

2018年中国保健品原料行业分析报告- 市场运营态势与发展前景研究

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年中国保健品原料行业分析报告-市场运营态势与发展前景研究》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/shengwuzhiyao/368964368964.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

一、保健品市场原料与辅料的定义

保健食品的原料：是指与保健食品功能相关的初始物料；

保健食品的辅料：是指生产保健食品时所用的赋形剂及其它附加物料。

二、原料和辅料的要求

应符合国家标准和卫生要求，如无国家标准，应当提供行业标准或自行制定的质量标准，并提供与该原料和辅料相关的资料。

应对人体健康安全无毒，在食品中限制使用的物质不得超过国家规定的限量。

生产普通食品使用的原料和辅料，卫生行政部门公布或批准的可以食用的原料和辅料以及SFDA公布的可用于保健食品的原料和辅料可作为保健食品的原料和辅料。

申请注册的保健食品所使用的原料和辅料不在公布范围内的，应按照有关规定提供该原料和辅料相应的毒性安全性评价试验报告及相关的食用安全资料。

国家规定的不可用于保健食品的原料和辅料，禁止使用的物品不得作为保健食品的原料和辅料。

1、国家公布的可作为保健食品的原料

(1) 普通食品的原料。普通食品的原料，食用安全，可以作为保健食品的原料。

既是食品又是药品的物品，共87个。主要是中国传统上有食用习惯、民间广泛食用，但又在中医临床中使用的物品。

可用于保健食品的物品，共114个，这些品种经SFDA批准可以在保健食品中使用，但不能在普通食品中使用。

2、国家公布的可作为保健食品的原料

(2) 列入《食品添加剂使用卫生标准》和《营养强化剂卫生标准》的食品添加剂和营养强化剂；可用于保健食品的真菌和益生菌菌种；一些列入药典的辅料，如赋形剂，填充剂。

近年来我国保健品原料行业保持快速增长，截止2017年我国保健品原料行业市场规模达到869亿元，预计到2018年将达到990亿元。具体如下：

2012-2018年中国保健品原料行业市场规模 资料来源：中国报告网整理

从产品分布来看，我国保健品原料行业主要产品为中药材保健品原料，其次是天然提取物保健品原料，分别占比34%和9%。具体如下：

2017年中国保健品原料行业产品分布 资料来源：中国报告网整理

保健品原料行业未来发展趋势：

1、消费者消费升级的需求

随着经济的发展和居民收入水平的提高，居民会更加关注健康，健康需求已从治疗到注重预防，通过消费有利于营养健康的功能保健品达到预防疾病的目的。消费者对健康的

关注转化为对功能保健品的持续需求是行业发展的重要拉动力。经济增长，为人们追求营养、改善生活质量提供了物质支撑，创造了新的有效需求。科学知识普及，使人们对保健与疾病关系的理解不断增进，消费者能够主动选择对健康有益的保健品，从而推动保健品原料的发展。

2、下游保健品企业的市场细分、产品更新的需求

传统的保健品制造商在追逐利润和竞争压力的双重作用下，积极地进行产品升级，也将推动功能保健品市场的繁荣。

基因食品将成为未来保健品主流。氨基酸、核酸产品在保健品市场上独占鳌头，它们的主要优势是能够被人体直接吸收，从而省略了其它保健品需要合成、转化等一系列“加工”过程。所以，从某种程度上把它们列为“生命工程”并不为过。我国的转基因工程研究居世界先进国家行列。专家预言，21世纪人们进医院不再是为了治病，而是检查身体上哪一级基因出现了“故障”，从而进行修复。基因食品在21世纪的保健品行业将会呈现出空前的大发展。

(FSW)

观研天下发布的《2018年中国保健品原料行业分析报告-市场运营态势与发展前景研究》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 2016-2018年中国保健品原料行业发展概述

第一节 保健品原料行业发展情况概述

- 一、保健品原料行业相关定义
- 二、保健品原料行业基本情况介绍
- 三、保健品原料行业发展特点分析

第二节 中国保健品原料行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、保健品原料行业产业链条分析
- 三、中国保健品原料行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国保健品原料行业生命周期分析

- 一、保健品原料行业生命周期理论概述
- 二、保健品原料行业所属的生命周期分析

第四节 保健品原料行业经济指标分析

- 一、保健品原料行业的赢利性分析
- 二、保健品原料行业的经济周期分析
- 三、保健品原料行业附加值的提升空间分析

第五节 国内保健品原料行业进入壁垒分析

- 一、保健品原料行业资金壁垒分析
- 二、保健品原料行业技术壁垒分析
- 三、保健品原料行业人才壁垒分析
- 四、保健品原料行业品牌壁垒分析
- 五、保健品原料行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球保健品原料行业市场发展现状分析

第一节 全球保健品原料行业发展历程回顾

第二节 全球保健品原料行业市场区域分布情况

第三节 亚洲保健品原料行业地区市场分析

- 一、亚洲保健品原料行业市场现状分析
- 二、亚洲保健品原料行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲保健品原料行业市场前景分析

第四节 北美保健品原料行业地区市场分析

- 一、北美保健品原料行业市场现状分析
- 二、北美保健品原料行业市场规模与市场需求分析

三、北美保健品原料行业市场前景分析

第五节 欧盟保健品原料行业地区市场分析

一、欧盟保健品原料行业市场现状分析

二、欧盟保健品原料行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟保健品原料行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界保健品原料行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球保健品原料行业市场规模预测

第三章 中国保健品原料产业发展环境分析

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、全社会消费品保健品原料总额

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 中国保健品原料行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国保健品原料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 中国保健品原料行业运行情况

第一节 中国保健品原料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

三、行业发展特点分析

第二节 中国保健品原料行业市场规模分析

第三节 中国保健品原料行业供应情况分析

第四节 中国保健品原料行业需求情况分析

第五节 中国保健品原料行业供需平衡分析

第六节 中国保健品原料行业发展趋势分析

第五章 中国保健品原料所属行业运行数据监测

第一节 中国保健品原料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 中国保健品原料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 中国保健品原料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 2016-2018年中国保健品原料市场格局分析

第一节 中国保健品原料行业竞争现状分析

一、中国保健品原料行业竞争情况分析

二、中国保健品原料行业主要品牌分析

第二节 中国保健品原料行业集中度分析

一、中国保健品原料行业市场集中度分析

二、中国保健品原料行业企业集中度分析

第三节 中国保健品原料行业存在的问题

第四节 中国保健品原料行业解决问题的策略分析

第五节 中国保健品原料行业竞争力分析

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 2016-2018年中国保健品原料行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国保健品原料行业消费特点

第二节 中国保健品原料行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 保健品原料行业成本分析

第四节 保健品原料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 中国保健品原料行业价格现状分析

第六节 中国保健品原料行业平均价格走势预测

一、中国保健品原料行业价格影响因素

二、中国保健品原料行业平均价格走势预测

三、中国保健品原料行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国保健品原料行业区域市场现状分析

第一节 中国保健品原料行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区保健品原料市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区保健品原料市场规模分析

四、华东地区保健品原料市场规模预测

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、华中地区保健品原料市场规模分析

四、华中地区保健品原料市场规模预测

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、华南地区保健品原料市场规模分析

第九章 2016-2018年中国保健品原料行业竞争情况

第一节 中国保健品原料行业竞争结构分析（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 中国保健品原料行业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 中国保健品原料行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 保健品原料行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国保健品原料行业发展前景分析与预测

第一节 中国保健品原料行业未来发展前景分析

- 一、保健品原料行业国内投资环境分析
- 二、中国保健品原料行业市场机会分析
- 三、中国保健品原料行业投资增速预测

第二节 中国保健品原料行业未来发展趋势预测

第三节 中国保健品原料行业市场发展预测

- 一、中国保健品原料行业市场规模预测
- 二、中国保健品原料行业市场规模增速预测
- 三、中国保健品原料行业产值规模预测
- 四、中国保健品原料行业产值增速预测
- 五、中国保健品原料行业供需情况预测

第四节 中国保健品原料行业盈利走势预测

- 一、中国保健品原料行业毛利润同比增速预测
- 二、中国保健品原料行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国保健品原料行业投资风险与营销分析

第一节 保健品原料行业投资风险分析

- 一、保健品原料行业政策风险分析
- 二、保健品原料行业技术风险分析
- 三、保健品原料行业竞争风险分析
- 四、保健品原料行业其他风险分析

第二节 保健品原料行业企业经营发展分析及建议

- 一、保健品原料行业经营模式
- 二、保健品原料行业销售模式
- 三、保健品原料行业创新方向

第三节 保健品原料行业应对策略

- 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 2018-2024年中国保健品原料行业发展策略及投资建议

第一节 中国保健品原料行业品牌战略分析

- 一、保健品原料企业品牌的重要性

二、保健品原料企业实施品牌战略的意义

三、保健品原料企业品牌的现状分析

四、保健品原料企业的品牌战略

五、保健品原料品牌战略管理的策略

第二节中国保健品原料行业市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国保健品原料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

第十四章 2018-2024年中国保健品原料行业发展策略及投资建议

第一节中国保健品原料行业产品策略分析

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 中国保健品原料行业定价策略分析

第三节中国保健品原料行业营销渠道策略

一、保健品原料行业渠道选择策略

二、保健品原料行业营销策略

第四节中国保健品原料行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国保健品原料行业重点投资区域分析

二、中国保健品原料行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shengwuzhiyao/368964368964.html>