

中国营养品行业现状深度分析与投资前景研究报告（2023-2030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《中国营养品行业现状深度分析与投资前景研究报告（2023-2030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：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202311/672763.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

1、营养品行业定义

营养品是指可以补充人体欠缺及损失的营养成分的物品，类型分为基本型、健康型、选择性，如大豆异黄酮、海豹油、蜂王浆。基本营养有维生素、矿物质、纤维、乳酸菌、蛋白质、磷脂、EPA、DHA、胶原蛋白、软骨素等；这些成分是人体的构成要素，是保持身体健康所“不可或缺的营养素”。

2、老龄化加剧、国民健康意识提升为营养品行业发展奠定基石

随着人口老龄化加快、居民收入水平上升及生活品质改善，消费者逐渐追求高品质健康生活，尤其是在2020年疫情影响下，诉求愈发凸显，为整个营养品行业发展打下良好基础。

在老年化方面，随着我国社会老龄加剧及老年人自我健康管理和养生保健意识增强，对各类型营养保健食品的需求增加，为营养品行业带来巨大市场机会。根据国家统计局数据，2022年，全国60周岁及以上老年人口24936万人；全国65周岁及以上老年人口20948万人，占14.9%，远超联合国老龄化社会的标准。根据国家卫生健康委员会发布，据测算，预计“十四五”时期，60岁及以上老年人口总量将突破3亿，占比将超过20%，进入中度老龄化阶段。2035年左右，60岁及以上老年人口将突破4亿，在总人口中的占比将超过30%，进入重度老龄化阶段。

数据来源：观研天下整理

同时，随着居民可支配收入不断提高，消费者购买力及消费水平也随之上升，健康养生观念日益普及，我国居民消费者对自身健康管理及生活品质更加关注，进而扩大营养品行业市场需求。根据数据显示，2018-2022年，我国居民人均医疗保健消费支出不断提升（2022年达到2120元，同比增长8.6%），占总消费支出的比重持续在8%以上；2022年我国居民人均可支配收入为36883元，比上年名义增长5.0%。

数据来源：观研天下整理

数据来源：观研天下整理

3、我国营养品消费市场强劲增长

“熬最深的夜，吃最贵的保健品”，“养生”已经不仅仅是中老年人的消费标签时，年轻人也开始追求健康“养生”。因此，在年轻人和银发一族共同需求推动及居民消费能力提升，营养品成为消费复苏以来最强势的赛道之一。根据数据显示，2022年，我国营养品行业市场销售收入达2001亿元，同比增长7.8%。

数据来源：观研天下整理

除了营养品行业消费市场强劲增长外，各大头部企业在营养品领域均获得了业绩增长。例如，健合集团在2023年7月17日的公告中表示，截至2023年6月30日止六个月，成人营养及护理用品分部实现双位数的可观增长，主要受所有核心市场消费者对美容、复合维生素及护肝排毒产品的需求，以及推出SwissePlus+系列及软糖等创新品类所推动，其中Swisse软糖系列在澳洲取得高双位数的收入增长。汤臣倍健此前公告显示，公司境内和境外业务收入均实现快速增长，预计2023上半年净利润13.63亿元~15.72亿元，同比增长30%~50%，盈利水平有望超过2021年中报的13.71亿元。

而新进入营养品品牌也推出多款营养品种类。根据数据显示，2022年，我国营养品新品牌线上有1169个，线下营养品品牌数量超过2.5万个，线上和线下新营养品牌的销量分别占据市场总量1%和5.7%。

4、年轻消费者提出更丰富的细分需求

当下，在老龄化与消费群体低龄化趋势并驱，银发一族及年轻群体成为营养品行业消费增长的主要驱动人群。同时，根据相关调研结果，大部分年轻人购买膳食养生产品时，消费决策更加理性明智，注重营养品品质、安全、高性价比属性，信赖权威人士意见及大品牌背书，这也将成为未来行业消费趋势新特征。

此外，根据相关调研资料可知，失眠、肠胃问题、脱发、皮肤差是年轻消费者面临的共性问题，占比均在五成左右。与中老年人常见的骨关节和心脑血管健康问题不同，年轻群体具有独特的健康烦恼，对营养品行业提出更丰富的细分需求。

因此，如何抓住这些消费群体的细分需求，是现有及未来进入营养品行业的企业共同探索命题。现阶段，国内已经有不少头部企业开始布局高端营养品领域。例如，罗飞表示，健合是持续走“聚焦”战略的企业，从最初的益生菌业务出发扩展到三大业务，每个赛道都瞄准“高端营养”。（WYD）

注：上述信息仅作参考，具体内容请以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国营养品行业现状深度分析与投资前景研究报告（2023-2030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，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

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。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国营养品行业发展概述

第一节营养品行业发展情况概述

一、营养品行业相关定义

二、营养品特点分析

三、营养品行业基本情况介绍

四、营养品行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、营养品行业需求主体分析

第二节中国营养品行业生命周期分析

一、营养品行业生命周期理论概述

二、营养品行业所属的生命周期分析

第三节营养品行业经济指标分析

一、营养品行业的赢利性分析

二、营养品行业的经济周期分析

三、营养品行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球营养品行业市场发展现状分析

第一节全球营养品行业发展历程回顾

第二节全球营养品行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲营养品行业地区市场分析

一、亚洲营养品行业市场现状分析

二、亚洲营养品行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲营养品行业市场前景分析

第四节北美营养品行业地区市场分析

一、北美营养品行业市场现状分析

二、北美营养品行业市场规模与市场需求分析

三、北美营养品行业市场前景分析

第五节欧洲营养品行业地区市场分析

一、欧洲营养品行业市场现状分析

二、欧洲营养品行业市场规模与市场需求分析
三、欧洲营养品行业市场前景分析
第六节 2023-2030年世界营养品行业分布走势预测
第七节 2023-2030年全球营养品行业市场规模预测

第三章 中国营养品行业产业发展环境分析
第一节 我国宏观经济环境分析
第二节 我国宏观经济环境对营养品行业的影响分析
第三节 中国营养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 政策环境对营养品行业的影响分析
第五节 中国营养品行业产业社会环境分析

第四章 中国营养品行业运行情况
第一节 中国营养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 中国营养品行业市场规模分析
一、影响中国营养品行业市场规模的因素
二、中国营养品行业市场规模
三、中国营养品行业市场规模解析
第三节 中国营养品行业供应情况分析
一、中国营养品行业供应规模
二、中国营养品行业供应特点
第四节 中国营养品行业需求情况分析
一、中国营养品行业需求规模
二、中国营养品行业需求特点
第五节 中国营养品行业供需平衡分析

第五章 中国营养品行业产业链和细分市场分析
第一节 中国营养品行业产业链综述
一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、营养品行业产业链图解

第二节中国营养品行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对营养品行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对营养品行业的影响分析

第三节我国营养品行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国营养品行业市场竞争分析

第一节中国营养品行业竞争现状分析

一、中国营养品行业竞争格局分析

二、中国营养品行业主要品牌分析

第二节中国营养品行业集中度分析

一、中国营养品行业市场集中度影响因素分析

二、中国营养品行业市场集中度分析

第三节中国营养品行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国营养品行业模型分析

第一节中国营养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

第二节中国营养品行业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、中国营养品行业SWOT分析结论

第三节中国营养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 2019-2023年中国营养品行业需求特点与动态分析

第一节中国营养品行业市场动态情况

第二节中国营养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

第三节营养品行业成本结构分析

第四节营养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

第五节中国营养品行业价格现状分析

第六节中国营养品行业平均价格走势预测

一、中国营养品行业平均价格趋势分析

二、中国营养品行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国营养品行业所属行业运行数据监测

第一节中国营养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

第二节中国营养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

第三节中国营养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 2019-2023年中国营养品行业区域市场现状分析

第一节中国营养品行业区域市场规模分析

一、影响营养品行业区域市场分布的因素

二、中国营养品行业区域市场分布

第二节中国华东地区营养品行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区营养品行业市场分析

(1) 华东地区营养品行业市场规模

(2) 华南地区营养品行业市场现状

(3) 华东地区营养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、华中地区营养品行业市场分析

(1) 华中地区营养品行业市场规模

(2) 华中地区营养品行业市场现状

(3) 华中地区营养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、华南地区营养品行业市场分析

(1) 华南地区营养品行业市场规模

(2) 华南地区营养品行业市场现状

(3) 华南地区营养品行业市场规模预测

第五节 华北地区营养品行业市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区营养品行业市场分析
 - (1) 华北地区营养品行业市场规模
 - (2) 华北地区营养品行业市场现状
 - (3) 华北地区营养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、东北地区营养品行业市场分析
 - (1) 东北地区营养品行业市场规模
 - (2) 东北地区营养品行业市场现状
 - (3) 东北地区营养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、西南地区营养品行业市场分析
 - (1) 西南地区营养品行业市场规模
 - (2) 西南地区营养品行业市场现状
 - (3) 西南地区营养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、西北地区营养品行业市场分析
 - (1) 西北地区营养品行业市场规模
 - (2) 西北地区营养品行业市场现状
 - (3) 西北地区营养品行业市场规模预测

第十一章 营养品行业企业分析（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 2023-2030年中国营养品行业发展前景分析与预测

第一节 中国营养品行业未来发展前景分析

- 一、营养品行业国内投资环境分析
- 二、中国营养品行业市场机会分析
- 三、中国营养品行业投资增速预测

第二节 中国营养品行业未来发展趋势预测

第三节 中国营养品行业规模发展预测

- 一、中国营养品行业市场规模预测
- 二、中国营养品行业市场规模增速预测
- 三、中国营养品行业产值规模预测
- 四、中国营养品行业产值增速预测
- 五、中国营养品行业供需情况预测

第四节 中国营养品行业盈利走势预测

第十三章 2023-2030年中国营养品行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国营养品行业进入壁垒分析

- 一、营养品行业资金壁垒分析
- 二、营养品行业技术壁垒分析
- 三、营养品行业人才壁垒分析

四、营养品行业品牌壁垒分析

五、营养品行业其他壁垒分析

第二节营养品行业风险分析

一、营养品行业宏观环境风险

二、营养品行业技术风险

三、营养品行业竞争风险

四、营养品行业其他风险

第三节中国营养品行业存在的问题

第四节中国营养品行业解决问题的策略分析

第十四章 2023-2030年中国营养品行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国营养品行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国营养品行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 营养品行业营销策略分析

一、营养品行业产品策略

二、营养品行业定价策略

三、营养品行业渠道策略

四、营养品行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202311/672763.html>