

# 2020年中国保健食品行业分析报告- 行业运营态势与发展前景预测

## 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年中国保健食品行业分析报告-行业运营态势与发展前景预测》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：<https://baogao.chinabaogao.com/baojianpin/472721472721.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：sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

## 二、报告目录及图表目录

随着我国人口老龄化和大健康理念的发展，居民保健意识逐渐加强，对保健食品的消费需求增加，行业增长较快，然而与此同时，我国保健品行业乱象，消费者投诉也不断。数据显示，2015-2019年，我国保健食品消费投诉量不断增加，2019年保健食品投诉量达到8291件，同比上涨13.61%，达到历史新高。

2015-2019年中国保健食品消费者投诉情况 数据来源：中国消费者协会

从保健食品消费投诉具体类别来看，2019年我国保健食品的投诉主要是关于保健产品质量和虚假宣传的投诉较多，占比接近60%。其中，2993件是有关保健品质量的投诉，占比达到36.1%；其次是关于虚假宣传的投诉达到1737件，占比达到20.95%。

2019年中国保健食品消费者投诉具体类别占比情况 数据来源：中国消费者协会

因而国家针对保健食品行业发展，加强了行业整治，从多个方面颁布了多项政策，对保健食品行业开展监管。例如，2019年10月新版食品安全法实施条例实施，我国保健食品行业迎来最严监管。

2016-2019年我国保健食品行业监管政策情况

时间

机构

政策文件

具体内容

2016.11

国家食品药品监管总局

《关于印发保健食品生产许可审查细则的通知》

保健食品生产厂区整洁卫生，洁净车间布局合理，符合保健食品良好生产规范要求。

2017.11

食品药品监管总局办公厅

《关于印发食品、保健食品欺诈和虚假宣传整治工作实施方案的通知》

保健食品的标签、说明书不得涉及疾病预防、治疗功能，内容应当真实，与注册或者备案的内容相一致，载明适宜人群、不适宜人群、功效成分或者标志性成分及其含量等，并声明“本品不能代替药物”。保健食品的功能和成分应当与标签、说明书相一致。

2018.12

市场监管总局

《关于进一步加强保健食品生产经营企业电话营销行为管理的公告》

各地市场监管部门要把电话营销列入保健食品日常监督管理重要内容，督促企业切实履行主体责任，规范电话营销行为。重点加强保健食品虚假宣传、明示或暗示疾病预防或治疗功能等行为的监督检查。

2019.08

国家市场监管总局

《保健食品标注警示用语指南》

自2020年1月起，在产品最小包装物的主要展示版面上设置警示区，明确标注‘保健食品不是药物，不能代替药物治疗疾病’警示语。

2019.10

国家市场监督管理总局

《保健食品原料目录与保健功能目录管理办法》

有下列情形之一的，不得列入保健功能目录：1) 涉及疾病的预防、治疗、诊断作用；2) 庸俗或者带有封建迷信色彩；3) 可能误导消费者等其他情形。

2019.12

国家市场监督管理总局

《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理暂行办法》

保健食品广告的内容应当以市场监督管理部门批准的注册证书或者备案凭证、注册或者备案的产品说明书内容为准，不得涉及疾病预防、治疗功能。保健食品广告涉及保健功能、产品功效成分或者标志性成分及含量、适宜人群或者食用量等内容的，不得超出注册证书或者备案凭证、注册或者备案的产品说明书范围。资料来源：公开资料整理（CT）

## 【报告大纲】

### 第一部分 保健食品行业背景分析

#### 第一章 保健食品行业的界定

##### 第一节 保健食品的定义和分类

一、保健食品的定义

二、保健食品的分类

三、我国保健品行业发展历程

##### 第二节 保健食品的特殊性

一、保健食品与一般食品的区别

二、保健食品与药品的区别

三、保健食品与特殊营养食品的区别

##### 第三节 保健食品的成分和功能

一、保健食品的功能

二、保健食品的主要成分

##### 第四节 保健食品产业链分析

一、上游原材料分类

二、上游供应能力分析

三、上游供应商议价能力分析

四、下游消费能力分析

五、下游客户议价能力分析

第五节 保健食品行业发展成熟度

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

## 第二章 我国经济以及社会环境

第一节 2017-2020年我国宏观经济环境分析

一、国民经济运行情况

二、全国居民收入情况

三、工业发展形势

四、固定资产投资情况

五、对外贸易&进出口

第二节 2017-2020年我国社会环境分析

一、人口环境状况

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、中国城镇化率

五、生态环境分析

六、居民的各种消费观念和习惯

七、知识经济背景下消费观念的发展趋向

第三节 我国宏观经济以及社会环境对于行业的影响

第四节 行业热点分析

一、2017-2020年我国保健食品行业热点回顾

二、行业热点对于我国保健食品行业的影响分析

## 第三章 保健食品行业政策环境

第一节 保健食品行业相关政策法规

一、国内相关政策法规

二、值得借鉴的国外相关政策法规

第二节 保健食品行业"十三五"发展结果

一、保健食品行业"十三五"规划概述

二、保健食品行业"十三五"成果回顾

第三节 保健食品行业"十三五"政策趋势预测

## 第四节 政策法规对于行业的影响

### 第二部分 保健食品行业现状分析

#### 第四章 全球保健食品行业发展现状分析

##### 第一节 全球保健食品行业发展现状

一、全球保健食品行业发展概况

二、全球保健食品行业区域市场结构

三、重点国家保健食品行业发展现状

##### 第二节 我国保健食品行业在全球市场的地位

一、我国保健食品行业进出口现状

二、我国保健食品行业在全球市场的地位分析

### 第五章 我国保健食品行业发展现状

#### 第一节 2017-2020年保健食品行业发展状况分析

一、2017-2020年保健食品行业发展概况

二、2017-2020年保健食品行业主要数据

#### 第二节 2017-2020年上半年保健食品行业发展状况分析

一、2017-2020年上半年保健食品行业发展概况

二、2017-2020年上半年保健食品行业趋势分析

三、2017-2020年上半年保健食品行业价格走势

四、2017-2020年上半年保健食品行业所暴露出的问题

#### 第三节 重点细分行业发展现状

一、功能性保健食品细分行业

二、营养补充剂细分行业

三、细分行业发展趋势预测

#### 第四节 2017-2020年我国保健食品行业发展趋势分析

### 第三部分 保健食品行业消费影响分析

#### 第六章 我国保健食品行业消费者属性分析

##### 第一节 我国保健食品行业消费者主要属性分析

一、消费者性别结构

二、消费者年龄结构

三、消费者行为调查与分析

四、消费者的购买目的与对保健品的看法

##### 第二节 消费者属性对于保健食品行业的影响

## 第七章 我国保健食品消费者购买渠道分析

### 第一节 我国保健食品行业销售渠道分析

一、线下渠道分析

二、线上渠道分析

### 第二节 我国保健食品消费者购买保健食品的渠道结构

一、消费者购买保健食品主要渠道结构

二、未来渠道发展预测

### 第三节 "互联网"时代为保健食品行业渠道变革提供了契机

## 第八章 我国保健食品行业竞争格局与消费者关联分析

### 第一节 我国保健食品行业品牌构成

### 第二节 影响消费者购买保健食品的主要因素

一、品牌

二、价格

三、功能

四、外包装

### 第三节 保健食品消费者对保健食品品牌拥有自主选择权

### 第四节 2021-2026年消费者青睐的因素变化趋势

## 第九章 全国各区域消费者品牌偏好分析

### 第一节 华北地区市场分析

一、市场规模分析

二、品牌结构分析

三、消费者对于高占有率品牌的偏好分析

四、前景预测分析

### 第二节 华东地区市场分析

一、市场规模分析

二、品牌结构分析

三、消费者对于高占有率品牌的偏好分析

四、前景预测分析

### 第三节 华南地区市场分析

一、市场规模分析

二、品牌结构分析

三、消费者对于高占有率品牌的偏好分析

#### 四、前景预测分析

##### 第四节 华中地区市场分析

一、市场规模分析

二、品牌结构分析

三、前景预测分析

##### 第五节 东北地区市场分析

一、市场规模分析

二、品牌结构分析

三、消费者对于高占有率品牌的偏好分析

#### 四、前景预测分析

##### 第六节 西北地区市场分析

一、市场规模分析

二、品牌结构分析

三、消费者对于高占有率品牌的偏好分析

#### 四、前景预测分析

##### 第七节 西南地区市场分析

一、市场规模分析

二、品牌结构分析

三、消费者对于高占有率品牌的偏好分析

#### 四、前景预测分析

### 第四部分 保健食品行业竞争格局

#### 第十章 国内外品牌竞争格局

##### 第一节 国内外品牌市场占比分析

一、国内外品牌市场占比对比分析

二、造成国内消费者认可国外品牌的因素分析

##### 第二节 国内外品牌竞争优劣势分析

一、国外品牌优劣势分析

二、国内品牌优劣势分析

##### 第三节 国内品牌出口现状

一、国内保健食品出口品牌结构

二、造成国外消费者认可国内品牌的因素分析

##### 第四节 国内市场集中度分析

一、行业集中度分析

二、企业集中度分析

### 三、区域集中度分析

#### 第五节 国内重点企业竞争力分析

- 一、重点企业营业收入对比分析
- 二、重点企业利润总额对比分析
- 三、重点企业综合竞争力对比分析

### 第十一章 国内主要保健食品企业分析

#### 第一节 汤臣倍健股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业发展现状分析
- 四、企业竞争优势分析

#### 第二节 哈药集团三精制药有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业发展现状分析
- 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、企业发展现状分析
- 四、企业竞争优势分析

#### 第四节 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、企业发展现状分析
- 四、企业竞争优势分析

#### 第五节 山东东阿阿胶股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业发展现状分析
- 四、企业竞争优势分析

#### 第六节 天狮集团有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第七节 上海黄金搭档生物科技有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第八节 南京中脉科技发展有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第九节 海南椰岛（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、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第十节 九芝堂股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第五部分 保健食品行业投资风险分析

第十二章 2021-2026年我国保健食品行业产业链发展预测

第一节 2021-2026年我国保健食品行业上游发展预测

一、2017-2020年我国保健食品行业上游发展状况

二、2021-2026年我国保健食品行业上游发展预测

三、2021-2026年上游行业发展对保健食品行业的影响

第二节 2021-2026年我国保健食品行业下游发展预测

一、2017-2020年我国保健食品行业下游发展状况

二、2021-2026年我国保健食品行业下游发展预测

三、2021-2026年下游行业发展对保健食品行业的影响

第三节 2021-2026年我国产业链投资机会预测

## 第十三章 2021-2026年我国保健食品行业投资风险分析

### 第一节 影响我国保健食品行业发展的主要因素分析

#### 第二节 我国保健食品消费者偏好变化趋势

#### 第三节 主要投资风险

一、政策和体制风险

二、技术风险

三、市场竞争风险

四、原材料压力风险

五、进入退出风险

六、经营管理风险

#### 第四节 应对投资风险的对策分析

## 第六部分 保健食品行业发展建议

### 第十四章 2021-2026年中国保健食品行业发展策略及投资建议分析

#### 第一节 保健食品行业发展策略分析

#### 第二节 保健食品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

#### 第三节 基于保健品企业的营销战略

一、降低保健品价格

二、开发新资源、高技术、方便剂型的保健品

三、促销重点从功效宣传转向保健知识宣传及品牌宣传

四、保健品功能分散化和单种保健品功能专一化

#### 第四节 2021-2026年中国保健食品生产及销售投资运作模式探讨

一、国内生产企业投资运作模式

二、国内营销企业投资运作模式

三、外销与内销优势分析

## 第十五章 专家建议

### 第一节 行业研究结论及建议

#### 第二节 行业投资建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

### 三、行业投资方式建议

#### 图表目录

- 图表：2017-2020年GDP同比增速和环比增速
- 图表：2017-2020年国民经济初步核算
- 图表：2017-2020年Q2中国居民人均收入实际增长速度
- 图表：2020年规模以上工业增加值同比增速
- 图表：2020年累计主营业务收入与利润总额同比增速
- 图表：2020年累计利润率与每百元主营业务收入中的成本
- 图表：2020年规模以上工业企业主要财务指标
- 图表：2020年规模以上工业企业经济效益指标
- 图表：2020年全国固定资产投资（不含农户）同比增速
- 图表：2020年固定资产投资到位资金同比增速
- 图表：2020年全国和民间固定资产投资增速
- 图表：2020年全国房地产开发投资增速
- 图表：2020年东中西部地区房地产开发投资情况
- 图表：2020年全国商品房销售面积及销售额增速
- 图表：2020年东中西部地区房地产销售情况
- 图表：2020年全国房地产开发企业土地购置面积增速
- 图表：2020年全国房地产开发企业本年到位资金增速
- 图表：2017-2020年末人口数及其构成
- 图表：2017-2020年中国城镇新增就业人数统计

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。《2020年中国保健食品行业分析报告-行业运营态势与发展前景预测》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管数据库。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：<https://baogao.chinabaogao.com/baojianpin/472721472721.html>