

2019年中国中药保健品行业分析报告- 市场深度分析与发展趋势研究

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《2019年中国中药保健品行业分析报告-市场深度分析与发展趋势研究》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/389311389311.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

中医药保健品是指以中医理论为基础，以中草药为原料或者添加中草药提取物的方式一系列保健品。

我国保健食品允许使用的中药原料主要包括“既是食品又是药品”和“可用于保健食品”的原料。按照产品组方中所用中药原料占原料总数的比例，可将中药保健品分为以下三种类型：

组方全部为中药原料（以下简称纯中药组方）；

组方以中药原料为主（中药原料数大于或等于原料总数的半数），辅以普通食品、营养素类及其它允许使用的原料（以下简称以中药为主的组方）；

组方中含有少量中药原料（中药原料数小于原料总数的半数）但不以中药为主（以下简称少量中药组方）。

上述三种类型组方的中药保健食品所占比例以中药为主的组方产品占全部产品的一半及以上，并有逐年递增的趋势；纯中药组方产品占总产品数的三分之一，以少量中药组方产品约占六分之一。其中75%的组方产品为复方制剂，配方中种数最多的主要添加了西洋参、蜂胶等。

中药保健品按成分分类

序号

分类

主要内容

1

皂苷类

这是一类较复杂的苷类化合物，其活性物的美容作用亦较广。如积雪草苷可促进伤口愈合，刺激肉芽生长；丝瓜皂苷能提高细胞活性及愈合伤口，有抗菌、抗炎、刺激头发生长等作用；山茶皂苷可延缓皮肤角质化，可去头屑、防脱发等。皂苷亦广泛存在于中草药中，如人参、桔梗、甘草、积雪草、柴胡、绞股蓝等。

2

肽类

体质弱、食欲不佳、消化吸收功能不良的人群无法获得足够的肌体所需的氮和氨基酸。而肽不经消化就可以迅速有效地被吸收，是这类人群理想的氮源补充。含肽类物质的中草药有人参、当归、银耳、香菇、黄芪、茯苓、地黄、大枣、蒲公英、天门冬、花粉等。

3

多糖成分

冬虫夏草多糖可以增强机体的免疫力，滋补肺肾。灵芝中的多糖具有双向调节人体免疫力和抗肿瘤及护肝等作用，灵芝多糖还具有止血、排毒、抗氧等作用。枸杞中含有的一种多糖复

合物有显著的抗衰老作用。含有多糖的中草药很多，如香菇、银耳、灵芝、茯苓、地黄等。

4

激素与酶类

激素可调节控制机体的生长、发育、代谢、衰老，不同的激素有不同的作用。如赤霉素，是植物激素中的一种，具有显著的抑制黑素细胞活性的功能，在许多植物种子的胚芽中均存在。酶具有催化活性，不同的酶有不同的作用如脂肪酶可分解油脂，添入保健食品中有清洁及消脂功能，在蓖麻种子中存在。

5

酚及醌类

简单酚类具挥发性，是精油的组成。复杂的酚类大都具有显著的生物活性。如黑枸杞中含有的花青素具有良好的抗氧化作用；厚朴酚可抗菌、抗炎；姜黄素有助于抵御紫外线。生姜、何首乌、姜黄、丹皮等均含有酚类化合物。醌具有广泛的生理活性，如胡桃醌可抑菌、芦荟可强烈吸收紫外线、保湿、护肤等。紫草、茜草、赤芍、何首乌等中草药均含醌类化合物。

6

生物碱类

生物碱是一类含氮化合物，有类似碱的性质，大多具有显著的生理活性。如汉防己碱具有抗菌、消炎、抗过敏作用；尿素可促进肌肤毛发吸水能力，有软化角蛋白作用。生物碱广泛存在于中草药中，如黄连、黄柏、莲子、黄芪、赤芍等。

7

黄酮类

黄酮类化合物对紫外光和可见光均显示强烈的吸收，具有抗氧化、降低血脂、抗炎、抗菌等作用。如黄芩素具有抗菌、抗炎及抗变态反应作用等。含黄酮化合物的中草药很多，如金银花、黄芩、桑叶、葛根等。

8

萜类

中草药精油成分以萜类化合物为多，如桔皮、芍药、紫苏、丁香等均含萜类化合物。资料来源：公开资料整理

二、行业供需市场

近几年批准的中药保健食品（纯中药及含中药成分）的种类，主要以增强免疫力、缓解体力疲劳、辅助降血脂、辅助降血糖、改善睡眠、保肝、改善记忆、减肥、通便、祛黄褐斑、清咽、缓解视疲劳、改善营养性贫血、保护胃粘膜、增加骨密度为主，其他尚有延缓衰老、祛痤疮、抗辐射、促消化、排铅、耐缺氧、促进泌乳等，但数量较少。

2016年我国中药保健品行业销售收入约871.14亿元，进口金额约12.62亿元，出口金额约16.53亿元，国内中药保健品行业市场规模约867.22亿元。

2011-2016年中药保健品行业供需平衡情况

资料来源：观研天下咨询整理

1、供给情况分析

从上世纪80年代开始，我国中药材种植开始向基地培育模式发展。“九五”期间，国家科技部曾设立专项基金支持中药材种植基地的建设，自1999年我国提出中药材GAP概念、2003年开始实施认证以来，中药材规范化生产逐渐为社会各界所认同。中药材种植的规范化及GAP基地建设，将进一步推动中药材品质和供应的稳定性，降低行业经营风险。

中国中药材大部分属于植物类产品，其本质上属于农产品，受自然及市场价格波动等因素影响较大。

2009-2016年中国中药材产量走势图

资料来源：观研天下咨询整理

据统计，2016年我国中药材产量达到400.2万吨，产量较上年同期增长10.0%；消费量为388.9万吨。

2009-2016年中国中药材消费量走势图

资料来源：观研天下咨询整理

2、市场需求分析

2016年我国保健品行业规模约2643.96亿元，其中中药保健品市场规模约867.22亿元，占比达到了32.8%。近几年我国中药保健品市场规模及占比情况如下图所示：

2011-2016年中国中药保健品市场规模及占比情况

资料来源：观研天下咨询整理（ww）

中国报告网是观研天下集团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年中国中药保健品行业分析报告-市场深度分析与发展趋势研究》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。

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。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国中药保健品行业发展概述

第一节 中药保健品行业发展情况概述

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

第二节 中国中药保健品行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、中药保健品行业产业链条分析
- 三、中国中药保健品行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国中药保健品行业生命周期分析

- 一、中药保健品行业生命周期理论概述
- 二、中药保健品行业所属的生命周期分析

第四节 中药保健品行业经济指标分析

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

第五节 中国中药保健品行业进入壁垒分析

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

第二章 2016-2018年全球中药保健品行业市场发展现状分析

第一节 全球中药保健品行业发展历程回顾

第二节 全球中药保健品行业市场区域分布情况

第三节 亚洲中药保健品行业地区市场分析

一、亚洲中药保健品行业市场现状分析

二、亚洲中药保健品行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲中药保健品行业市场前景分析

第四节 北美中药保健品行业地区市场分析

一、北美中药保健品行业市场现状分析

二、北美中药保健品行业市场规模与市场需求分析

三、北美中药保健品行业市场前景分析

第五节 欧盟中药保健品行业地区市场分析

一、欧盟中药保健品行业市场现状分析

二、欧盟中药保健品行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟中药保健品行业市场前景分析

第六节 2019-2025年世界中药保健品行业分布走势预测

第七节 2019-2025年全球中药保健品行业市场规模预测

第三章 中国中药保健品产业发展环境分析

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、全社会消费品中药保健品总额

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 中国中药保健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

第三节 中国中药保健品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 中国中药保健品行业运行情况

第一节 中国中药保健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 中国中药保健品行业市场规模分析

第三节 中国中药保健品行业供应情况分析

第四节 中国中药保健品行业需求情况分析

第五节 中国中药保健品行业供需平衡分析

第六节 中国中药保健品行业发展趋势分析

第五章 中国中药保健品所属行业运行数据监测

第一节 中国中药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 中国中药保健品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 中国中药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

第六章 2016-2018年中国中药保健品市场格局分析

第一节 中国中药保健品行业竞争现状分析

一、中国中药保健品行业竞争情况分析

二、中国中药保健品行业主要品牌分析

第二节 中国中药保健品行业集中度分析

一、中国中药保健品行业市场集中度分析

二、中国中药保健品行业企业集中度分析

第三节 中国中药保健品行业存在的问题

第四节 中国中药保健品行业解决问题的策略分析

第五节 中国中药保健品行业竞争力分析

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年中国中药保健品行业需求特点与动态分析

第一节 中国中药保健品行业消费市场动态情况

第二节 中国中药保健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 中药保健品行业成本分析

第四节 中药保健品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 中国中药保健品行业价格现状分析

第六节 中国中药保健品行业平均价格走势预测

一、中国中药保健品行业价格影响因素

二、中国中药保健品行业平均价格走势预测

三、中国中药保健品行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国中药保健品行业区域市场现状分析

第一节 中国中药保健品行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地中药保健品市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区中药保健品市场规模分析

四、华东地区中药保健品市场规模预测

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、华中地区中药保健品市场规模分析
- 四、华中地区中药保健品市场规模预测

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、华南地区中药保健品市场规模分析

第九章 2016-2018年中国中药保健品行业竞争情况

第一节 中国中药保健品行业竞争结构分析（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 中国中药保健品行业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 中国中药保健品行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 中药保健品行业企业分析（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、公司优劣势分析

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、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2019-2025年中国中药保健品行业发展前景分析与预测

第一节 中国中药保健品行业未来发展前景分析

一、中药保健品行业国内投资环境分析

二、中国中药保健品行业市场机会分析

三、中国中药保健品行业投资增速预测

第二节 中国中药保健品行业未来发展趋势预测

第三节 中国中药保健品行业市场发展预测

一、中国中药保健品行业市场规模预测

二、中国中药保健品行业市场规模增速预测

三、中国中药保健品行业产值规模预测

四、中国中药保健品行业产值增速预测

五、中国中药保健品行业供需情况预测

第四节 中国中药保健品行业盈利走势预测

一、中国中药保健品行业毛利润同比增速预测

二、中国中药保健品行业利润总额同比增速预测

第十二章 2019-2025年中国中药保健品行业投资风险与营销分析

第一节 中药保健品行业投资风险分析

一、中药保健品行业政策风险分析

二、中药保健品行业技术风险分析

三、中药保健品行业竞争风险分析

四、中药保健品行业其他风险分析

第二节 中药保健品行业企业经营发展分析及建议

一、中药保健品行业经营模式

二、中药保健品行业销售模式

三、中药保健品行业创新方向

第三节 中药保健品行业应对策略

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 2019-2025年中国中药保健品行业发展策略及投资建议

第一节 中国中药保健品行业品牌战略分析

一、中药保健品企业品牌的重要性

二、中药保健品企业实施品牌战略的意义

三、中药保健品企业品牌的现状分析

四、中药保健品企业的品牌战略

五、中药保健品品牌战略管理的策略

第二节 中国中药保健品行业市场重点客户战略实施

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 中国中药保健品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 2019-2025年中国中药保健品行业发展策略及投资建议

第一节 中国中药保健品行业产品策略分析

- 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 中国中药保健品行业定价策略分析

第三节 中国中药保健品行业营销渠道策略

- 一、中药保健品行业渠道选择策略
- 二、中药保健品行业营销策略

第四节 中国中药保健品行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国中药保健品行业重点投资区域分析
- 二、中国中药保健品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/baojianpin/389311389311.html>