

中国保健用品行业发展趋势分析与投资前景预测报告（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《中国保健用品行业发展趋势分析与投资前景预测报告（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/202207/603918.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

保健用品行业产业链的上游为保健用品原材料、包装设备等；中游是保健用品，下游主要是保健用品的销售渠道。

数据来源：观研天下整理

现阶段，我国保健用品行业产业链上游主要是保健用品原材料及包装设备等；其中原材料主要有人参、山银花、三七等等。

我国保健用品行业产业链上游代表企业优势分析

类别

企业名称

业务范围

优势分析

原材料

云南白药

化学原料药、化学药制剂、中成药、中药材、保健食品等

品牌优势：“传承不泥古,创新不离宗”,我们始终守护云南白药民族品牌之精髓,并不断为其注入新的品牌活力。2019年12月,云南白药以品牌价值255亿元位列2019胡润品牌榜第66位,蝉联医疗健康行业第1位,连续11年入围榜单。

区位优势：低纬高原地区的地貌特征,造就了云南“植物王国”的美誉,从高原雪山到热带雨林,丰富的气候类型孕育了三七、滇重楼、灯盏花等占全国51%的6559种药物资源。

广誉远

中药原料药、西药原料药、片剂、硬胶囊剂、软胶囊剂、颗粒剂、注射剂等

产品优势：公司拥有龟龄集、定坤丹、安宫牛黄丸、牛黄清心丸等百余种传统中药批准文号。

品牌优势：广誉远国药历史积淀深厚,距今已有475 年的历史,是中国现存历史最为悠久的中药企业与药品品牌,曾与北京同仁堂、杭州胡庆余堂、广州陈李济并称为“清代四大名店”,现为国家商务部首批“中华老字号”企业。

同仁堂

制造、加工中成药制剂；经营中成药、西药制剂、生化药品；

创新优势：公司围绕市场需求,打造具备成长能力和盈利空间的品种梯队,以技术创新不断完善生产工艺并采用机械化生产助推产能升级,通过打造自有商业零售终端,全面提升公司业务能力和确保持久的核心竞争力。

品牌优势：公司品牌历史悠久,文化底蕴深厚,创建于清康熙八年(1669年)的同仁堂老字号,为

清朝宫廷供奉御药188年,在新中国成立后率先完成公私合营,二十世纪九十年代初在改革开放的大潮下改制为集团公司,1997年整合下属优质资产,独家发起以募集方式设立股份有限公司(即本公司)并在上海证券交易所上市。

包装设备

永新股份

生产和销售真空镀膜、多功能薄膜、彩印复合软包装材料、纸基复合包装材料、新型医药包装材料、塑料制品、精细化工产品等高新技术产品

产业链完整优势：公司一直积极实施“纵向一体化”发展策略,持续稳健的推进自建或并购延伸产业链,提升技术平台,完善配套生产,降低生产成本,增强公司抗市场风险的能力。

科技研发优势：立足主业,大力创新,提升研发水平,与客户分享新技术带来市场升值。不仅培养了公司自己的科研团队,还建立了一套较为科学的研发系统,在注重自主研发的同时,通过合作开发及引进消化,增强了公司在业内的优势。

品牌优势：公司作为国内领先的软包装产品及服务提供商,注重技术创新和服务,为客户提供优秀的产品包装解决方案,被国内众多快速消费品品牌所认同;在海外市场也占有一席之地。

新美星

包装专用设备制造;塑料加工专用设备制造;通用设备制造

技术优势：依托高素质的技术研发人员、高端的研发测试平台以及高效的研发体系,公司不断加大技术研发投入,通过技术创新、自主研发,在液态食品无菌灌装领域,打破了国际液态食品包装企业对 PET 瓶无菌冷灌装技术的长期垄断。

品牌优势：公司始终将品牌建设作为企业经营管理的重中之重,多年来不断孜孜以求,通过全方位提升和优化管理水平、技术水平、质量水平、售后服务水平,打造国内液态食品包装机械行业的一线品牌形象

正川股份

制造、加工、销售:锁口瓶,药用玻璃瓶,瓶盖,塑料制品,玻璃仪器及制品,医药包装技术服务

品牌优势：公司所属的药包材行业属于大消费类行业,品牌是行业内企业的核心竞争力之一,公司拥有的“正川”字号经过近二十年的发展,逐渐为客户、供应商和社会公众认同与熟识,成为公司一笔宝贵的财富;2011年、2014年,公司注册证号为1194551的“正川”商标被重庆市工商行政管理局授予为重庆市著名商标;2013年,公司生产的“低硼硅玻璃管制注射剂瓶”获评“重庆市名牌产品”。

市场优势：公司拥有全国性的销售服务网络,已与全国超过三百家客户建立了长期友好的合作关系,其中包括多家大中型医药生产企业

数据来源：观研天下整理

我国保健用品行业产业链中游主要是保健用品的种类。主要包括保健药品、保健化妆品、等等。

我国保健用品行业产业链中游代表企业优势分析

类别

企业名称

优势分析

保健药品

华北制药

品牌优势：公司产品在医药市场上有着较为广泛的认知和良好的美誉度,公司使用的“华北”牌商标在医药行业最早被认定为中国驰名商标,入选《福布斯》中国最有价值五大工业品牌之一,另外,公司拥有青帝、强林坦、智舒、盛吗啉、西林舒、知芙保等6个著名商标,为产品推广和销售打下了坚实的基础。

质量优势：在国家监督性抽检中,公司产品合格率保持在100%。公司的青霉素V钾片通过卫生部万例“免皮试”临床验证。

研发优势：公司拥有国内医药行业最大的药用微生物菌种资源库、国内规模最大的微生物新药筛选菌种库和代谢产物库,在微生物来源的新药筛选领域达到国内领先水平。

亚宝药业

品牌优势：公司的“亚宝”商标为“中国驰名商标”,在医药市场具有较高的认知度和影响力

营销优势：公司按照差异化营销和大终端战略,建立了专业化的商务分销、OTC促销、招商代理、学术推广等队伍。形成了覆盖全国市场的多层次渠道及终端营销网络。

九典制药

产品结构优势：公司地红霉素肠溶片等22个品规进入2012版国家基本药物目录,盐酸左西替利嗪片、盐酸左西替利嗪胶囊、泮托拉唑钠肠溶片、肝复乐胶囊等45个品种进入国家医保目录,能面向医保报销客户销售,销售覆盖面广。

产业链优势：公司主要制剂产品使用自产的原料药、药用辅料生产,从源头上确保了制剂品质的高标准和一致性;同时原料药供应稳定,不受制于上游原料药厂家,更不会形成主导制剂产品原料药被其他企业垄断的局面

市场竞争优势：已产在销的复方南五加口服液、参苓口服液、十八味补肾益气口服液、蓝荷明合剂、开胃理脾口服液等为国内独家品种,盐酸左西替利嗪胶囊、塞克硝唑分散片等为独家剂型,能够避免市场中的同质化竞争

保健化妆品

珀莱雅

品牌优势：公司目前旗下拥有“珀莱雅”、“优资莱”、“悠雅”、“韩雅”、“猫语玫瑰”、“悦芙媞”等品牌,产品覆盖护肤品、彩妆、清洁洗护、香薰等多个领域,不同品牌产品针对群体广泛,适合不同年龄阶层和消费群体,形成多品牌差异化发展。

生产优势：公司除少量彩妆及新品牌“悦芙媞”委托其他厂家生产外,旗下主要品牌“珀莱雅”、“韩雅”、“优资莱”均采用自主生产的方式。

营销渠道优势：公司已在全国设有七个销售大区,与400余家经销商建立合作关系,覆盖30多

个省级行政区,形成了全国性的销售网络。

莱茵生物

原材料优势:公司的主要特有品种罗汉果,荔枝皮,苦橙,八角等提取物的原料是广西本地特产,可以采用新鲜原料进行提取

技术优势:公司已系统地掌握一整套植物提取物研发,生产技术诀窍和关键工艺,形成具有自主知识产权系列核心技术,技术中心已开发出200多个产品,60多个产品经国外独立检测机构严格检测,采用植物提取工艺包括低温膜分离技术,生物发酵,柱层析,动态逆流萃取等,有提取速度更快,成本更低,收率更高优势。

数据来源:观研天下整理

我国保健用品行业产业链下游主要是保健用品的消费市场。如超市、药店、电商等等,其中电商代表企业有阿里巴巴、拼多多、京东、唯品会、苏宁易购等。

我国保健用品行业产业链下游代表企业优势分析

类别

企业名称

优势分析

超市

三江购物

信用优势:公司经过多年的发展已积累了良好的行业口碑,坚持诚实守信原则,与主要供货商建立了长期而稳定的合作关系。

区域规模优势:公司作为浙江省最大的连锁企业之一以及省重点流通企业,截止报告期末省内已发展到164家门店,无论与外资零售商或其他零售商相比,均具备了区域规模优势。

成本优势:通过实行商品统一采购和配送,增强了与供应商的价格谈判能力,降低了采购成本,节省了配送费用,为公司倡导“天天平价”创造条件。

红旗连锁

网络布局优势:公司通过市场调研分析并结合公司实际情况,确定了以成都为中心向周边地区辐射的发展战略。门店通常选址于所在城市的黄金地段或预计具有良好发展潜力的商圈

物流体系优势:目前,公司拥有西河、簇桥、红光、温江四个物流配送中心,实现了大部分商品的统一仓储与配送,含烟草的统一配送率达到90%以上,门店配送频率得到提升,平均每周门店配送率达到3.7次。

电商

阿里巴巴

企业规模:业务包括中国商业、国际商业、本地生活服务、菜鸟、云业务、数字媒体及娱乐以及创新及其他业务。围绕着我们的平台与业务,一个涵盖了消费者、商家、品牌、零售商、第三方服务提供商、战略合作伙伴及其他企业的生态体系已经形成。

市场地位:2019《财富》未来50强榜单公布,阿里巴巴集团排名第11。“一带一路”中国企

业100强榜单排名第5位。12月，阿里巴巴集团入选2019中国品牌强国盛典榜样100品牌。2020年1月11日，阿里巴巴宣布其成为鼠年春晚独家电商合作伙伴，并提供电商补贴。

拼多多

企业优势：2021年10月，因链接农户和消费者端的创新及在农业领域的贡献，入选《财富》杂志“2021年度改变世界”榜单，并荣膺中国互联网公司以及全球电商公司首位。

人才优势：公司成员平均年龄27岁，70%毕业于清华、北大、复旦、交大、浙大等国内知名高校以及其他海外名校，其中包括大量来自各互联网企业的技术和产品精英。至2021年，公司员工达到8000人，其中技术工程师占比50%以上。

数据来源：观研天下整理（YA）

观研报告网发布的《中国保健用品行业发展趋势分析与投资前景预测报告（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，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年中国保健品行业发展概述

第一节 保健品行业发展情况概述

一、保健品行业相关定义

二、保健品特点分析

三、保健品行业基本情况介绍

四、保健品行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、保健品行业需求主体分析

第二节中国保健品行业生命周期分析

一、保健品行业生命周期理论概述

二、保健品行业所属的生命周期分析

第三节保健品行业经济指标分析

一、保健品行业的赢利性分析

二、保健品行业的经济周期分析

三、保健品行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球保健品行业市场发展现状分析

第一节全球保健品行业发展历程回顾

第二节全球保健品行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲保健品行业地区市场分析

一、亚洲保健品行业市场现状分析

二、亚洲保健品行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲保健品行业市场前景分析

第四节北美保健品行业地区市场分析

一、北美保健品行业市场现状分析

二、北美保健品行业市场规模与市场需求分析

三、北美保健品行业市场前景分析

第五节欧洲保健品行业地区市场分析

一、欧洲保健品行业市场现状分析

二、欧洲保健品行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲保健品行业市场前景分析

第六节 2022-2029年世界保健品行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球保健品行业市场规模预测

第三章 中国保健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品行业的影响分析

第三节中国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
- 三、主要行业标准

第四节政策环境对保健品行业的影响分析

第五节中国保健品行业产业社会环境分析

第四章 中国保健品行业运行情况

第一节中国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

第二节中国保健品行业市场规模分析

- 一、影响中国保健品行业市场规模的因素
- 二、中国保健品行业市场规模
- 三、中国保健品行业市场规模解析

第三节中国保健品行业供应情况分析

- 一、中国保健品行业供应规模
- 二、中国保健品行业供应特点

第四节中国保健品行业需求情况分析

- 一、中国保健品行业需求规模
- 二、中国保健品行业需求特点

第五节中国保健品行业供需平衡分析

第五章 中国保健品行业产业链和细分市场分析

第一节中国保健品行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、保健品行业产业链图解

第二节中国保健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、下游产业对保健品行业的影响分析

第三节我国保健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年中国保健品行业市场竞争分析

第一节中国保健品行业竞争现状分析

一、中国保健品行业竞争格局分析

二、中国保健品行业主要品牌分析

第二节中国保健品行业集中度分析

一、中国保健品行业市场集中度影响因素分析

二、中国保健品行业市场集中度分析

第三节中国保健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 2018-2022年中国保健品行业模型分析

第一节中国保健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、中国保健品行业SWOT分析结论

第三节中国保健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年中国保健品行业需求特点与动态分析

第一节中国保健品行业市场动态情况

第二节中国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

第三节保健品行业成本结构分析

第四节保健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

第五节中国保健品行业价格现状分析

第六节中国保健品行业平均价格走势预测

一、中国保健品行业平均价格趋势分析

二、中国保健品行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国保健品行业所属行业运行数据监测

第一节中国保健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年中国保健品行业区域市场现状分析

第一节中国保健品行业区域市场规模分析

一、影响保健品行业区域市场分布的因素

二、中国保健品行业区域市场分布

第二节中国华东地区保健品行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区保健品行业市场分析

(1) 华东地区保健品行业市场规模

(2) 华南地区保健品行业市场现状

(3) 华东地区保健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、华中地区保健品行业市场分析

(1) 华中地区保健品行业市场规模

(2) 华中地区保健品行业市场现状

(3) 华中地区保健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、华南地区保健品行业市场分析

(1) 华南地区保健品行业市场规模

(2) 华南地区保健品行业市场现状

(3) 华南地区保健品行业市场规模预测

第五节 华北地区保健品行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区保健品行业市场分析

(1) 华北地区保健品行业市场规模

(2) 华北地区保健品行业市场现状

(3) 华北地区保健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、东北地区保健品行业市场分析

(1) 东北地区保健品行业市场规模

(2) 东北地区保健品行业市场现状

(3) 东北地区保健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、西南地区保健品行业市场分析

(1) 西南地区保健品行业市场规模

(2) 西南地区保健品行业市场现状

(3) 西南地区保健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、西北地区保健品行业市场分析

(1) 西北地区保健品行业市场规模

(2) 西北地区保健品行业市场现状

(3) 西北地区保健品行业市场规模预测

第十一章 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

· · · · ·

第十二章 2022-2029年中国保健品行业发展前景分析与预测

第一节 中国保健品行业未来发展前景分析

- 一、保健品行业国内投资环境分析
- 二、中国保健品行业市场机会分析
- 三、中国保健品行业投资增速预测
- 第二节中国保健品行业未来发展趋势预测
- 第三节中国保健品行业规模发展预测
 - 一、中国保健品行业市场规模预测
 - 二、中国保健品行业市场规模增速预测
 - 三、中国保健品行业产值规模预测
 - 四、中国保健品行业产值增速预测
 - 五、中国保健品行业供需情况预测
- 第四节中国保健品行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国保健品行业进入壁垒与投资风险分析

- 第一节中国保健品行业进入壁垒分析
 - 一、保健品行业资金壁垒分析
 - 二、保健品行业技术壁垒分析
 - 三、保健品行业人才壁垒分析
 - 四、保健品行业品牌壁垒分析
 - 五、保健品行业其他壁垒分析
- 第二节保健品行业风险分析
 - 一、保健品行业宏观环境风险
 - 二、保健品行业技术风险
 - 三、保健品行业竞争风险
 - 四、保健品行业其他风险
- 第三节中国保健品行业存在的问题
- 第四节中国保健品行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国保健品行业研究结论及投资建议

- 第一节观研天下中国保健品行业研究综述
 - 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 保健品行业营销策略分析

一、保健品行业产品策略

二、保健品行业定价策略

三、保健品行业渠道策略

四、保健品行业促销策略

第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202207/603918.html>