

# 2020年中国保健食品行业分析报告- 市场现状调查与发展规划趋势

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-市场现状调查与发展规划趋势》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/463154463154.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

近年来随着人们对自身健康的重视、以及消费能力的提升，我国保健品市场规模保持增长态势。数据显示，2018年我国保健食品市场规模约为4000亿元，成为全球第二大保健食品市场，预计2019年将突破3500亿元。

2015-2019年我国保健食品市场规模预测情况 数据来源：中国保健协会

自2018年底“权健事件”的影响，进入到2019年，从相关部门制定“百日行动”监管措施后，我国保健食品行业就逐渐进入调整期，一系列监管的“紧箍咒”相继出台。例如2019年2月份，商务部新闻发言人高峰曾表示，商务部已经暂停办理直销企业的相关审批、备案等事项，正在积极会同相关职能部门开展保健品市场整治工作，并将建立直销企业和主要从业人员的信用“黑名单”制度，加大违法失信成本。然后再6月，国家市场监督管理总局等八部门联合印发的《2019网络市场监管专项行动（网剑行动）方案》明确提出，将严厉打击网上销售假冒伪劣保健食品的行为，营造放心消费环境。而根据分析，预计随着2019年12月1日《中华人民共和国食品安全法实施条例》等政策的落地，有关保健食品的市场监管将更加严格。行业内的优胜劣汰趋势将更加明显，诚信自律、管理规范的优秀企业将脱颖而出。

在上述一系列的监管下，我国保健食品市场的部分违法现象得到有效控制，市场进一步规范。但是，公众对保健食品行业的信任重建需要时间，在这个过程中，像如新、康宝莱、葆婴等国际保健食品龙头企业在中国市场的业绩均遭遇大幅下滑，江中药业、云南白药、桂林三金等我国知名药企的保健食品业务也受到一定影响，成为其业绩的“拖油瓶”。

此外，作为国内保健食品头部企业，东阿阿胶与碧生源的处境也不太好。以东阿阿胶为例，在2019年上半年，东阿阿胶业绩首次出现下滑，并且往年每逢十冬腊月，东阿阿胶会通过涨价来提升业绩。据统计，2000-2018年，东阿阿胶共提价18次，但是在今年其产品价格不升反降。另外有着“减肥茶第一股”之称的碧生源，在2019年也不得不通过出售资产来提振业绩，据了解，今年碧生源出售资产共三次，获得资金超过11亿元。

展望未来，未来我国保健食品市场前景广阔。首先，根据“健康中国2030战略”显示，大健康已上升为国家战略，未来产业前景光明，预计到2020年大健康产业规模有望突破9万亿元。而大健康观念的推行带动产业发展，为保健品市场带来增长空间。其次人口老龄化和人口基数大也为保健品带来广阔的需求。因此综上所述，未来我国保健品市场有着很大的发展空间。

保健品行业发展趋势预测

保健品行业发展趋势预测

近年来,中国药监局逐渐减少保健食品生产许可证的发放数量,营养保健品行业准入门槛提高,营养保健品行业负面舆情爆发促使中国政府开展一系列监管行动,颁布相关法律法规,行业监管力度加大。此外,中国营养保健品行业市场规模不断提升,营养保健品企业数量逐年递减,而规模以上保健品企业数量却保持稳定增长,中国保健品行业集中度将进一步提升。

## 营养保健品行业市场规模持续上升

随着中国经济的稳定发展,国民收入水平有所提高,国民消费需求和消费水平逐渐升级,中国的营养保健品人均支出将大幅增长;其次,中国国家政策对大健康产业扶持力度较大,营养保健品行业作为大健康产业的重要支柱逐渐被重视;2019年,中国60周岁及以上人口有21242万人,占总人口的155%,中国老龄人口基数较大,再加上保健品消费日益年轻化,营养保健品行业有望继续保持高速增长市场规模持续上升。

## 保健品产品多样化、消费日常化、功能专业化

目前,中国营养保健品行业正在向专业化的方向发展,产业内部和企业之间的分工协作更加细化。营养保健品日益被大众消费群体重视,消费群体多样化,消费者更加关注与自身健康需求更匹配的个性化产品,在功效、休闲、美味、使用便利等功能上要求更加严格,所以营养保健品产品多样化、消费日常化、功能专业化是行业必然的发展趋势。

## 消费群体年轻化,品牌发展时尚化、国际化

2018年,中国40到60岁的营养保健品消费者增长至35.0%,而60岁以上的营养保健品消费者则下降至42.0%,中国营养保健品消费群体呈现年轻化趋势。为了适应消费群体的转变,众多营养保健品牌计划打造时尚化国际化的品牌形象,开拓针对中年群体市场和青年群体市场的产品。

## 电商渠道成行业增长新引擎

目前,营养保健品在药店终端的销售增长日渐乏力,而对行业逐渐严格的管控,以及近期“百日行动”对违规直销的打击和处理都将使得线下的营养保健品市场份额进一步下降。随着新生代消费力量的崛起,电商成为年轻人养生潮流释放的重要渠道,而《电子商务法》等众多政策的出台,都对电商及跨境电商行业的健康发展起到推动作用。

## 营养保健品跨境电商发展向好

对于大多数境外营养健康产品来说,以一般贸易形式进入中国市场依然面临挑战,而跨境电子商务则进入门槛较低,中国政府也推出了众多利好政策鼓励跨境电商的发展。此外,中国消费者对于国外知名品牌质量的信任度较高,且对营养保健品的需求较多样,跨境电商平台受到中国消费者的欢迎。资料来源:互联网(ww)

### 【报告大纲】

#### 第一章 保健食品业相关概述

##### 第一节 保健食品阐述

- 一、保健食品的功用
- 二、保健食品与一般食品的区别
- 三、保健食品的外延

##### 第二节 保健食品的分类

- 一、原料来源分类
- 二、产品剂型分类

### 三、保健品功能分类

#### 第三节 中国保健食品的历程

##### 一、起步阶段

##### 二、启动成长阶段

##### 三、竞争发展阶段

##### 四、“信任危机”阶段

##### 五、“盘整复兴”阶段

#### 第二章 2020年全球保健食品运行状况分析

##### 第一节 2020年世界保健食品运行总况

###### 一、世界保健食品所处发展阶段

###### 二、世界保健食品市场监管分析

###### 三、世界保健食品标识内容的现状分析

###### 四、世界保健食品品市场动态分析

##### 第二节 2020年日本保健食品的细分化管理

###### 一、特定保健用食品

###### 二、营养机能食品

###### 三、健康食品

##### 第三节 2020年世界其它地区保健食品发展及动态分析

###### 一、美国提高保健食品行业门槛

###### 二、韩国开发营养保健食品概况

###### 三、加拿大营养保健食品行业发展现状

###### 四、大豆：国际保健食品市场新宠

##### 第四节 2021-2026年世界营养保健食品市场发展趋势探析

#### 第三章 2020年中国保健食品运行环境解析

##### 第一节 2020年中国经济环境分析

###### 一、中国GDP分析

###### 二、消费价格指数分析

###### 三、城乡居民收入分析

###### 四、社会消费品零售总额

###### 五、全社会固定资产投资分析

###### 六、进出口总额及增长率分析

##### 第二节 2020年中国保健食品政策环境分析

###### 一、食品药品监督管理局印发保健食品安全整顿实施方案

###### 二、《保健食品管理办法》

###### 三、保健（功能）食品通用标准

#### 四、《保健食品检验与评价技术规范》

#### 五、保健食品广告营销新规对产业的影响分析

#### 六、《食品安全法》为保健品行业设门槛

### 第三节 2020年中国营养保健食品社会环境分析

#### 一、经济成长带动消费升级

#### 二、人口城市化创造巨大的需求

#### 三、消费观念变化拉动需求

#### 四、老人和儿童市场快速成长

#### 五、“亚健康”人群迅速增长的需求

### 第四章 2020年中国保健食品业运行新态势分析

#### 第一节 2020年中国保健品业运行综述

#### 一、保健品市场进入“冰封”时期

#### 二、保健品行业困境之中被迫转型

#### 三、中国保健品行业备受外资青睐

#### 第二节 2020年中国保健食品业运行透析

#### 一、保健食品市场资源状况

#### 二、保健食品行业进入严管时代

#### 三、保健食品总体需求状况分析

#### 第三节 2020年中国保健食品业发展中存在的问题分析

#### 一、功能结构不尽合理

#### 二、迅速崛起飞快没落、波动较大

#### 三、虚假宣传误导消费

#### 四、产品百花齐放

#### 五、质量水平参差不齐

### 第五章 中国营养、保健食品制造行业规模以上企业经济运行数据监测

#### 第一节 中国营养、保健食品制造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、保健食品制造所属行业产销与费用分析

#### 一、产成品分析

#### 二、销售收入分析

#### 三、负债分析

#### 四、利润规模分析

#### 五、产值分析

#### 六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国营养、保健食品制造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 2020年中国保健食品市场消费调研分析

第一节 影响保健食品需求的因素

一、消费者认知

二、消费者收入

三、保健食品功效夸大

四、消费者对保健食品产生信任危机

第二节 2020年中国保健食品市场消费调研

一、保健食品市场最受关注十大品牌

二、保健食品功效关注调研

三、保健食品价格敏感度调研

四、保健食品食用频率

第三节 2020年中国保健食品需求结构分析

一、城乡需求结构

二、不同群体需求结构

1、儿童

2、女性

3、老年人

三、地域差异

1、东部地区

2、中部地区

3、西部地区

四、各线城市差异

1、一线城市----以上海、北京为例

2、二线城市----以杭州、沈阳为例

第七章 2020年中国保健食品消费市场分析

第一节 2020年中国保健食品消费者分析

- 一、现代人的保健观念
- 二、保健食品消费者消费行为分析
- 三、保健食品消费群体分析
- 第二节 2020年中国保健食品消费者市场分析
  - 一、中老年保健食品市场发展分析
  - 二、女性保健食品市场发展状况分析
  - 三、儿童青少年保健食品市场发展状况分析
- 第三节 2020年中国保健食品热点产品市场分析
  - 一、“改善皮肤水份”功能保健食品市场分析
  - 二、“增加骨密度”功能保健食品市场分析
  - 三、“排铅”功能保健食品市场分析
  - 四、“抗疲劳”功能保健食品市场分析
  - 五、抗辐射功能保健食品市场
  - 六、补血、补脑类保健品产品市场分析
- 第八章 2020年中国保健食品企业营销策略分析
  - 第一节 2020年中国保健食品营销策略分析
    - 一、保健食品营销战略四大致命误解
    - 二、注重产品品质
    - 三、把承诺落在实处
    - 四、注重消费者感受
  - 第二节 2020年中国保健食品产业销售渠道分析
    - 一、药店
    - 二、超市
    - 三、网上购物
  - 第三节 2020年中国保健品市场营销案例解析
    - 一、太阳神---CI理念的先行者
    - 二、三株---人海战术的先驱
    - 三、脑白金---礼品概念的最大赢家
    - 四、红桃K---农村市场战略的胜利者
    - 五、太太---创新守住女人阵地
    - 六、安利纽崔莱---科技驱动、明星领跑
  - 第四节 2020年中国保健品市场营销策略建议
    - 一、理性回归---从严谨的市调开始
    - 二、产品延伸---1+1大于
    - 三、精准定位---创造差异诉求



四、善用媒介---科学投放策略

五、终端制胜---软硬兼施见真功

六、广告创新---实效的增值之道

七、范式变革---企业角色转换

八、品牌营销---直面市场未来

九、科技应用---技术创新促发展

第九章 2020年中国保健食品市场竞争态势分析

第一节 2020年中国保健食品竞争总况

一、保健食品竞争力体现

二、保健食品由无序竞争走向品牌竞争

三、保健食品营销渠道竞争

第二节 2020年中国保健食品集中度分析

一、市场集中度分析

二、区域集中度分析

第三节 2021-2026年中国保健食品竞争趋势分析

第十章 中国营养保健食品行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 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

第二节 宝健（中国）日用品有限公司

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 卫材（苏州）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

第四节 完美(中国)日用品有限公司

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 北京澳特舒尔保健品开发有限公司

###### 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 康宝莱（中国）保健品有限公司

###### 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 岳阳市本草生物工程技术有限公司

###### 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 广州黄振龙凉茶有限公司

###### 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 南京九蜂堂蜂产品有限公司

###### 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 深圳市博康保健品有限公司

###### 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

##### 第十一节 略.....

#### 第十一章 2021-2026年中国营养保健食品产业投资机会与风险分析

##### 第一节 2021-2026年中国营养保健食品行业投资环境分析

###### 一、营养保健食品市场拉动

## 二、营养保健食品科技推动

## 三、营养保健食品管理带动

### 第二节 2021-2026年中国营养保健食品行业投资机会分析

#### 一、营养保健食品行业投资吸引力分析

#### 二、营养保健食品行业投资区域分析

### 第三节 2021-2026年中国营养保健食品行业投资风险预警

#### 一、政策监管日益加强

#### 二、原材料风险预警

#### 三、行业竞争风险预警

### 第四节 研究中心专家建议

## 第十二章 2021-2026年中国营养保健食品行业运行前景预测分析

### 第一节 2021-2026年中国营养保健食品行业发展趋势分析

#### 一、公众自我保健意识加强推动产业发展

#### 二、医疗体制改革对产业发展起到助推作用

### 第二节 2021-2026年中国营养保健食品行业市场预测分析

#### 一、中国营养保健食品种类供需预测分析

#### 二、中国营养保健食品潜在消费者发展趋势预测分析

#### 三、中国营养保健食品价格发展趋势预测分析

### 第三节 2021-2026年中国营养保健食品行业盈利预测分析

#### 图表目录：部分

图表2017-2020年中国GDP总量及增长趋势图

图表2020年一季度中国三产业增加值结构图

图表2017-2020年中国CPI、PPI月度走势图

图表2017-2020年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表2017-2020年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表2017-2020年中国城乡居民人均收入增长对比图

图表2017-2020年中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表2017-2020年中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表2017-2020年中国工业增加值增长趋势图

图表2017-2020年我国社会固定资产投资额走势图

图表2017-2020年我国城乡固定资产投资额对比图

图表2017-2020年我国财政收入支出走势图

图表2020年人民币兑美元汇率中间价

图表2020年人民币汇率中间价对照表

图表2020年中国货币供应量统计表单位：亿元

图表2020年中国货币供应量的增速走势图

图表2017-2020年中国外汇储备走势图

图表2017-2020年中国外汇储备及增速变化图

图表2020年中国人民币利率调整表

图表2017-2020年央行历次调整利率时间及幅度表

图表我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表详见报告正文 . . . . . (GYXZN)

### 【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-市场现状调查与发展规划趋势》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。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baojianpin/463154463154.html>