

2022-2028年中国营养保健 食品市场深度分析与投资前景报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国营养保健食品市场深度分析与投资前景报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202202/269119.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

保健食品与一般食品不同，有明显的促进或维护健康的功能，否则就是伪劣产品。

卫生部所颁布的保健食品功能学评价程序和检验方法：如免疫调节作用，延缓衰老作用，改善记忆作用，促进生长发育，抗疲劳作用，减肥作用，抑制肿瘤作用等方法。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国营养保健食品市场深度分析与投资前景报告》共十五章。首先介绍了营养保健食品相关概念及发展环境，接着分析了中国营养保健食品规模及消费需求，然后对中国营养保健食品市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国营养保健食品面临的机遇及发展前景。您若想对中国营养保健食品有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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 保健食品的相关概述

第一节 保健食品阐述

一、保健食品的功用

二、保健食品与一般食品的区别

三、保健食品的外延

第二节 保健食品的分类

第三节 中国保健食品的历程

一、发展起步阶段

二、启动成长阶段

三、竞争发展阶段

四、“信任危机”阶段

五、“盘整复兴”阶段

第二章 2015-2019年全球保健食品运行状况分析

第一节 2015-2019年世界保健食品运行总况

一、世界保健食品所处发展阶段

二、世界保健食品发展现状分析

三、世界保健食品市场监管分析

四、世界保健食品标识内容的现状分析

五、全球膳食营养补充剂的行业概况

六、世界保健食品市场动态分析

第二节 2015-2019年日本保健食品的细分化管理

一、特定保健用食品

二、营养机能食品

三、健康食品

第三节 2015-2019年世界其它地区保健食品发展动态分析

一、美国提高保健食品行业门槛

二、韩国保健食品市场发展现状

三、欧洲的保健品市场现状及特点

四、2019年台湾保健食品市场分析

五、全球主要国家益生菌市场分析

第四节 2022-2028年世界营养保健食品市场发展趋势探析

一、全球保健食品发展趋势分析

二、黄酮类保健食品成市场新宠

第三章 2019年中国保健食品运行环境解析

第一节 2019年中国经济环境分析

一、2019年中国gdp增长总体情况分析

二、2019年中国全社会固定资产投资分析

三、2019年中国社会消费品零售总额分析

四、2019年中国城乡居民收入与消费分析

五、2019年中国对外贸易发展形势分析

六、2019年中国宏观经济运行情况分析

第二节 2019年中国保健食品行业政策环境分析

一、保健食品主管部门和监管体制

二、中国保健食品行业相关法律法规

三、《食品安全法》促进保健品市场规范

四、《保健食品产品技术要求规范》实施

五、《保健食品监督管理条例》有望出台

第三节 2019年中国营养保健食品社会环境分析

一、人口城市化带来巨大需求

二、经济成长带来消费升级

三、消费观念的变化拉动需求

四、老人和儿童市场快速成长

五、“亚健康”人群迅速增长

第四章 2015-2019年中国保健食品业运行新态势分析

第一节 2015-2019年中国保健品业运行综述

一、2019年中国保健品市场规模分析

二、中国保健品四大营销模式分析

三、中国保健品行业备受外资青睐

四、连锁加盟将成保健品营销主流

第二节 2015-2019年中国保健食品行业运行透析

一、中国保健食品行业发展历程

二、我国保健食品市场现状分析

三、保健食品行业进入严管时代

四、保健食品监督管理条例将出台

第三节 2015-2019年中国保健食品市场需求分析

一、保健食品总体需求状况分析

二、膳食营养补充剂市场发展情况

三、2019年中国益生菌市场分析

第四节 2015-2019年中国保健食品发展存在的问题分析

一、产品定位与功能结构不合理

二、保健食品行业监管尚存漏洞

三、保健食品虚假宣传误导消费

四、产品质量水平参差不齐

第五节 2015-2019年中国保健食品发展对策与建议

第五章 2015-2019年中国营养保健食品所属行业经济运行状况

第一节 2015-2019年中国营养保健食品所属行业发展分析

一、2019年中国营养保健食品所属行业发展概况

二、2019年中国营养保健食品所属行业发展概况

第二节 2015-2019年中国营养保健食品所属行业总体规模分析

一、2015-2019年中国营养保健食品所属行业企业规模分析

二、2015-2019年中国营养保健食品所属行业人员规模统计

三、2015-2019年中国营养保健食品所属行业资产规模分析

四、2015-2019年中国营养保健食品所属行业负债规模分析

五、2015-2019年中国营养保健食品所属行业市场规模分析

第三节 2015-2019年中国营养保健食品所属行业供需平衡分析

一、2015-2019年中国营养保健食品所属行业产成品分析

二、2015-2019年中国营养保健食品所属行业供给区域分布

三、2015-2019年中国营养保健食品所属行业销售产值分析

四、2015-2019年中国营养保健食品所属行业需求区域分布

第四节 2015-2019年中国营养保健食品所属行业投资状况分析

一、2015-2019年中国营养保健食品所属行业投资增长分析

二、2015-2019年中国营养保健食品所属行业投资区域分布

三、2015-2019年不同规模营养保健食品企业资产总额分析

四、2015-2019年不同性质营养保健食品企业资产总额分析

第五节 2019年中国营养保健食品所属行业总体结构特征分析

一、2019年中国营养保健食品所属行业经济类型结构

二、2019年中国营养保健食品所属企业规模结构分析

三、2019年中国营养保健食品所属行业区域结构特征

第六章 2015-2019年中国营养保健食品所属行业经济运行效益分析

第一节 2015-2019年中国营养保健食品所属行业获利能力分析

一、2015-2019年中国营养保健食品所属行业利润总额分析

二、2015-2019年不同规模营养保健食品企业获利能力分析

三、2015-2019年不同性质营养保健食品企业获利能力分析

四、2015-2019年中国主要省区营养保健食品所属行业获利能力

第二节 2015-2019年中国营养保健食品所属行业经营效益分析

一、2015-2019年中国营养保健食品所属行业偿债能力分析

二、2015-2019年中国营养保健食品所属行业盈利能力分析

三、2015-2019年中国营养保健食品所属行业毛利率分析

四、2015-2019年中国营养保健食品所属行业运营能力分析

第三节 2015-2019年中国营养保健食品所属行业成本费用分析

一、2015-2019年中国营养保健食品所属行业销售成本分析

二、2015-2019年中国营养保健食品所属行业销售费用分析

三、2015-2019年中国营养保健食品所属行业管理费用分析

四、2015-2019年中国营养保健食品所属行业财务费用分析

第七章 2015-2019年中国营养保健食品行业区域结构分析

第一节 2015-2019年中国主要区域营养保健食品行业发展分析

一、2015-2019年华北地区营养保健食品行业发展情况

二、2015-2019年东北地区营养保健食品行业发展情况

三、2015-2019年华东地区营养保健食品行业发展情况

四、2015-2019年华中地区营养保健食品行业发展情况

五、2015-2019年华南地区营养保健食品行业发展情况

六、2015-2019年西南地区营养保健食品行业发展情况

七、2015-2019年西北地区营养保健食品行业发展情况

第二节 2015-2019年中国重点省区营养保健食品行业发展分析

一、2015-2019年广东省营养保健食品行业发展分析

二、2015-2019年山东省营养保健食品行业发展分析

三、2015-2019年江苏省营养保健食品行业发展分析

四、2015-2019年浙江省营养保健食品行业发展分析

五、2015-2019年北京市营养保健食品行业发展分析

第八章 2019年中国营养保健食品所属行业经济运行状况

第一节 2019年中国营养保健食品所属行业发展分析

第二节 2019年不同规模营养保健食品企业发展分析

一、2019年大型营养保健食品企业发展分析

二、2019年中型营养保健食品企业发展分析

三、2019年小型营养保健食品企业发展分析

第三节 2019年不同性质营养保健食品企业总体规模分析

一、2019年国有营养保健食品企业发展分析

- 二、2019年集体营养保健食品企业发展分析
- 三、2019年股份合作制营养保健食品企业发展分析
- 四、2019年股份制营养保健食品企业发展分析
- 五、2019年民营营养保健食品企业发展分析
- 六、2019年外资营养保健食品企业发展分析
- 七、2019年其他性质营养保健食品企业发展分析
- 第四节 2019年中国营养保健食品行业区域分布
 - 一、2019年中国营养保健食品行业企业区域分布
 - 二、2019年中国营养保健食品行业资产区域分布
 - 三、2019年中国营养保健食品行业收入区域分布
 - 四、2019年中国营养保健食品行业供给区域分布
 - 五、2019年中国营养保健食品行业需求区域分布
 - 六、2019年中国营养保健食品行业获利区域分布
- 第五节 2019年中国营养保健食品所属行业经营效益分析
 - 一、2019年中国营养保健食品所属行业偿债能力分析
 - 二、2019年中国营养保健食品所属行业盈利能力分析
 - 三、2019年中国营养保健食品所属行业运营能力分析
 - 四、2019年中国营养保健食品所属行业成本费用分析

第九章 2015-2019年中国保健食品市场消费调研分析

第一节 影响保健食品需求的因素

- 一、消费者认知
- 二、消费者收入
- 三、保健食品的消费心理
- 四、保健食品功效夸大
- 五、消费者对保健食品产生信任危机

第二节 2015-2019年中国保健食品市场消费调研

- 一、保健食品市场最受关注十大品牌
- 二、保健食品功效关注调研
- 三、保健食品价格敏感度调研
- 四、保健食品的食用频率

第三节 2015-2019年中国保健食品需求结构分析

一、城乡需求结构

二、不同群体需求结构

1、儿童

2、女性

3、老年人

三、地域差异

1、东部地区

2、中部地区

3、西部地区

四、各线城市差异

1、一线城市--以上海、北京为例

2、二线城市--以杭州、沈阳为例

第十章 2015-2019年中国保健食品消费市场分析

第一节 2015-2019年中国保健食品消费者分析

一、现代人的保健观念

二、保健食品消费者消费行为分析

三、保健食品消费群体分析

第二节 2015-2019年中国保健食品消费者市场分析

一、中老年保健食品市场发展分析

二、女性保健食品市场发展状况分析

三、儿童青少年保健食品市场发展状况

第三节 2015-2019年中国保健食品热点产品市场分析

一、“---”功能保健食品市场分析

二、“---”功能保健食品市场分析

三、“排铅”功能保健食品市场分析

四、“---”功能保健食品市场分析

五、抗辐射功能保健食品市场

六、---、补脑类保健品产品市场分析

七、降血糖雷保健食品产品市场分析

第十一章 2015-2019年中国保健食品企业营销策略分析

第一节 2015-2019年中国保健食品营销策略分析

一、保健食品营销战略四大致命误解

二、注重产品品质

三、把承诺落在实处

四、注重消费者感受

五、树立良好的营销心态

第二节 2015-2019年中国保健食品产业销售渠道分析

一、药店

二、超市

三、电子商务

四、直销

第三节 2015-2019年中国保健品市场营销案例解析

一、太阳神---ci理念的先行者

二、三株---人海---的先驱

三、脑白金---礼品概念的最大赢家

四、红桃k---农村市场战略的胜利者

五、太太---创新守住女人阵地

六、安利纽崔莱---科技驱动、明星领跑

第四节 2015-2019年中国保健品市场营销策略建议

一、理性回归---从严谨的市调开始

二、产品延伸---1+1大于2

三、精准定位---创造差异诉求

四、善用媒介---科学投放策略

五、终端制胜---软硬兼施见真功

六、广告创新---实效的增值之道

七、范式变革---企业角色转换

八、品牌营销---直面市场未来

九、科技应用---技术创新促发展

第十二章 2015-2019年中国保健食品市场竞争态势分析

第一节 2015-2019年中国保健食品竞争总况

一、保健食品市场竞争概况

二、保健食品品牌竞争分析

三、保健食品营销渠道竞争

第二节 2015-2019年中国保健食品行业集中度分析

一、行业资产集中度分析

二、行业销售集中度分析

三、行业利润集中度分析

第三节 2022-2028年中国保健食品竞争趋势分析

第十三章中国营养保健食品重点企业竞争力分析

第一节 上海交大昂立股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

第二节 广东汤臣倍健生物科技股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

第三节 宝健（中国）日用品有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

第四节 完美（中国）日用品有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

第五节 北京澳特舒尔保健品开发有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

第六节 康宝莱（中国）保健品有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

第十四章 2022-2028年中国营养保健食品行业前景预测分析

第一节 2022-2028年中国营养保健食品行业发展趋势分析

一、保健食品功能发展趋向专一化

二、中药保健食品具有独特的发展优势

三、高新技术生产保健食品是未来发展方向

四、基因食品将成为未来保健食品发展主流

第二节 2022-2028年中国营养保健食品市场预测分析

一、中国营养保健食品市场前景分析

二、营养保健食品市场规模预测分析

三、卫生与健康包装食品零售规模预测

第三节 2022-2028年中国营养保健食品市场盈利预测分析

第十五章 2022-2028年中国营养保健食品产业投资机会与风险分析（）

第一节 2022-2028年中国营养保健食品行业投资环境分析

一、营养保健食品市场拉动

二、营养保健食品科技推动

三、营养保健食品管理带动

第二节 2022-2028年中国营养保健食品行业投资机会分析

一、营养保健食品投资吸引力分析

二、营养保健食品行业投资区域分析

第三节 2022-2028年中国营养保健食品行业投资风险分析

一、政策监管风险

二、市场竞争风险

三、原料市场风险

四、食品安全风险

第四节2022-2028年中国营养保健食品投资策略及建议（）

图表目录：

图表 1 保健食品功用情况表

图表 2 2015-2019年全球营养保健品产业情况

图表 3 2015-2019年全球主要地区保健食品市场规模统计

图表 4 2015-2019年日本各类特定保健食品市场规模

图表 5 2015-2019年中国国内生产总值及增长速度趋势图

图表 6 2015-2019年中国全社会固定资产投资增长趋势图

图表 7 2015-2019年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图

图表 8 2015-2019年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图

图表 9 2015-2019年城镇居民人均消费性支出及增长趋势图

图表 10 2015-2019年农村居民纯收入及增长情况统计

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202202/269119.html>