

中国保健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/202208/607677.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（功能）食品是食品的一个种类，具有一般食品的共性，能调节人体的机能，适用于特定人群食用，但不以治疗疾病为目的。

保健品支持类政策

近年来，为发展营养强化食品和保健品，促进居民营养改善，我国各部门纷纷出台了一系列政策，如国务院发布的《关于印发“十四五”中医药发展规划的通知》，中药材质量水平持续提升，供应保障能力逐步提高，中药注册管理不断优化，中药新药创制活力增强。中医药养生保健服务有序发展，中医药与相关业态持续融合发展。

我国保健品支持类相关政策汇总

文件名称

相关内容

发文部门

《关于印发“十四五”中医药发展规划的通知》

中药材质量水平持续提升，供应保障能力逐步提高，中药注册管理不断优化，中药新药创制活力增强。中医药养生保健服务有序发展，中医药与相关业态持续融合发展。

国务院

《关于印发计量发展规划(2021—2035年)的通知》

加快医疗健康领域计量服务体系建设，围绕疾病防控、生物医药、诊断试剂、高端医疗器械、康复理疗设备、可穿戴设备、营养与保健食品等开展关键计量测试技术研究和应用。

国务院

《关于加强保健食品标志管理的公告(征求意见稿)》

市场监管总局

《关于印发“十四五”国民健康规划的通知》

适应行业特点的医学教育和人才培养体系逐步健全，卫生健康科技创新能力进一步增强，卫生健康信息化建设加快推进，健康服务、医药制造等健康产业持续发展。

国务院办公厅

《中国食物与营养发展纲要（2014-2020年）》

纲要明确制定了营养素摄入量目标，要达到保障充足的能量和蛋白质摄入量，控制脂肪摄入量，保持适量的维生素和矿物质摄入量。发展营养强化食品和保健品，促进居民营养改善。

国务院

《“健康中国2030”规划纲要》

持“健康优先”的发展战略，提出制定实施国民营养计划，深入开展食物（农产品、食品）营养功能评价研究，全面普及膳食营养知识，发布适合不同人群特点的膳食指南，引导居民形成科学的膳食习惯，推进健康饮食文化建设。建立健全居民营养监测制度，对重点区域、重点人群实施营养干预，重点解决微量营养素缺乏、部分人群油脂等高能食物摄入过多等问题，逐步解决居民营养不足与过剩并存问题，实施临床营养干预。

国务院

《关于促进食品工业健康发展的指导意见》

积极开展食品健康功效评价，加快发展婴幼儿配方食品、老年食品和满足特定人群需求的功能食品，支持发展养生保健品，研究开发功能性蛋白、功能性膳食纤维、功能性糖原、功能性油脂、益生菌类、生物活性肽等保健和健康食品，并开展应用示范。

国家发展改革委、工业和信息化部

《“十三五”食品科技创新专项规划》

积极推进公众营养健康的全面改善，不断增强健康食品精准制造技术水平与开发能力，在营养均衡靶向设计与健康干预定向调控以及功能保健型营养健康食品与特殊膳食食品开发等方面迫切需要科技引领。

科技部

资料来源：观研天下整理

保健品规范类政策

与此同时，国家也陆续发布了一系列政策加强对保健品的监管，如2021年4月国家卫生健康委发布的《关于印发2021年纠正医药购销领域和医疗服务中不正之风工作要点的通知》提到，规范医疗机构名称，打击仿冒混淆、虚假宣传、商业贿赂及发布违法医疗广告等行为，整治医疗美容行业使用走私贩私、假冒伪劣产品以及保健品领域乱象。

我国保健品规范类相关政策汇总

省市

时间

政策名称

相关内容

2019年1月

百日行动

卫信部等13个部门

加大对“保健”市场重点行业、重点领域、重点行为的事中事后监管力度，依法严厉打击虚假宣传、虚假广告、制售假冒伪劣产品等扰乱市场秩序、欺诈消费者等各类违法行为。

2019年4月

《市场监管总局关于征求调整保健食品保健功能意见的公告》

市场监管总局

拟取消21项保健食品功能，引导消费者理性消费。其中，首批拟调整功能声称表述的保健功能有18项，包括免疫调节/增强免疫力、抗氧化、减肥、改善睡眠等。

2019年5月

《中共中央国务院关于深化改革加强食品安全工作的意见》

国务院

实施保健食品行业专项清理整治行动。全面开展严厉打击保健食品欺诈和虚假宣传，虚假广告等违法犯罪行为。加大联合执法力度，大力整治保健食品市场秩序，严厉查处各种非法销售保健食品行为，打击传销。完善保健食品标准和标签标识管理。

2019年6月

《2019年食品安全重点工作安排的通知》

国务院食品安全委员会

实施保健食品行业专项清理整治行动。严厉打击保健食品欺诈和虚假宣传、虚假广告、传销等违法犯罪行为。开展以老年人识骗、防骗为主要内容的宣传教育活动。大力整治保健食品市场秩序，严厉查处各种非法销售保健食品行为。

2019年7月

《国务院关于实施健康中国行动的意见》

国务院

指导未来疾病预防和健康促进工作的重要文件，《意见》提出，将开展15个重大专项行动，推动从以治病为中心转变为以人民健康为中心。努力使群众不生病，少生病，提高生活质量。

2019年8月

《保健食品标注警示用语指南》

市场监管总局

保健食品标签设置警示用语区及警示用语警示用语区位于最小销售包装包装物(容器)的主费展示版面,所占面积不应小于其所在面的20%警示用语区内文字与警示用语区背景有明显色差警示用语使用黑体字印刷，包括以下内容：保健食品不是药物，不能代替药物治疗疾病。

2019年10月

《保健食品原料目录与保健功能目录管理办法》

国家市场监督管理总局等2个部门

允许保健食品声称的保健功能目录是指依照本办法制定的具有明确评价方法和判定标准的保健功能信息。

2019年11月

《保健食品命名指南(2019年版)》

市场监管总局

食品名不得涉及疾病预防、治疗功能，不得误导、欺骗消费者，通用名不得含有虚假夸大词语，不得包含人体组织、器官、不得含有制定人群。对于同一配方与同一名称申报与审评《指南》要求，同一企业不得使用同一配方注册或者备案不同名称的保健食品；不得使用同一名称注册或者备案不同配方的保健食品。

2019年12月

《保健食品备案产品可用辅料及其使用规定(2019年版)》

国家市场监督管理总局

对保健食品中可用辅料是使用种类以及使用量进行规定。

2020年1月

《保健食品标注警示用语指南》

国家市场监督管理总局

保健食品适用于特定人群食用，但不以治疗疾病为目的。为指导保健食品警示用语标注，使消费者更易于区分保健食品与普通食品、药引导消费者理性消费。

2020年2月

《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查文书格式范本》

国家市场监督管理总局

为贯彻落实《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》，规范药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查工作，统一文书格式范本式样。

2020年3月

《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》

国家市场监督管理总局

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。

2021年04月

<关于印发2021年纠正医药购销领域和医疗服务中不正之风工作要点的通知>

国家卫生健康委

规范医疗机构名称，打击仿冒混淆、虚假宣传、商业贿赂及发布违法医疗广告等行为，整治医疗美容行业使用走私贩私、假冒伪劣产品以及保健品领域乱象。

2022年1月

<关于印发“十四五”市场监管现代化规划的通知>

国务院

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

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

第九节 2022-2029年中国保健品行业市场规模区域分布预测

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

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202208/607677.html>