

中国养生零食行业现状深度研究与投资趋势预测报告（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《中国养生零食行业现状深度研究与投资趋势预测报告（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/202211/618403.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

一、行业基本概述

所谓养生零食，通常指功能性食品，一般指依照营养学配制食材，以养生保健目的为主，从而加工成的直接食用食品。依照表现形式，养生零食可以划分成为传统零食类、即食补品类和化学功能类，常见的有芝麻丸、即食燕窝和枸杞原液等。

资料来源：观研天下整理

我国养生零食发展较晚，且在1995年之前，市场上的养生零食较为传统，人们还未集中出现养生的理念，消费者以老年人为主，行业的监管也不充分，各类伪劣产品横生。直到1996年3月15日颁布了《保健食品管理办法》之后，行业内的各类拥有养生功能的便捷食品开始出现，行业整体开始走上规范化道路。并到2019年以来，由于当下年轻人对于养生存在多样的焦虑，例如脱发、睡眠缺失、营养不均衡、肥胖等，从而便捷养生食品也开始被要求拥有针对性的“食补”功能；使得养生零食行业进入快速发展阶段。但值得注意的是，这一阶段行业内产品的同质化现象十分严重，企业较难获得绝对竞争优势，竞争十分激烈。

资料来源：观研天下整理

二、行业发展现状

近年来随着社会节奏不断加快，日常生活工作压力越来越大，生活习惯越来越不规律，也使得人们对自身健康问题的担忧。尤其是因此Z世代普遍存在对于自身健康问题的担忧，例如心理健康、肥胖问题、严重脱发、消化问题等，“养生”因此受到年轻一代消费者群体的关注。随着年轻一代消费者的养生需求不断上涨，养生食品行业受到一定关注。有相关数据显示，在小红书APP上，“养生零食”相关笔记有8万多篇，补肾养发、延缓衰老、补血养气、养胃健脾等功能不一而足。2022年上半年，在整个线上零食市场销售额和销量同比下降的背景下，微养生零食线上市场实现逆势增长，规模逐渐扩张：天猫淘宝平台微养生零食销售额达到13.51亿元，相较去年同期增长22.26%；销量达到3547.48万件，相较去年同期增长30.89%。

在上述背景下，近年我国养生零食行业不断发展。根据数据显示，2021年我国养生零食行业市场规模从2017年的3040亿元增长到了4453亿元，CAGR达到10%。

数据来源：观研天下整理

与此同时，得益于我国养生零食行业的发展向好，该赛道也不断受到关注，投资事件也随之增多。数据显示，2022年上半年我国养生零食行业投资事件数量从2019年的2件上涨至9件，投资金融也从2019年的0.14亿元上涨6.79亿元。

数据来源：观研天下整理

三、我国养生零食消费者画像

目前我国养生零食消费者的男女比例占比较为均衡，但是整体零食市场的男女消费者群体是以女性为主。年龄分布方面，我国养生零食消费者主要集中在20-40岁的人群，在整体被调查消费者中占比约为60%；其中又以20-30岁人群占比最大，达到了33%。

数据来源：观研天下整理

从消费者城市分布来看，目前我国养生零食消费者主要集中在新一线及以上城市，其占比为44.5%。

数据来源：观研天下整理

从消费者的喜爱来看，养生零食中最受欢迎的是传统零食类的养生零食，占比达到66%；其次为即食类与功能性类，占比分别为18%、16%。

数据来源：观研天下整理

从消费渠道来看，由于便利店、超市等能更轻易地接触到工作繁忙的消费者，因此目前养生零食的消费渠道中主要以线下渠道为主，线上渠道为辅，线上线下渠道占比约为4:6。根据相关数据显示，在所有销售渠道中，其中便利店占比最高，达到了56.6%；其次为超市，占比为52.9%。

数据来源：观研天下整理

四、市场竞争情况

从竞争格局来看，目前在我国养生零食市场中，传统零食类的养生零食企业的产品同质化问题严重，使得此类企业的竞争较为分散，且腰部和尾部企业的竞争格外激烈。例如市面上有芝麻丸产品的品牌有同仁堂、老金磨方、三只松鼠、良品铺子、固本堂、胡庆余堂、五谷磨房等，且他们的产品成分相差不大。

即食补品类企业和化学功能类养生零食企业的进入门槛较高，因此头部较为明显。这是因为即食类的养生零食的生产企业多数未上市，且中药药厂较多。即食类的养生零食企业基本集中于几个品类，产品的SKU数量较低，但是专业程度较高。

化学功能类企业多为境外企业，品牌集中在美国、澳洲和日本市；而同时国内品牌正在崛起。

从具体企业来看，目前三只松鼠、良品铺子为我国养生零食的领先企业。

四、行业发展预测

由于疫情后的“健康养生”受到关注，同时悦己消费趋势明显，未来我国养生零食市场规模将会进一步增长。保守预计2026年我国养生零食市场规模将达到7,514亿元。

数据来源：观研天下整理（WW）

观研报告网发布的《中国养生零食行业现状深度研究与投资趋势预测报告（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年中国养生零食行业发展概述

第一节 养生零食行业发展情况概述

- 一、养生零食行业相关定义
- 二、养生零食特点分析
- 三、养生零食行业基本情况介绍
- 四、养生零食行业经营模式
 - 1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、养生零食行业需求主体分析

第二节中国养生零食行业生命周期分析

一、养生零食行业生命周期理论概述

二、养生零食行业所属的生命周期分析

第三节养生零食行业经济指标分析

一、养生零食行业的赢利性分析

二、养生零食行业的经济周期分析

三、养生零食行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球养生零食行业市场发展现状分析

第一节全球养生零食行业发展历程回顾

第二节全球养生零食行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲养生零食行业地区市场分析

一、亚洲养生零食行业市场现状分析

二、亚洲养生零食行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲养生零食行业市场前景分析

第四节北美养生零食行业地区市场分析

一、北美养生零食行业市场现状分析

二、北美养生零食行业市场规模与市场需求分析

三、北美养生零食行业市场前景分析

第五节欧洲养生零食行业地区市场分析

一、欧洲养生零食行业市场现状分析

二、欧洲养生零食行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲养生零食行业市场前景分析

第六节 2022-2029年世界养生零食行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球养生零食行业市场规模预测

第三章 中国养生零食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养生零食行业的影响分析

第三节中国养生零食行业政策环境分析

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

第四节政策环境对养生零食行业的影响分析

第五节中国养生零食行业产业社会环境分析

第四章 中国养生零食行业运行情况

第一节中国养生零食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

第二节中国养生零食行业市场规模分析

一、影响中国养生零食行业市场规模的因素

二、中国养生零食行业市场规模

三、中国养生零食行业市场规模解析

第三节中国养生零食行业供应情况分析

一、中国养生零食行业供应规模

二、中国养生零食行业供应特点

第四节中国养生零食行业需求情况分析

一、中国养生零食行业需求规模

二、中国养生零食行业需求特点

第五节中国养生零食行业供需平衡分析

第五章 中国养生零食行业产业链和细分市场分析

第一节中国养生零食行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、养生零食行业产业链图解

第二节中国养生零食行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对养生零食行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对养生零食行业的影响分析

第三节我国养生零食行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国养生零食行业市场竞争分析

第一节 中国养生零食行业竞争现状分析

一、中国养生零食行业竞争格局分析

二、中国养生零食行业主要品牌分析

第二节 中国养生零食行业集中度分析

一、中国养生零食行业市场集中度影响因素分析

二、中国养生零食行业市场集中度分析

第三节 中国养生零食行业竞争特征分析

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年中国养生零食行业模型分析

第一节 中国养生零食行业竞争结构分析（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 中国养生零食行业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、中国养生零食行业SWOT分析结论

第三节 中国养生零食行业竞争环境分析（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年中国养生零食行业需求特点与动态分析

第一节 中国养生零食行业市场动态情况

第二节 中国养生零食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 养生零食行业成本结构分析

第四节 养生零食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 中国养生零食行业价格现状分析

第六节 中国养生零食行业平均价格走势预测

一、中国养生零食行业平均价格趋势分析

二、中国养生零食行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国养生零食行业所属行业运行数据监测

第一节 中国养生零食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 中国养生零食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 中国养生零食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年中国养生零食行业区域市场现状分析

第一节中国养生零食行业区域市场规模分析

一、影响养生零食行业区域市场分布的因素

二、中国养生零食行业区域市场分布

第二节中国华东地区养生零食行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区养生零食行业市场分析

(1) 华东地区养生零食行业市场规模

(2) 华南地区养生零食行业市场现状

(3) 华东地区养生零食行业市场规模预测

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、华中地区养生零食行业市场分析

(1) 华中地区养生零食行业市场规模

(2) 华中地区养生零食行业市场现状

(3) 华中地区养生零食行业市场规模预测

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、华南地区养生零食行业市场分析

(1) 华南地区养生零食行业市场规模

(2) 华南地区养生零食行业市场现状

(3) 华南地区养生零食行业市场规模预测

第五节华北地区养生零食行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区养生零食行业市场分析

(1) 华北地区养生零食行业市场规模

(2) 华北地区养生零食行业市场现状

(3) 华北地区养生零食行业市场规模预测

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、东北地区养生零食行业市场分析

- (1) 东北地区养生零食行业市场规模
- (2) 东北地区养生零食行业市场现状
- (3) 东北地区养生零食行业市场规模预测

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、西南地区养生零食行业市场分析
 - (1) 西南地区养生零食行业市场规模
 - (2) 西南地区养生零食行业市场现状
 - (3) 西南地区养生零食行业市场规模预测

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、西北地区养生零食行业市场分析
 - (1) 西北地区养生零食行业市场规模
 - (2) 西北地区养生零食行业市场现状
 - (3) 西北地区养生零食行业市场规模预测

第九节 2022-2029年中国养生零食行业市场规模区域分布预测

第十一章 养生零食行业企业分析（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年中国养生零食行业发展前景分析与预测

第一节 中国养生零食行业未来发展前景分析

- 一、养生零食行业国内投资环境分析
- 二、中国养生零食行业市场机会分析
- 三、中国养生零食行业投资增速预测

第二节 中国养生零食行业未来发展趋势预测

第三节 中国养生零食行业规模发展预测

- 一、中国养生零食行业市场规模预测
- 二、中国养生零食行业市场规模增速预测
- 三、中国养生零食行业产值规模预测
- 四、中国养生零食行业产值增速预测
- 五、中国养生零食行业供需情况预测

第四节 中国养生零食行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国养生零食行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国养生零食行业进入壁垒分析

- 一、养生零食行业资金壁垒分析
- 二、养生零食行业技术壁垒分析

三、养生零食行业人才壁垒分析

四、养生零食行业品牌壁垒分析

五、养生零食行业其他壁垒分析

第二节养生零食行业风险分析

一、养生零食行业宏观环境风险

二、养生零食行业技术风险

三、养生零食行业竞争风险

四、养生零食行业其他风险

第三节中国养生零食行业存在的问题

第四节中国养生零食行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国养生零食行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国养生零食行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国养生零食行业进入策略分析

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 养生零食行业营销策略分析

一、养生零食行业产品策略

二、养生零食行业定价策略

三、养生零食行业渠道策略

四、养生零食行业促销策略

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/202211/618403.html>