

2019年中国保健食品市场分析报告- 行业现状调查与发展潜力评估

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《2019年中国保健食品市场分析报告-行业现状调查与发展潜力评估》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/441895441895.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

【报告大纲】

第一章 保健食品行业发展综述

第一节 保健食品行业相关概述

- 一、保健食品行业的界定
- 二、保健食品的分类概述
- 三、保健食品行业经济基础

(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) 全社会消费品零售总额

第二节 全球保健食品行业发展综述

- 一、全球保健食品行业发展阶段
- 二、全球保健食品行业发展现状
- 三、全球保健食品行业监管分析
- 四、全球保健食品标识内容概况
- 五、全球保健食品行业发展趋势
- 六、主要国家保健食品市场分析

(一) 美国

(二) 欧洲

(三) 日本

(四) 韩国

第三节 中国保健食品行业PEST分析

一、保健食品行业政策环境分析

(一) 保健食品行业监管体制

(二) 保健食品行业政策法规

(三) 保健食品业进出口政策

(四) 保健食品“十三五”规划

二、保健食品行业经济环境分析

(一) 国内经济形势分析

(二) 居民收入水平分析

(三) 居民消费结构分析

三、保健食品行业社会环境分析

- (一) 中国城镇化与保健需求
 - (二) 疾病护理及亚健康保健
 - (三) 礼品消费市场发展分析
- 四、保健食品行业技术环境分析

第二章 中国保健食品所属行业经济运行分析

第一节 中国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 中国保健食品所属行业产销与费用分析

- 一、产成品分析
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析
- 六、销售成本分析
- 七、销售费用分析
- 八、管理费用分析
- 九、财务费用分析
- 十、其他运营数据分析

第三节 中国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

第三章 中国保健食品行业问题剖析

第一节 保健食品行业安全问题剖析

- 一、保健食品质量安全问题
- 二、保健食品市场乱象分析
- 三、保健品安全问题的原由分析
- 四、保健食品安全解决之道

第二节 保健食品行业监管问题剖析

- 一、保健食品行业监管现状
- 二、保健食品行业监管缺失

三、保健食品行业监管内容

四、保健食品行业监管策略

第三节 保健食品行业营销问题剖析

一、保健食品营销广告乱象

二、保健食品过度包装现象

三、保健食品包装设计缺陷

四、保健食品营销诉求同质

五、保健食品营销定位失准

六、保健食品营销策略解析

第四章 中国保健食品产品结构分析

第一节 保健食品按功能细分产品分析

一、营养补充类保健食品市场分析

(一) 市场需求分析

(二) 主要产品类别

(三) 品牌竞争格局

二、美容养颜类保健食品市场分析

(一) 市场需求分析

(二) 主要产品类别

(三) 品牌竞争格局

三、降脂降糖类保健食品市场分析

(一) 市场需求分析

(二) 主要产品类别

(三) 品牌竞争格局

四、改善睡眠类保健食品市场分析

(一) 市场需求分析

(二) 主要产品类别

(三) 品牌竞争格局

第二节 各种功能保健食品品牌分析

一、滋补养颜型

(一) 品牌渗透率

(二) 品牌购买比例

(三) 各品牌消费人群特征

二、补钙型

(一) 品牌渗透率

(二) 品牌购买比例

(三) 各品牌消费人群特征

三、补脑型

(一) 品牌渗透率

(二) 品牌购买比例

(三) 各品牌消费人群特征

四、补肾型

(一) 品牌渗透率

(二) 品牌购买比例

(三) 各品牌消费人群特征

五、补血型

(一) 品牌渗透率

(二) 品牌购买比例

(三) 各品牌消费人群特征

第三节 保健食品重点产品市场分析

一、燕窝

(一) 燕窝消费人群分析

(二) 燕窝生产规模分析

(三) 燕窝市场需求规模

(四) 燕窝市场重点品牌

(五) 燕窝市场价格分析

二、鱼油保健品

(一) 鱼油保健品消费人群分析

(二) 鱼油保健品生产情况分析

(三) 鱼油保健品市场需求分析

(四) 鱼油保健品市场重点品牌

(五) 鱼油保健品市场价格竞争

三、西洋参口服液

(一) 西洋参口服液消费人群分析

(二) 西洋参口服液销售规模分析

(三) 西洋参口服液市场品牌竞争

(四) 西洋参口服液市场价格分析

(五) 西洋参口服液发展趋势分析

四、其他营养保健品市场分析

(一) 海参

- (二) 鹿茸
- (三) 雪蛤
- (四) 蜂胶
- (五) 冬虫夏草

第五章 中国保健食品细分市场开发机会分析

第一节 老年保健食品市场机会分析

- 一、老年保健食品消费人群
- 二、老年保健食品消费特征
- 三、老年保健食品产品结构
- 四、老年保健食品消费潜力

第二节 孕婴童保健食品市场机会分析

- 一、孕婴童保健食品消费人群
- 二、孕婴童保健食品消费特征
- 三、孕婴童保健食品产品结构
- 四、孕婴童保健食品消费潜力

第三节 女性保健食品市场机会分析

- 一、女性保健食品消费人群
- 二、女性保健食品消费特征
- 三、女性保健食品产品结构
- 四、女性保健食品消费潜力

第四节 男性保健食品市场机会分析

- 一、男性保健食品消费人群
- 二、男性保健食品消费特征
- 三、男性保健食品产品结构
- 四、男性保健食品消费潜力

第五节 亚健康保健食品市场机会分析

- 一、亚健康保健食品消费人群
- 二、亚健康保健食品消费特征
- 三、亚健康保健食品产品结构
- 四、亚健康保健食品消费潜力

第六章 中国保健食品行业主要零售渠道分析

第一节 保健食品团购渠道发展分析

- 一、团购渠道发展概述

二、团购渠道发展规模

三、团购渠道客户分析

四、团购模式流程分析

五、团购营销策略分析

第二节 保健食品商超渠道发展分析

一、商超渠道发展概述

二、商超渠道发展规模

三、商超渠道购买特征

四、商超渠道营销策略

第三节 保健食品电商渠道发展分析

一、电商渠道发展概述

二、电商渠道发展规模

三、电商渠道模式分析

四、电商渠道营销策略

第四节 保健食品药店渠道发展分析

一、药店渠道发展概述

二、药店渠道发展规模

三、药店渠道客户分析

四、药店渠道营销策略

第五节 保健食品直销模式发展分析

一、直销模式发展概述

二、直销模式监管情况

三、直销模式发展规模

四、直销模式客户分析

五、直销模式优劣分析

六、典型直销企业经验借鉴

（一）安利直销经验借鉴

（二）雅芳直销经验借鉴

第六节 保健食品会议营销模式分析

一、会议营销发展概述

二、会议营销发展优势

三、会议营销策略分析

第七章 中国保健食品行业竞争格局及营销创新

第一节 保健食品行业竞争力分析

一、品牌竞争分析

二、成本竞争分析

三、价格竞争分析

四、渠道竞争分析

五、技术竞争分析

第二节 保健食品行业竞争格局分析

一、现有企业间竞争

二、新进入者的威胁

三、替代品威胁分析

四、上游的议价能力

五、下游的议价能力

第三节 保健食品市场营销策略分析

一、市场营销主要模式

二、营销步骤信息需求

三、市场营销策略分析

（一）价格策略分析

（二）广告策略分析

（三）包装策略分析

第四节 保健食品市场营销实施建议

一、理性回归---从严谨的市调开始

二、产品延伸---1+1大于2

三、精准定位---创造差异诉求

四、善用媒介---科学投放策略

五、终端制胜---软硬兼施见真功

六、广告创新---实效的增值之道

七、范式变革---企业角色转换

八、品牌营销---直面市场未来

九、科技应用---技术创新促发展

第五节 保健食品营销创新策略分析

一、体验营销策略分析

二、关系营销策略分析

三、合作营销策略分析

四、深度营销策略分析

五、越位营销策略分析

六、文化营销策略分析

七、一对一营销策略分析

八、差异化营销策略分析

第八章 中国保健食品消费者市场调查分析

第一节 保健食品消费市场发展概况

一、保健食品消费市场驱动因素

二、保健食品消费需求特点分析

三、保健食品主要消费人群分布

四、保健食品消费行为调查分析

（一）消费群体购买品类分析

（二）消费群体购买习惯分析

五、保健食品消费行为影响因素

第二节 华北地区保健食品消费者调查分析

一、北京保健食品消费调查分析

二、天津保健食品消费调查分析

三、太原保健食品消费调查分析

四、哈尔滨保健食品消费调查分析

第三节 东北地区保健食品消费者调查分析

一、长春保健食品消费调查分析

二、沈阳保健食品消费调查分析

三、大连保健食品消费调查分析

第四节 华东地区保健食品消费者调查分析

一、济南保健食品消费调查分析

二、青岛保健食品消费调查分析

三、苏州保健食品消费调查分析

四、上海保健食品消费调查分析

五、杭州保健食品消费调查分析

六、宁波保健食品消费调查分析

七、福州保健食品消费调查分析

八、厦门保健食品消费调查分析

第五节 华中地区保健食品消费者调查分析

一、合肥保健食品消费调查分析

二、南昌保健食品消费调查分析

三、郑州保健食品消费调查分析

四、长沙保健食品消费调查分析

五、武汉保健食品消费调查分析

第六节 华南地区保健食品消费者调查分析

一、广州保健食品消费调查分析

二、深圳保健食品消费调查分析

三、佛山保健食品消费调查分析

四、南宁保健食品消费调查分析

五、海口保健食品消费调查分析

第七节 西部地区保健食品消费者调查分析

一、成都保健食品消费调查分析

二、重庆保健食品消费调查分析

三、昆明保健食品消费调查分析

四、西安保健食品消费调查分析

第九章 中国保健食品行业典型企业竞争力分析

第一节 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

（一）企业偿债能力分析

（二）企业运营能力分析

（三）企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第二节 广东汤臣倍健生物科技股份有限公司

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

（一）企业偿债能力分析

（二）企业运营能力分析

（三）企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第三节 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

（一）企业偿债能力分析

(二) 企业运营能力分析

(三) 企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第四节 安利(中国)日用品有限公司

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

(一) 企业偿债能力分析

(二) 企业运营能力分析

(三) 企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第五节 无锡健特生物工程有限公司

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

(一) 企业偿债能力分析

(二) 企业运营能力分析

(三) 企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第六节 天津天狮生物发展有限公司

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

(一) 企业偿债能力分析

(二) 企业运营能力分析

(三) 企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第七节 佛山市顺德康富来保健品有限公司

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

(一) 企业偿债能力分析

(二) 企业运营能力分析

(三) 企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第八节 宝健（中国）日用品有限公司

- 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
 - （一）企业偿债能力分析
 - （二）企业运营能力分析
 - （三）企业盈利能力分析
- 四、企业竞争优势分析

第九节 完美（中国）日用品有限公司

- 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
 - （一）企业偿债能力分析
 - （二）企业运营能力分析
 - （三）企业盈利能力分析
- 四、企业竞争优势分析

第十节 北京澳特舒尔保健品开发有限公司

- 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
 - （一）企业偿债能力分析
 - （二）企业运营能力分析
 - （三）企业盈利能力分析
- 四、企业竞争优势分析

第十章 2019-2025年中国保健食品行业前景及投融资分析

第一节 2019-2025年中国保健食品行业前景分析

- 一、保健食品行业发展走向
- 二、保健食品行业竞争趋势
- 三、保健食品需求前景分析
- 四、保健食品市场规模预测
- 五、保健食品行业盈利预测

第二节 2019-2025年保健食品行业投资特性分析

- 一、保健食品行业投资环境
 - （一）保健食品市场拉动

- (二) 保健食品科技推动
- (三) 保健食品管理带动
- 二、保健食品行业投资壁垒
- 三、保健食品行业投资潜力
- 第三节 2019-2025年保健食品行业投资风险分析
 - 一、政策监管风险分析
 - 二、市场竞争风险分析
 - 三、原料市场风险分析
 - 四、食品安全风险分析
- 第四节 2019-2025年保健食品行业投资策略分析

图表目录：

- 图表：保健食品功用情况表
- 图表：中国保健食品行业发展阶段及其特点分析
- 图表：2019年中国营养保健品行业经济指标统计
- 图表：2016-2019年中国保健食品企业数量增长趋势图
- 图表：2016-2019年中国保健食品行业资产总额统计
- 图表：2016-2019年中国保健食品行业资产增长趋势图
- 图表：2016-2019年中国保健食品行业销售收入统计
- 图表：2016-2019年中国保健食品行业销售收入增长趋势图
- 图表：2016-2019年中国保健食品行业利润总额统计
- 图表：2016-2019年中国保健食品行业利润总额增长趋势图
- 图表：2016-2019年中国保健食品行业成本费用利润率情况

图表详见报告正文 (GYZQPT)

【简介】

它是业内企业、相关投资公司及政府旗下打造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。《2019年中国保健食品市场分析报告-行业现状调查与发展潜力评估》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。

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/441895441895.html>