占有率

第五节2018年中国保健饮料市场产品竞争排名情况

- 一、保健饮料企业竞争力
- 二、保健饮料产品畅销排名
- 三、保健饮料市场占有率

第六章2016-2018年中国保健品行业市场价格走势

第一节2016-2018年中国保健品市场价格波动情况

- 一、春节保健品价格大幅跳水
- 二、影响保健品价格的因素分析
- 三、2016-2018年蜂王浆价格走势分析

第二节2016-2018年中国保健品原料价格走势分析

- 一、中国中药材价格监测
- 二、红花价格走势分析
- 三、宁夏枸杞价格走势

四、2016-2018年月中药材价格走势

第七章2016-2018年中国保健品市场营销解析

第一节保健品营销的三大要素

一、概念设计

二、产品利益的挖掘

三、产品效果感设计

四、保健品广告的四大要素

第二节2016-2018年中国保健品营销总体概况

一、浅谈保健品服务营销

二、如何打造保健品专卖店营销

三、如何创新保健品营销

四、减肥保健品市场营销分析

五、医药保健品营销转型

六、中国保健品营销模式

第三节2016-2018年中国保健品行业的直销分析

一、直销法的实施给保健品市场带来的影响

二、直销有助于保健品行业发展

三、传统模式与直销模式在保健品领域应用的差异

四、医药保健品的直销分析

五、保健品企业直销案例分析

1、安利保健品的直销

2、天狮集团保健品直销

第四节未来中国保健品营销趋势透视

一、价值营销将走入保健品行业发展主流

二、医药保健品营销八大趋势

三、医药保健品营销发展的几个新方向

四、保健品企业营销未来方向探析

第八章2018年中国保健品行业竞争格局分析

第一节2018年中国保健品竞争总况

一、医药保健产业格局将面临激烈震荡

二、保健酒市场竞争分析

第二节从OEM观看保健品行业违规竞争

一、OEM是保健品企业必然的选择

二、从OEM透析保健食品行业违规操作的根源

三、保健品行业发展要走出急功近利的误区

第三节主要产品市场竞争分析

一、各大补血产品品牌竞争回顾

二、补血保健品市场竞争格局

三、减肥保健品市场竞争概况

四、美容养颜类保健品市场竞争分析

第九章中国保健品上市企业竞争力同比分析

第一节健康元药业集团股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第二节山东东阿阿胶股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第三节哈药集团股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第四节海南椰岛(集团)股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第五节上海交大昂立股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第六节北京双鹭药业股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第七节海王集团

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第十章2016-2018年中国植物提取物运行状况分析

第一节植物提取物产业相关概述

第二节2016-2018年中国植物提取物现状综述

一、植物提取物在保健品中的应用

二、中草药、植物提取物提取现状

1、银杏叶提取物

2、金银花提取物

三、中国植物提取物进出口情况分析

第三节2016-2018年中国植物药提取物行业技术分析

一、超临界流体萃取技术

二、天然中药提取物AF-8新技术通过鉴定

三、大孔树脂吸附法

四、半仿生提取法

第四节2016-2018年中国植物药提取物市场动态分析

一、中药提取物产业化需调控和规范

二、厦台药厂签协议台湾药品有望进军大陆

三、我国植物提取物产业标准化步伐加快

第五节其它主要产品市场运行分析分析

一、中药提取物市场分析

二、灵芝提取物市场分析

三、丹参提取物市场分析

四、白芍提取物市场分析

五、白藜芦醇市场分析

六、芝麻脂素市场分析

第十一章 中国植物药提取物上市企业竞争力分析

第一节浙江康恩贝制药股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第二节四川中汇医药(集团)股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第三节天津天士力股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第四节山东沃华医药科技股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第五节青海三普药业股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第六节贵州益佰制药股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第十二章2018-2024年中国保健品行业发展预测

第一节中国保健品行业发展预测

- 一、中国保健品发展前景分析
- 二、中国保健品市场规模将扩大
- 三、保健品行业主要企业发展前景
- 四、保健品的药店销售前景分析

第二节保健品行业总体发展趋势分析

- 一、保健品行业发展呈现四大趋势
- 二、细分领域是保健品市场未来发展走向
- 三、保健品大众化逐渐成新趋势
- 四、白领将成为保健品消费主力

第三节保健品主要热门种类发展趋势

- 一、保健品行业绿色天然产品发展空间巨大
- 二、中药保健品将成国际市场上的新宠
- 三、美容养颜类保健品市场发展趋势分析
- 四、氨基酸类保健品市场发展预测
- 五、中国减肥市场四大发展趋势
- 六、中国保健酒行业前景预测
- 七、中草药保健茶市场前景分析
- 八、孕妇保健品市场前景广阔

第十三章2018-2024年我国保健品行业投资价值与投资策略分析

第一节2016-2018年中国保健品投资概况

- 一、保健品投资特性
- 二、保健品投资环境分析

第二节2018-2024年我国保健品行业投资价值分析

- 一、减肥产品投资价值分析
- 二、润肠通便产品投资价值分析
- 三、美容产品投资价值分析
- 四、排铅产品投资价值分析
- 五、补肾产品投资价值分析
- 六、蜂产品行业投资价值分析
- 七、保健品风险规避和操作方法

第三节2018-2024年中国保健品行业投资风险预警

一、保健品直销存在四大风险

二、保健品行业社会风险分析

三、保健品市场风险化解策略

四、保健品行业风险规避之道

五、蜂产业投资风险规避策略

第四节2018-2024年保健品行业投资机会及策略

一、保健品投资的三个要点

二、保健品市场深度调研及投资策略

三、保健品发展历程和基本规律

四、保健品销售的基本规则以及风险预防

五、脑白金和太太口服液案例分析

六、近年保健品黑马产品分析和经验总结

七、保健品的市场机会分析（GYZQPT）

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baojianpin/361527361527.html>