

中国保健食品市场竞争态势研究与发展战略分析 报告（2022-2029年）

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《中国保健食品市场竞争态势研究与发展战略分析报告（2022-2029年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202201/569248.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

保健食品是具有调节机体功能，不以治疗疾病为目的，并且对人体不产生任何急性、亚急性或者慢性危害的食品，适宜于特定人群食用。

近年来随着生活水平提高，消费者追求高质量健康生活的需求也越来越旺盛，对保健食品的青睐也越来越明显，我国保健食品行业市场规模增长稳定。数据显示，2020年我国保健食品行业市场规模从2017年的1482亿元增长至1847亿元，年均复合增长率达7.75%。并预计2021年我国保健食品行业市场规模将在1961亿元，2022年市场规模将达2113亿元。

数据来源：观研天下整理

保健品业是全球性的朝阳产业，整体市场规模处于不断增长的状态。尤其是在我国居民收入水平不断提高以及对生活质量的追求，也让我国更多人将目光投向了这一行中，市场竞争也逐渐激烈。

在近几年时间中，我国保健品相关企业（全部企业状态）呈稳步发展态势。尤其是2020年，有近89万家相关企业成立，为新增数量最多的一年。2021年上半年，已有49万余家保健品相关企业成立。

目前我国现有超362万家经营范围含“保健品、保健食品”，且状态为在业、存续、迁入、迁出的保健品相关企业，其中75%的企业成立时间在5年以内，80%的企业分布在批发和零售业。

从地区分布来看，山东省保健品相关企业数量居全国首位，有近43万家，占比12%；广东省以35万家相关企业数量位列第二；此外，河南省和湖南省也均有超过20万家保健品相关企业，分别位列第三和第四位。

整体来看，目前我国保健食品市场竞争格局分散、集中度低。其中汤臣倍健凭借多元的销售渠道以及不断拓宽的品类，市占率稳步提升，目前占整体市场的6.4%；其次为无极限，占比3.9%；安利中国，占比3.6%。

数据来源：Euromonitor，观研天下整理

进入2022年，随着市场监管总局对《允许保健食品声称的保健功能目录非营养素补充剂（2022年版）》及配套文件再次征求意见，我国保健食品新一轮行业洗牌开始。

征求意见稿要求取消与现有保健功能定位不符的促进泌乳、改善生长发育、改善皮肤水份3项保健功能和原卫生部已不再受理审批抑制肿瘤、辅助抑制肿瘤、抗突变、延缓衰老4项保健功能。自公告发布之日起，上述功能声称的相关产品应当立即停止生产，已生产的可销售至保质期结束。而截至2022年1月14日，还有多款产品声称具有这些功能，详情如下：

保健功能	国产产品数量	进口产品数量
抑制肿瘤	54	5
辅助抑制肿瘤	39	0
抗突变	63	0
延缓衰老	618	6

数据来源：药智数据，观研天下整理

征求意见稿要求保留“增强免疫力”等24种保健功能，并对表述进行相应调整规范。在原先征求意见的基础上，食品审评中心组织相关技术研究和专家，依据《目录管理办法》对前期征求意见的现有27种保健功能中“拟保留”和“进一步研究论证”的24种保健功能进行了研究论证、规范。

保健功能声称对应调整规范表

序号

原保健功能声称

现保健功能声称

原功能学评价依据为《1996年版评价方法》的，需重做或补做的功能学试验项目

1

免疫调节、增强免疫力

有助于增强免疫力

重做动物功能试验

2

延缓衰老、抗氧化

有助于抗氧化

补做人体试食试验

3

改善记忆、辅助改善记忆

辅助改善记忆

人体试食试验使用韦氏记忆量表的，按现行规定重做人体试食试验

4

改善视力、缓解视疲劳

缓解视觉疲劳

——

5

清咽润喉、清咽

清咽润喉

——

6

改善睡眠

有助于改善睡眠

——

7

抗疲劳、缓解体力疲劳

缓解体力疲劳

运动试验为爬杆试验的，按现行规定重做动物功能试验

8

耐缺氧、提高缺氧耐受力

耐缺氧

重做动物功能试验

9

减肥

有助于控制体内脂肪

重做功能学试验

10

改善骨质疏松、增加骨密度

有助于改善骨密度

——

11

改善营养性贫血、改善缺铁性贫血

改善缺铁性贫血

——

12

美容（祛痤疮）、祛痤疮

有助于改善痤疮

——

13

美容（祛黄褐斑）、祛黄褐斑

有助于改善黄褐斑

——

14

美容（改善皮肤水分/油分）、改善皮肤水分

有助于改善皮肤水份状况

——

15

改善胃肠功能（调节肠道菌群）、调节肠道菌群

有助于调节肠道菌群

——
16

改善胃肠功能（促进消化）、促进消化
有助于消化

——
17

改善胃肠功能（润肠通便）、通便
有助于润肠通便

——
18

改善胃肠功能（对胃黏膜损伤有辅助保护作用）、对胃粘膜损伤有辅助保护功能
辅助保护胃粘膜

——
19

调节血脂（降低总胆固醇、降低甘油三酯）、辅助降血脂
有助于维持血脂（胆固醇/甘油三酯）健康水平
重做人体试食试验

20

调节血糖、辅助降血糖
有助于维持血糖健康水平

——
21

调节血压、辅助降血压
有助于维持血压健康水平

——
22

对化学性肝损伤有保护作用、对化学性肝损伤有辅助保护功能
对化学性肝损伤有辅助保护作用

——
23

抗辐射、对辐射危害有辅助保护作用
对电离辐射危害有辅助保护作用
重做动物功能试验

24

促进排铅

有助于排铅

注：1.原功能学评价依据为协作标准、无统一试验依据的，且与《评价方法（2022年版）》存在科学上实质性差异的，应重做功能学试验。

2.对在产在售需要重做或补做的功能学试验项目的产品，可提供第三方检验机构出具的上市后人食用功能学评价研究报告。

3.不需要重做或补做可按《功能目录》配套解读修改调整，无需单独申请变更注册。

资料来源：国家食品药品监督管理总局，观研天下整理（WW）

观研报告网发布的《中国保健食品市场竞争态势研究与发展战略分析报告（2022-2029年）

》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。

行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章2018-2022年中国保健食品行业发展概述

第一节保健食品行业发展情况概述

一、保健食品行业相关定义

二、保健食品行业基本情况介绍

三、保健食品行业发展特点分析

四、保健食品行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、保健食品行业需求主体分析

第二节中国保健食品行业生命周期分析

一、保健食品行业生命周期理论概述

二、保健食品行业所属的生命周期分析

第三节保健食品行业经济指标分析

一、保健食品行业的赢利性分析

二、保健食品行业的经济周期分析

三、保健食品行业附加值的提升空间分析

第二章2018-2022年全球保健食品行业市场发展现状分析

第一节全球保健食品行业发展历程回顾

第二节全球保健食品行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲保健食品行业地区市场分析

一、亚洲保健食品行业市场现状分析

二、亚洲保健食品行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲保健食品行业市场前景分析

第四节北美保健食品行业地区市场分析

一、北美保健食品行业市场现状分析

二、北美保健食品行业市场规模与市场需求分析

三、北美保健食品行业市场前景分析

第五节欧洲保健食品行业地区市场分析

一、欧洲保健食品行业市场现状分析

二、欧洲保健食品行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲保健食品行业市场前景分析

第六节2022-2029年世界保健食品行业分布走势预测

第七节2022-2029年全球保健食品行业市场规模预测

第三章中国保健食品行业产业发展环境分析

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、全社会消费品零售总额

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

第二节我国宏观经济环境对保健食品行业的影响分析

第三节中国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

三、主要行业标准

第四节政策环境对保健食品行业的影响分析

第五节中国保健食品行业产业社会环境分析

第四章 中国保健食品行业运行情况

第一节中国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

三、行业发展特点分析

第二节中国保健食品行业市场规模分析

一、影响中国保健食品行业市场规模的因素

二、中国保健食品行业市场规模

三、中国保健食品行业市场规模解析

第三节中国保健食品行业供应情况分析

一、中国保健食品行业供应规模

二、中国保健食品行业供应特点

第四节中国保健食品行业需求情况分析

一、中国保健食品行业需求规模

二、中国保健食品行业需求特点

第五节中国保健食品行业供需平衡分析

第五章 中国保健食品行业产业链和细分市场分析

第一节中国保健食品行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、保健食品行业产业链图解

第二节中国中国保健食品行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对保健食品行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对保健食品行业的影响分析

第三节我国保健食品行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章2018-2022年中国保健食品行业市场竞争分析

第一节中国保健食品行业竞争要素分析

一、产品竞争

二、服务竞争

三、渠道竞争

四、其他竞争

第二节中国保健食品行业竞争现状分析

一、中国保健食品行业竞争格局分析

二、中国保健食品行业主要品牌分析

第三节中国保健食品行业集中度分析

一、中国保健食品行业市场集中度影响因素分析

二、中国保健食品行业市场集中度分析

第七章2018-2022年中国保健食品行业模型分析

第一节中国保健食品行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国保健食品行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国保健食品行业SWOT分析结论

第三节中国保健食品行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章2018-2022年中国保健食品行业需求特点与动态分析

第一节中国保健食品行业市场动态情况

第二节中国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

第三节保健食品行业成本结构分析

第四节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、其他因素

第五节中国保健食品行业价格现状分析

第六节中国保健食品行业平均价格走势预测

一、中国保健食品行业平均价格趋势分析

二、中国保健食品行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国保健食品行业所属行业运行数据监测

第一节中国保健食品行业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行业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

第三节中国保健食品行业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

第十章2018-2022年中国保健食品行业区域市场现状分析

第一节中国保健食品行业区域市场规模分析

影响保健食品行业区域市场分布的因素

中国保健食品行业区域市场分布

第二节中国华东地区保健食品行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区保健食品行业市场分析

(1) 华东地区保健食品行业市场规模

(2) 华南地区保健食品行业市场现状

(3) 华东地区保健食品行业市场规模预测

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、华中地区保健食品行业市场分析

(1) 华中地区保健食品行业市场规模

(2) 华中地区保健食品行业市场现状

(3) 华中地区保健食品行业市场规模预测

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、华南地区保健食品行业市场分析

(1) 华南地区保健食品行业市场规模

(2) 华南地区保健食品行业市场现状

(3) 华南地区保健食品行业市场规模预测

第五节华北地区保健食品行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区保健食品行业市场分析

(1) 华北地区保健食品行业市场规模

(2) 华北地区保健食品行业市场现状

(3) 华北地区保健食品行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区保健食品行业市场分析

- (1) 东北地区保健食品行业市场规模
- (2) 东北地区保健食品行业市场现状
- (3) 东北地区保健食品行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区保健食品行业市场分析

- (1) 西南地区保健食品行业市场规模
- (2) 西南地区保健食品行业市场现状
- (3) 西南地区保健食品行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区保健食品行业市场分析

- (1) 西北地区保健食品行业市场规模
- (2) 西北地区保健食品行业市场现状
- (3) 西北地区保健食品行业市场规模预测

第十一章 保健食品行业企业分析（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、公司优势分析

第二节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

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
- 四、公司优势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第六节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第七节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第八节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第九节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章2022-2029年中国保健食品行业发展前景分析与预测

第一节中国保健食品行业未来发展前景分析

一、保健食品行业国内投资环境分析

二、中国保健食品行业市场机会分析

三、中国保健食品行业投资增速预测

第二节中国保健食品行业未来发展趋势预测

第三节中国保健食品行业规模发展预测

一、中国保健食品行业市场规模预测

二、中国保健食品行业市场规模增速预测

三、中国保健食品行业产值规模预测

四、中国保健食品行业产值增速预测

五、中国保健食品行业供需情况预测

第四节中国保健食品行业盈利走势预测

第十三章2022-2029年中国保健食品行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国保健食品行业进入壁垒分析

一、保健食品行业资金壁垒分析

二、保健食品行业技术壁垒分析

三、保健食品行业人才壁垒分析

四、保健食品行业品牌壁垒分析

五、保健食品行业其他壁垒分析

第二节保健食品行业风险分析

一、保健食品行业宏观环境风险

二、保健食品行业技术风险

三、保健食品行业竞争风险

四、保健食品行业其他风险

第三节中国保健食品行业存在的问题

第四节中国保健食品行业解决问题的策略分析

第十四章2022-2029年中国保健食品行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国保健食品行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国保健食品行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节保健食品行业营销策略分析

一、保健食品行业产品营销

二、保健食品行业定价策略

三、保健食品行业渠道选择策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202201/569248.html>