

# 2020年中国营养保健品行业前景分析报告- 市场运营现状与发展动向预测

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国营养保健品行业前景分析报告-市场运营现状与发展动向预测》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/504545504545.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 中国营养保健品行业发展综述

##### 第一节 营养保健品行业定义及分类

- 一、行业概念及定义
- 二、行业主要产品类别
- 三、行业在国民经济中的地位

##### 第二节 营养保健品行业市场环境分析

- 一、行业政策环境分析
  - (1) 行业监管体制
  - (2) 行业法律法规
  - (3) 行业发展规划
- 二、行业经济环境分析
  - (1) 居民收入水平
  - (2) 消费结构变化
- 三、行业社会环境分析
  - (1) 自我保健意识与个人营养学发展
  - (2) 疾病护理及亚健康保健
  - (3) 中国城市化与保健需求
  - (4) 传统礼仪与礼品消费
- 四、行业技术环境分析
  - (1) 行业技术特点
  - (2) 保健品知识产权
- 五、行业市场环境综述

#### 第二章 营养保健品行业产业链分析

##### 第一节 营养保健品行业产业链简介

##### 第二节 营养保健品行业原料供应链解析

- 一、营养保健品行业原料结构
- 二、植物类原料市场分析
  - (1) 中药材供给情况
  - (2) 中药材进出口分析
  - (3) 中药材价格走势

### 三、动物类原料市场分析

### 四、菌类原料市场分析

(1) 保健品真菌/益生菌原料市场供给

(2) 保健品真菌/益生菌原料品种

### 五、生物活性物质类原料市场分析

(1) 蛋白质氨基酸类原料市场分析

(2) 维生素E原料市场分析

(3) 矿物质原料市场分析

(4) 低聚糖原料市场分析

### 第三节 营养保健品行业辅料供应链解析

#### 一、营养保健品行业辅料结构

#### 二、食品添加剂市场供给分析

(1) 我国食品添加剂的发展

(2) 食品添加剂市场供给情况

#### 三、药用辅料市场供给分析

(1) 我国药用辅料市场的发展

(2) 我国药用辅料的市场规模

### 第四节 营养保健品行业下游流通链解析

#### 一、零售业发展现状与需求

(1) 传统零售业发展现状与需求

(2) 电子商务行业发展现状与需求

(3) 直销行业发展现状与需求

#### 二、药品零售发展现状与需求

(1) 药品零售连锁发展现状与需求

(2) 营养保健品在药店流通渠道的发展情况

## 第三章 中国营养保健品所属行业运行数据监测

### 第一节 中国营养保健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 中国营养保健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

第四章 营养保健品行业主要产品市场分析

第一节 营养保健品行业主要产品市场整体概况

一、营养保健品行业主要产品市场规模

(1) 分品类

(2) 分功能

(3) 分人群

二、营养保健品行业主要产品市场分析

(1) 维生素和膳食营养补充剂类市场分析

(2) 体重管理类市场分析

(3) 运动营养类市场分析

第二节 按功能属性划分的细分产品市场

一、不同功能产品结构特征

二、细分产品市场发展情况

(1) 增强免疫力类保健品市场

(2) 缓解体力疲劳类产品市场

(3) 降血脂类产品市场

(4) 营养补充类产品市场

(5) 美容养颜保健食品市场

(6) 减肥保健食品市场

(7) 改善睡眠类产品市场

(8) 降糖类保健品市场

第三节 按消费群划分的细分产品潜力市场

一、孕婴童保健品市场

- (1) 孕婴童保健消费潜力
- (2) 营销推广模式
- (3) 销售模式与渠道
- (4) 品牌企业关注度
- (5) 市场前景

## 二、老年人保健品市场

- (1) 老年人保健消费潜力
- (2) 产品营销推广
- (3) 销售渠道
- (4) 市场前景与投资趋势

## 第四节 营养保健品套餐市场

### 一、套餐功能与设计

### 二、套餐满足健康需求

### 三、套餐增值服务附加

### 四、主要品牌企业套餐服务情况

- (1) 营养师配套情况
- (2) 套餐类别及功能
- (3) 售后服务与计划

## 第五章 营养保健品行业市场发展及竞争分析

### 第一节 国际营养保健品市场发展及经验借鉴

#### 一、美国营养保健品市场

- (1) 美国营养保健品市场结构
- (2) 市场发展经验借鉴

#### 二、欧洲营养保健品市场

- (1) 欧洲营养保健品市场结构
- (2) 市场发展经验借鉴

#### 三、日本保健品市场

- (1) 日本营养保健品市场结构
- (2) 市场发展经验借鉴

#### 四、韩国保健品市场

- (1) 韩国营养保健品市场结构
- (2) 市场发展经验借鉴

### 第二节 国内营养保健品市场发展及竞争分析

#### 一、国内营养保健品市场发展状况

- (1) 产业价值链及毛利率水平
- (2) 产业规模的驱动增长因素
- 二、国内营养保健品行业竞争分析
  - (1) 行业竞争格局
  - (2) 行业五力分析
- 第三节 营养保健品行业投资兼并与重组分析
  - 一、行业投资兼并与重组整合特征判断
    - (1) 营养保健品行业投资兼并与重组特点
    - (2) 营养保健品行业与其他行业投资兼并的比较
  - 二、国际营养保健品行业投资兼并与重组分析
  - 三、国内营养保健品行业投资兼并与重组分析

## 第六章 营养保健品行业重点区域市场分析

- 第一节 总体区域结构特征
- 第二节 广东省营养保健品市场发展分析
  - 一、发展规划及配套措施
  - 二、在全国的比重
  - 三、行业发展现状
  - 四、重点企业发展现状
    - (1) 健康元药业集团股份有限公司
    - (2) 深圳万基药业有限公司
  - 五、发展趋势与前景
    - (1) 广东省加强保健品安全管理
    - (2) 行业竞争日趋激烈
    - (3) 行业盈利能力待进一步增强
    - (4) 企业进一步凸显品牌优势
- 第三节 浙江省营养保健品市场发展分析
  - 一、发展规划及配套措施
  - 二、在全国的比重
  - 三、行业发展现状
  - 四、重点企业发展现状
    - (1) 杭州民生药业有限公司
    - (2) 三生(中国)健康产业有限公司
  - 五、发展趋势与前景
    - (1) 行业发展趋势

## （2）行业发展前景

### 第四节 江苏省营养保健品市场发展分析

#### 一、发展规划及配套措施

#### 二、在全国的比重

#### 三、行业发展现状

#### 四、重点企业发展现状

##### （1）康宝莱（中国）保健品有限公司

##### （2）无锡健特药业有限公司

#### 五、发展趋势与前景

##### （1）发展趋势

##### （2）发展前景

### 第五节 山东省营养保健品市场发展分析

#### 一、发展规划及配套措施

#### 二、在全国的比重

#### 三、行业发展现状

#### 四、重点企业发展现状

##### （1）烟台新时代健康产业有限公司

##### （2）山东东阿阿胶股份有限公司

#### 五、发展趋势与前景

## 第七章 营养保健品行业进出口市场分析

### 第一节 营养保健品行业进出口总体情况

### 第二节 营养保健品行业出口情况分析

#### 一、出口整体情况

#### 二、出口产品结构

### 第三节 营养保健品行业进口情况分析

#### 一、进口整体情况

#### 二、进口产品结构

## 第八章 营养保健品业企业分析（随数据更新有调整）

### 第一节 企业总体情况

### 第二节 传统营养保健品领先企业个案

#### 一、东阿阿胶股份有限公司

##### （1）企业发展简况分析

##### （2）企业产品服务分析



(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

## 二、天津中新药业集团股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

## 三、九芝堂股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

## 四、启迪古汉集团股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

## 五、健康元药业集团股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

## 第三节 直销营养保健品领先企业个案

### 一、哈药集团股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

### 二、金士力佳友(天津)有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

### 三、安利(中国)日用品有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

#### 四、嘉康利(中国)日用品有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

#### 五、绿之韵生物工程集团有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

### 第九章 营养保健品行业销售模式及策略分析

#### 第一节 行业销售模式发展演变

一、行业销售模式发展演变

二、行业销售模式主要结构

#### 第二节 传统营销模式

一、药店分销模式

(1) 零售药店规模与结构

(2) 连锁零售药店规模与结构

(3) 药店营养保健品销售情况

二、商超渠道分销模式

(1) 渠道销售规模

(2) 渠道品类选择定位

(3) 渠道竞争格局

#### 第三节 直销模式

一、直销业政策与监管

二、直销牌照批准与审核

三、单层直销与多层直销解析

四、直销运作区域性发展

(1) 营养保健品直销重点区域

(2) 影响营养保健品直销全国性发展的因素

五、直销模式适应性分析

## 六、直销模式优劣势分析

## 七、直销模式转型与调整

### (1) 国外直销企业转型与调整

### (2) 直销企业回归与结构冲突

## 八、典型直销企业经验借鉴

### (1) 安利直销模式经验借鉴

## 第四节 电子商务模式

### 一、电子商务模式分类

### 二、电子商务价值链构成

#### (1) 商品供应

#### (2) 销售流通

#### (3) 后勤服务保障

### 三、电子商务竞争格局

#### (1) 外部竞争与发展特征

#### (2) 内部竞争与发展特征

## 第五节 会议营销模式

### 一、会议营销操作程序

### 二、会议营销目标群体

### 三、会议营销主要企业

### 四、会议营销优劣势分析

### 五、会议营销转型与调整

#### (1) 品牌升级

#### (2) 营销观念升级

#### (3) 服务系统升级

#### (4) 战略转型

## 第六节 营养保健品营销模式升级

### 一、营养保健品服务营销

### 二、营养保健品微信营销

#### (1) 微信营销品牌活动式

#### (2) 微信营销O2O折扣式

#### (3) 微信营销广告式

#### (4) 微信互动营销式

### 三、营养保健品O2O化

#### (1) 营养保健品O2O机遇与挑战

#### (2) 营养保健品O2O实施思路

- (3) 营养保健品O2O模式突破口
- (4) 营养保健品O2O模式典型案例

## 第十章 营养保健品行业发展趋势与投资分析

### 第一节 营养保健品行业发展趋势与预测

#### 一、市场发展趋势分析

#### 二、市场发展前景预测

- (1) 发展空间大
- (2) 增长速度较快

### 第二节 营养保健品行业投资特性

#### 一、进入壁垒

- (1) 生产环节壁垒
- (2) 渠道流通壁垒
- (3) 品牌壁垒

#### 二、盈利模式

#### 三、盈利因素

### 第三节 营养保健品行业投资风险

#### 一、政策风险

#### 二、供求风险

#### 三、关联产业风险

#### 四、贸易环境风险

### 第四节 营养保健品行业投资建议

#### 一、行业投资现状

#### 二、主要投资建议

- (1) 投资区域
- (2) 投资品种

## 图表目录

图表1：国家统计局对营养保健品行业的分类

图表2：营养保健食品主要类别

图表3：国家食品药品监督管理局管理机制

图表4：国家食品安全监管部门

图表5：我国食品安全监管体系变化

图表6：现阶段我国食品监管体制

图表7：截至到2020年保健食品相关文件

图表8：截至到2020年我国营养保健品行业相关政策法规

图表9：截至2020年营养保健品行业相关规划

图表10：2017-2020年中国城镇居民家庭人均可支配收入和农村居民家庭人均纯收入变动图  
(单位：元，%)

图表11：2020年上半年居民人均消费支出及构成(单位：%)

图表12：中国人身体状况构成(单位：%)

图表13：城市化与医疗保健行业的关系

图表14：营养保健品行业技术特点

图表15：截止2020年7月我国保健食品行业知识产权申请数量前十情况

图表16：市场环境对营养保健品行业发展的影响评述

图表17：营养保健品行业产业链示意图

图表18：营养保健品原料结构

图表19：营养保健品原料种类

图表20：2020年我国中药材种植面积预测(单位：万亩)

图表详见报告正文.....(GY YX)

## 【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业前景分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国营养保健品行业前景分析报告-市场运营现状与发展动向预测》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前景分析报告，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。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baojianpin/504545504545.html>