



艾凯咨询
ICAN Consulting

2018-2024年中国营养保健品制 造行业市场深度评估及发展前景 预测报告

一、调研说明

《2018-2024年中国营养保健品制造行业市场深度评估及发展前景预测报告》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/295425.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

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：

第一章 营养保健品行业简介

1.1 行业分类代码及说明

1.2 行业涉及的主要产品

1.3 营养保健品行业相关上、下游产业

1.3.1 营养保健品行业产业链分析

1.3.2 上游产业原材料分析

1.4 中国保健品行业发展史

第二章 营养保健品行业现状

2.1 行业规模

2.2 成长能力

2.3 盈利能力

2.4 偿债能力

2.5 经营能力

2.6 风险管理能力

2.7 市场及品牌集中度

2.8 成本结构

2.9 资本/劳动密集度

2.10 波动幅度

2.11 生命周期

第三章 营养保健品行业市场特征

3.1 市场规模

3.2 市场结构

3.2.1 消费者市场分布

3.2.2 消费者行为调查

3.2.2.1 消费者的区域性差异

3.2.2 .2消费者购买目的与对保健品的看法

3.2.3 老人保健品市场

3.2.3 .1老年消费者分析

3.2.3 .2老年人保健品市场分析

3.2.4 女性保健品市场

3.2.4 .1女性消费者分析

3.2.4 .2女性保健品市场分析

3.2.5 未成年人保健品市场

3.2.5 .1未成年消费者分析

3.2.5 .2未成年人保健品市场分析

3.3 产品结构

3.3.1 市场结构

3.3.2 减肥类保健品市场

3.3.2 .1减肥类保健品市场分析

3.3.2 .2减肥类保健品市场消费者分析

3.3.3 降血脂保健品市场

3.3.3 .1降血脂保健品市场分析

3.3.3 .2降血脂保健品市场消费者分析

3.3.4 补钙类保健品市场

3.3.4 .1补钙类保健品市场分析

3.3.4 .2补钙类保健品市场消费者分析

3.4 产品地域分布

3.4.1 保健品地域分布

3.4.2 中国农村保健品市场

3.5 保健品进出口

3.5.1 保健品出口

3.5.2 保健品进口

3.6 需求决定因素

第四章 中国保健品市场营销

4.1 营销模式介绍

4.1.1 以产品为核心的营销模式

4.1.2 以价格为核心的营销模式

4.1.3 以促销为核心的营销模式

4.1.3.1 营销模式

4.1.3.2 营销策略

4.1.4 以渠道为核心的营销模式

4.1.4.1 营销模式

4.1.4.2 销售渠道分布

4.1.4.3 主要销售渠道

4.1.4.4 营销策略

4.2 营养保健品行业成功营销案例

4.2.1 成功案例1：娃哈哈

4.2.2 成功案例2：脑白金

4.2.3 成功案例3：王老吉

4.2.4 成功案例4：成长快乐

4.2.5 成功案例5：三精葡萄糖酸钙

4.3 营养保健品行业营销发展趋势

第五章 营养保健品行业企业特征

5.1 企业分布特征

5.1.1 企业规模分布

5.1.2 企业经济类型分布

5.1.3 企业地区分布

5.1.4 亏损企业个数

5.2 企业经营特征

5.3 上市公司分析

5.3.1 上海交大昂立股份有限公司

5.3.1.1 上海交大昂立股份公司简介

5.3.1.2 企业核心竞争力

5.3.1.3 公司财务分析

5.3.2 健康元药业集团股份有限公司

5.3.2.1 健康元药业简介

5.3.2.2 企业核心竞争力

5.3.2.3 公司财务分析

5.3.3 哈药集团三精制药有限公司

5.3.3.1哈药集团概况

5.3.3.2企业核心竞争力

5.3.3.3企业财务分析

5.4 其他代表企业分析

5.4.1 健特生物药业有限公司

5.4.1.1健特生物医药公司概况

5.4.1.2健特生物医药公司的经营特点

5.4.2 海南养生堂药业有限公司

5.4.3 安利中国

5.4.3.1公司动态

5.4.3.2安利的�主要保健品产品

5.4.3.3安利中国的市场细分和产品定位策略

第六章 产业发展环境

6.1 宏观经济

6.2 产业政策

6.2.1 近年来立法管理工作的回顾

6.2.2 保健食品功能审批制度

6.2.3 外资企业市场准入政策及进口保健食品管理

6.2.4 保健食品的广告管理

6.2.5 直销政策

6.3 税收政策

第七章 营养保健品行业竞争环境

7.1 竞争格局

7.2 进入壁垒

7.3 潜在竞争者

7.4 替代产品

7.5 供应商议价能力

7.6 客户议价能力

第八章 世界保健品行业分析

8.1 世界保健品市场概述

8.2 日本保健品市场

8.3 美国保健品市场

8.4 欧洲保健品市场

8.5 台湾保健品市场

第九章 营养保健品行业预测

9.1 行业发展有利因素与机遇

9.1.1 行业发展有利因素

9.1.2 面临的机遇

9.2 行业发展不利因素及挑战

9.2.1 行业发展不利因素

9.2.2 面临的挑战

9.3 国内市场发展趋势分析

9.3.1 保健品市场将进一步扩大

9.3.2 保健品价格总体水平将下降

9.3.3 新资源、高技术、方便剂型的保健品将成为主流

9.3.4 促销重点将从功效宣传转向保健知识及品牌宣传

9.3.5 保健品功能分散化，单种保健品功能专一化

9.4 投资机会与风险分析

9.4.1 投资机会

9.5.2 风险分析

9.5 企业发展战略

9.5.1 以行业领袖为目标的企业的战略方案

9.5.2 谋求一席之地企业的战略方案

图表目录：

图1：保健品行业上下游产业链分析

图2：中国保健市场规模变化

图3：2013-2018年营养保健品行业成长能力图

图4：2013-2018年营养保健品行业盈利能力图

图5：2013-2018年营养保健品行业经营能力图

图6：2018年营养保健品行业成本结构

图7：保健品行业波动幅度图

图8：营养保健品细分市场分布

图9：消费者对保健品价格的看法

图10：消费者对保健品功效的看法

图11：保健品销售的季节特征
图12：老年人保健品消费看重的方面
图13：老年人服用保健品的比例
图14：老年人保健品消费主要功能诉求
图15：老年人保健品消费来源
图16：中年人购买动机分析
图19：中学生服用保健品的比例分布
图20：中学生购买保健品的主要诉求功能
图21：未成年人保健品来源分布
图22：中国保健品功能分布（按功能审批）
图23：中国三大类保健品市场份额
图24：我国保健品形态分布
图25：消费者减肥原因
图26：消费者购买产品考虑因素
图27：各年龄段减肥人群比例
图28：消费者不服用保健品的原因
图29：消费者对产品的满意度
图30：肥胖人群对各种减肥方式的提及率
图31：心脑血管疾病用药比例
图32：补钙类保健品市场分布
图33：补钙方式分布
更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/295425.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提供专业投资咨询报告、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。