



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国保健品市场发展现状及战略咨询报告

一、调研说明

《2017-2022年中国保健品市场发展现状及战略咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/283732.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

保健品食品的通俗说法。GB16740-97《保健（功能）食品通用标准》第3.1条将保健食品定义为：“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。”所以在产品的宣传上，也不能出现有效率、成功率等相关的词语。保健食品的保健作用在当今的社会中，也正在逐步被广大群众所接受。

市场上的保健品大体可以分为一般保健食品、保健药品、保健化妆品、保健用品等。保健食品具有食品性质，如茶、酒、蜂制品、饮品、汤品、鲜汁、药膳等，具有色、香、形、质要求，一般在剂量上无要求；保健药品具有营养性、食物性天然药品性质，应配合治疗使用，有用法用量要求，目前带“健”字批号的药品；保健化妆品具有化妆品的性质，不仅有局部小修饰作用，且有透皮吸收、外用内效作用，如保健香水、霜膏、漱口水等；保健用品具有日常生活用品的性质，如健身器、按摩器、磁水器、健香袋、衣服鞋帽、垫毯等。随着大家健康保健意识的不断增强，保健食品市场也空前的火爆起来。火爆的市场中，各种产品的质量也是参差不齐。接下来就教大家如何挑选正规合适的保健食品。

老年人口比例全面增加的后果，突出一点就是导致医疗费用支出高涨，另一个突出的问题是富贵病增多。比如日本，1980年日本医疗费总支出的40%用于循环器官疾病和糖尿病。两项耗资达22000亿日元。

2006年中国保健品企业在规模上基本呈现了金字塔的结构，即投资规模在1亿元以上的企业占总数的1.55%，5000万元到1亿元的占12.5%，100万元到5000万元的占6.66%，10万元到100万元的企业最多，占41.39%，而10万元以下的企业为38%。2006年中国医药保健品进出口额突破300亿美元大关，达到306.7亿美元，同比增加20.4%。其中，出口额为196.1亿美元，同比增加26.3%；进口额为110.6亿美元，同比增长11.2%。

2007年中国医药保健品对外贸易再创历史新高，达到385.9亿美元，同比增加25.6%，其中，出口245.9亿美元，同比增加25.1%，与全国整体出口增速相当；进口140亿美元，同比增长26.6%。全年医药对外贸易顺差达105.9亿美元，但进口增幅高于出口增幅1.5个百分点。

2008年1-9月，中国保健品进出口额1.45亿美元，同比上升29.28%，其中出口额6267万美元，同比增长21.32%；进口额8231万美元，同比增长36.08%。

2009年我国保健品累计进出口额达2亿美元，同比上升3.1%。其中，出口额达8910万美元，同比增长2.2%；进口额达1.1亿美元，同比增长了3.9%。

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。

报告目录：

第一部分 产业环境透视

第一章 2016年中国保健品行业发展环境分析

第一节 2016年中国保健品行业环境分析

一、保健品行业特性，发展方向

二、国外保健品行业发展分析

三、国内保健品行业发展分析

第二节 2016年中国保健品政策环境分析

一、《食品安全法》首次纳入保健品监管

二、《食品安全法》对保健品行业的影响

三、药监局严查保健品行业

四、保健品广告法规分析

第三节 2016年中国保健品社会环境分析

一、人口规模及结构分析

二、中国人口老龄化及健康意识

三、居民收入与消费分析

第四节 2016年中国保健品技术环境分析

一、技术发展现状

二、保健食品技术审评水平

三、保健品生产技术研究发展动向

第五节 2016年中国保健品市场环境变化分析

一、广告对购买决策的影响力变化

二、行业的信任危机对需求的影响

三、产品同质化对需求的影响分析

第二章 保健品行业产业链分析

第一节 保健品产业链模型及特点

一、产业链模型介绍

二、产业链空间分布特点

三、保健品行业产业链介绍

第二节 上游行业分析

一、上游行业发展现状

二、上游行业发展趋势

三、上游行业对保健品行业的影响

第三节 下游行业分析

一、下游行业发展现状

二、下游行业发展趋势

三、下游行业对保健品行业的影响

第二部分 行业运行分析

第三章 2016年中国保健品行业运行态势分析

第一节 2016年中国保健品行业运行总况

一、中国保健品行业发展三阶段

二、保健品行业困境之中被迫转型

三、产品功能分布情况

四、主要产品概念诉求

第二节 2016年中国保健品行业发展状况分析

一、中国保健品行业产值分析

二、在新医改春风下保健品市场成香饽饽

三、保健品市场进入"冰封"时期

四、新《食品安全法》为保健品行业设门槛

第三节 2016年中国保健品行业原材料分析

一、我国保健产品主要原料

二、主要原料产品分布概况

三、水溶性膳食纤维分析及预测

四、全球鱼油消费量及价格分析

第四节 2016年中国保健品行业的问题及对策分析

一、中国保健品企业发展应返璞归真

二、中国保健品企业的研发策略浅析

三、保健品企业成功开发产品的四大动力

第四章 2016年中国保健品行业细分产品市场监测

第一节 2016年中国保健药品市场运行分析

一、保健药品功能分布

二、保健药品市场开始"清理门户"

三、2016年保健品市场占有份额

第二节 2016年中国保健食品市场产品竞争排名情况

一、保健食品企业竞争力

二、保健食品产品畅销排名

三、保健食品市场占有份额

第三节 2016年中国保健茶市场产品竞争排名情况

一、保健茶企业竞争力

二、保健茶产品畅销排名

三、保健茶市场占有份额

第四节 2016年中国保健酒市场产品竞争排名情况

一、保健酒企业竞争力

二、保健酒产品畅销排名

三、保健酒市场占有份额

第五节 2016年中国保健饮料市场产品竞争排名情况

一、保健饮料企业竞争力

二、保健饮料产品畅销排名

三、保健饮料市场占有份额

第五章 2016年中国保健品需求与消费状况分析

第一节 2016年中国保健品需求与消费状况分析

一、辅食、保健品消费市场分析

二、中国保健品消费量高价位盘整

第二节 2016年中国保健品市场消费动向分析

一、保健品市场消费者跟风现象

二、保健品市场两极分化趋势

三、保健品消费者购买行为分析

第三节 2016年中国保健品消费者分析

一、老年保健品市场发展分析

二、女性保健品市场发展分析

三、儿童保健品市场发展分析

四、保健品消费人群变化情况

第六章 2016年中国保健品进出口贸易市场综述

第一节 2016年中国保健品进出口贸易简况

一、保健品贸易情况分析

二、中国保健品年销售额及增长情况

三、保健品B2C电子商务行业分析

第二节 2016年我国医药保健品进出口形势分析

一、医药保健品出口"甲流概念"成亮点

二、2016年中国医药保健品进出口统计

三、医药保健品进出口分省市统计

第七章 2016年中国保健品市场营销解析

第一节 保健品营销的三大要素

一、概念设计

二、产品利益的挖掘

三、产品效果感设计

四、保健品广告的四大要素

第二节 2016年中国保健品营销总体概况

一、浅谈保健品服务营销

二、如何打造保健品专卖店营销

三、如何创新保健品营销

四、减肥保健品市场营销分析

五、医药保健品营销转型

六、中国保健品营销模式

第三节 2016年中国保健品行业的直销分析

一、直销法的实施给保健品市场带来的影响

二、直销有助于保健品行业发展

三、传统模式与直销模式在保健品领域应用的差异

四、医药保健品的直销分析

五、保健品企业直销案例分析

1、安利保健品的直销

2、天狮集团保健品直销

第四节 未来中国保健品营销趋势透视

一、价值营销将走入保健品行业发展主流

二、医药保健品营销八大趋势

三、医药保健品营销发展的几个新方向

四、保健品企业营销未来方向探析

第三部分 行业竞争格局

第八章 2016年中国保健品行业竞争格局分析

第一节 2016年中国保健品竞争总况

一、医药保健产业格局将面临激烈震荡

二、保健酒市场竞争分析

第二节 从OEM观看保健品行业违规竞争

一、OEM是保健品企业必然的选择

二、从OEM透析保健食品行业违规操作的根源

三、保健品行业发展要走出急功近利的误区

第三节 主要产品市场竞争分析

一、各大补血产品品牌竞争回顾

二、补血保健品市场竞争格局

三、减肥保健品市场竞争概况

四、美容养颜类保健品市场竞争分析

第九章 中国保健品重点企业竞争力同比分析

第一节 健康元药业集团股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2017-2022年经营状况分析

四、2017-2022年公司发展战略分析

第二节 东阿阿胶股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2017-2022年经营状况分析

四、2017-2022年公司发展战略分析

第三节 哈药集团股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2017-2022年经营状况分析

四、2017-2022年公司发展战略分析

第四节 海南椰岛（集团）股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2017-2022年经营状况分析

四、2017-2022年公司发展战略分析

第五节 上海交大昂立股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2017-2022年经营状况分析

四、2017-2022年公司发展战略分析

第六节 北京双鹭药业股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2017-2022年经营状况分析

四、2017-2022年公司发展战略分析

第七节 海王集团

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2017-2022年经营状况分析

四、2017-2022年公司发展战略分析

第八节 浙江康恩贝制药股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2017-2022年经营状况分析

四、2017-2022年公司发展战略分析

第九节 天津天士力股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2017-2022年经营状况分析

四、2017-2022年公司发展战略分析

第十节 贵州益佰制药股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2017-2022年经营状况分析

四、2017-2022年公司发展战略分析

第四部分 行业发展前景

第十章 2017-2022年中国保健品行业发展预测分析

第一节 中国保健品行业发展预测

一、中国保健品发展前景分析

二、中国保健品市场规模将扩大

三、保健品行业主要企业发展前景

四、保健品的药店销售前景分析

第二节 保健品行业总体发展趋势分析

一、保健品行业发展呈现四大趋势

二、细分领域是保健品市场未来发展走向

三、保健品大众化逐渐成新趋势

四、白领将成为保健品消费主力

第三节 保健品主要热门种类发展趋势

一、保健品行业绿色天然产品发展空间巨大

二、中药保健品将成国际市场上的新宠

三、美容养颜类保健品市场发展趋势分析

四、氨基酸类保健品市场发展预测

五、中国减肥市场四大发展趋势

六、中国保健酒行业前景预测

七、中草药保健茶市场前景分析

八、孕妇保健品市场前景广阔

第五部分 行业投资战略

第十一章 保健品行业投资战略研究

第一节 品牌战略思考

一、保健品品牌的重要性

二、保健品实施品牌战略的意义

三、企业的品牌战略

四、品牌的竞争趋势

五、品牌战略管理的策略

第二节 企业经营管理策略

- 一、成本控制策略
- 二、定价策略
- 三、竞争策略
- 四、并购重组策略
- 五、营销策略
- 六、人力资源
- 七、财务管理
- 八、国际化策略

第三节 行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第四节 企业经营策略分析

- 一、保健品市场细分策略
- 二、市场创新策略
- 三、品牌定位与品类规划
- 四、保健品新产品差异化战略

第一节 保健品行业研究结论

第二节 保健品行业投资价值评估

- 一、行业发展策略建议
- 二、行业投资方向建议
 - 1、老年保健品发展建议
 - 2、补钙保健品发展建议
 - 3、维生素类保健品发展建议
- 三、行业投资方式建议

图表目录：

图表 保健品和药品的区别

图表 2016年末人口数及其构成

图表 2016年人口结构

图表 2017-2022年中国65岁以上人口数量及占比

图表 2012-2016年前四季度GDP

图表 2009-2016年农村人居民人均收入

图表 2009-2016年城镇居民人均收入

图表 2017-2022年我国农村恩格尔系数情况

图表 2017-2022年我国城镇恩格尔系数情况

图表 2016年我国居民消费价格指数（CPI）情况

图表 2017-2022年中国CPI同比增幅

图表 产业链概念图

图表 2016年保健品企业分布区域

图表 2008-2016年社会消费品零售总额

图表 2017-2022年保健食品产值

图表 2016年中国十大保健品排行榜

图表 2012-2016年我国维生素市场规模

图表 2016年我国维生素市场不同目标人群市场比例

图表 消费者对辅食保健品市场的评价

图表 2017-2022年老年保健品价格指数分析

图表 2016年保健品行业企业数量类型结构分析

图表 我国儿童保健品销售的渠道分布

图表 我国儿童保健品品牌市场结构

图表 我国儿童保健品区域市场结构比例

图表 2016年我国保健品出口市场分布情况

图表 减肥保健品不同的营销手法比较

图表 2017-2022年康元药业主营收入

图表 2017-2022年康元药业净利润

图表 2017-2022年康元药业营业利润率

图表 2017-2022年康元药业净资产收益率

图表 2017-2022年康元药业流动比率

图表 2017-2022年康元药业资产负债率

图表 2017-2022年康元药业净利润增长率

图表 2017-2022年康元药业净资产增长率

图表 2017-2022年康元药业存货周转率
图表 2017-2022年康元药业总资产周转率
图表 2017-2022年东阿阿胶主营收入
图表 2017-2022年东阿阿胶净利润
图表 2017-2022年东阿阿胶营业利润率
图表 2017-2022年东阿阿胶净资产收益率
图表 2017-2022年东阿阿胶流动比率
图表 2017-2022年东阿阿胶资产负债率
图表 2017-2022年东阿阿胶净利润增长率
图表 2017-2022年东阿阿胶净资产增长率
图表 2017-2022年东阿阿胶存货周转率
图表 2017-2022年东阿阿胶总资产周转率
图表 2017-2022年哈药集团主营收入
图表 2017-2022年哈药集团主净利润
图表 2017-2022年哈药集团营业利润率
图表 2017-2022年哈药集团净资产收益率
图表 2017-2022年哈药集团流动比率
图表 2017-2022年哈药集团主营收入
图表 2017-2022年哈药集团净利润增长率
图表 2017-2022年哈药集团净资产增长率
图表 2017-2022年哈药集团存货周转率
图表 2017-2022年哈药集团主营收入
图表 2017-2022年椰岛集团主营收入
图表 2017-2022年椰岛集团净利润
图表 2017-2022年椰岛集团营业利润率
图表 2017-2022年椰岛集团净资产收益率
图表 2017-2022年椰岛集团流动比率
图表 2017-2022年椰岛集团资产负债率
图表 2017-2022年椰岛集团净利润增长率
图表 2017-2022年椰岛集团净资产增长率
图表 2017-2022年椰岛集团存货周转率
图表 2017-2022年椰岛集团总资产周转率

图表 2017-2022年交大昂立主营收入

图表 2017-2022年交大昂立净利润

图表 2017-2022年交大昂立营业利润率

图表 2017-2022年交大昂立净资产收益率

图表 2017-2022年交大昂立流动比率

图表 2017-2022年交大昂立资产负债率

图表 2017-2022年交大昂立净利润增长率

图表 2017-2022年交大昂立净资产增长率

图表 2017-2022年交大昂立存货周转率

图表 2017-2022年交大昂立总资产周转率

图表 2016年双鹭药业主营业务构成分析

图表 2016年双鹭药业主营业务构成分析

图表 2017-2022年双鹭药业成长能力分析

图表 2017-2022年双鹭药业负债能力分析

图表 2017-2022年双鹭药业盈利能力分析

图表 2017-2022年双鹭药业利润分析

图表 深圳海王集团股份有限公司旗下上市公司

图表 深圳海王集团股份有限公司生产基地分布

图表 2017-2022年深圳市海王生物工程股份有限公司流动比率分析

图表 2017-2022年深圳市海王生物工程股份有限公司资产负债率分析

图表 2017-2022年深圳市海王生物工程股份有限公司存货周转率分析

图表 2017-2022年深圳市海王生物工程股份有限公司总资产周转率分析

图表 2017-2022年深圳市海王生物工程股份有限公司盈利能力分析

图表 2017-2022年深圳市海王生物工程股份有限公司营业利润率分析

图表 2017-2022年深圳市海王生物工程股份有限公司净资产收益率

图表 2016年康恩贝制药主营业务构成分析

图表 2016年康恩贝制药主营业务构成分析

图表 2017-2022年康恩贝制药成长能力分析

图表 2017-2022年康恩贝制药负债能力分析

图表 2017-2022年康恩贝制药盈利能力分析

图表 2017-2022年康恩贝制药利润分析

图表 2016年天士力股份有限公司主营业务构成分析

图表 2016年天士力股份有限公司主营业务构成分析
图表 2017-2022年天士力股份有限公司成长能力分析
图表 2017-2022年天士力股份有限公司负债能力分析
图表 2017-2022年天士力股份有限公司盈利能力分析
图表 2017-2022年天士力股份有限公司利润分析
图表 2016年益佰制药主营业务构成分析
图表 2016年益佰制药主营业务构成分析
图表 2017-2022年益佰制药成长能力分析
图表 2017-2022年益佰制药负债能力分析
图表 2017-2022年益佰制药盈利能力分析
图表 2017-2022年益佰制药利润分析
图表 2017-2022年我国保健品销售规模
图表 确定公司战略目标的步骤
图表 制定公司战略规划的步骤
略……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/283732.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。