

# 2024-2030年中国功能食品 产业发展现状与投资分析报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2024-2030年中国功能食品产业发展现状与投资分析报告》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/202404/453736.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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国功能食品产业发展现状与投资分析报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。 报告目录： 第1章：中国功能食品行业概念界定及发展环境剖析 1.1 功能食品定义及分类 1.1.1 功能食品的概念界定 （1）功能食品 （2）对功能食品的界定 （3）功能食品的基本属性 1.1.2 功能食品分类 （1）按消费群体划分 （2）按食品种类划分 （3）按食品功效划分 1.1.3 功能食品行业所属国民经济统计分类 1.1.4 本报告功能食品行业的研究范围界定说明 1.2 行业政策环境分析 1.2.1 行业监管体系及机构 （1）跨境电商政策变革 （2）“百日行动回头看”和整顿行业乱象 1.2.2 行业执行标准汇总 1.2.3 行业发展政策汇总及解读 1.2.4 我国功能食品发展规划 1.2.5 政策环境对行业发展的影响分析 1.3 行业经济环境分析 1.3.1 宏观经济发展现状 1.3.2 宏观经济发展展望 1.3.3 宏观经济增长对行业发展的影响分析 1.4 行业社会环境分析 1.4.1 居民收入及支出水平 （1）收入 （2）支出 1.4.2 中国人口规模及结构 1.4.3 人口老龄化现象加剧 1.4.4 现代人亚健康现象普遍 1.4.5 居民消费观念对行业发展的影响分析 1.4.6 社会环境对行业发展的影响分析 1.5 行业技术环境分析 1.5.1 营养学及生物技术的发展 （1）营养学发展现状 （2）生物技术发展现状 1.5.2 高新食品加工技术的发展 （1）高新技术在杀菌工艺中的应用 （2）高新技术在食品加工中的应用 1.5.3 功能食品中的主要功能因子分类 1.5.4 我国功能食品的研究动向 （1）大蒜功能食品 （2）谷维素在功能食品中应用 （3）红景天在功能食品中的应用 （4）膳食纤维在功能食品中的应用 （5）乳清蛋白在功能食品中的应用 1.5.5 技术环境对行业发展的影响分析 第2章：全球功能食品行业发展状况分析 2.1 全球功能食品行业发展历程及技术发展动态 2.1.1 行业发展历程 2.1.2 行业技术发展动态 2.2 全球功能食品行业发展现状 2.2.1 全球功能食品行业供给分析 2.2.2 全球功能食品行业需求分析 （1）市场规模 （2）区域市场格局 （3）人均消费支出水平对比 2.3 全球重点区域功能食品市场发展状况 2.3.1 美国功能食品市场的发展现状 （1）美国功能食品行业市场规模 （2）美国功能食品行业竞争格局 （3）美国功能食品行业产品结构 2.3.2 日本功能食品市场的发展现状 （1）日本功能食品行业市场规模 （2）日本功能食品行业竞争格局 （3）日本功能食品行业产品结构 2.4 全球功能食品行业代表性企业发展布局案例分析 2.4.1 安利 （1）基本信息 （2）经营情况 （3）功能食品发展布局 （4）在华布局动态 2.4.2 康宝莱 （1）基本信息 （2）经营情况 （3）功能食品发展布局 （4）在华布局动态 2.4.3 如新 （1）基本信息 （2）经营情况 （3）功能食品发展布局 （4）在华布局动态 2.5 全球功能食品行业发展前景预测及发展趋势分析 2.5.1 功能食品行业发展前景预测

2.5.2 国际功能食品市场发展趋势分析 第3章：中国功能食品行业发展状况分析 3.1 中国功能食品行业发展历程及市场特征 3.1.1 中国功能食品行业发展历程 (1) 起步阶段 (2) 成长阶段 (3) 信任危机阶段 (4) 复兴阶段 (5) 黄金时期 3.1.2 中国功能食品行业特征 3.2 中国功能食品的市场供给与需求情况 3.2.1 功能食品企业数量分析 3.2.2 功能食品行业规模分析 3.2.3 行业产品结构分析 (1) 中国功能食品新增备案情况 (2) 中国国产功能食品产品结构 (3) 中国进口功能食品产品结构 3.2.4 功能食品行业进出口分析 (1) 功能食品进口市场 (2) 功能食品出口市场 3.3 中国功能食品行业经营效益分析 3.4 功能食品行业发展痛点 第4章：中国功能食品行业市场竞争状况分析 4.1 功能食品行业市场竞争状况分析 4.1.1 上游议价能力分析 4.1.2 下游议价能力分析 4.1.3 替代品威胁分析 4.1.4 潜在进入者威胁分析 4.1.5 行业现有竞争者的竞争强度分析 4.1.6 行业竞争情况总结 4.2 功能食品行业产品结构分析 4.3 功能食品行业区域竞争格局 4.4 功能食品行业市场集中度分析 第5章：中国功能食品产业链全景解析 5.1 功能食品行业产业链与成本结构分析 5.1.1 功能食品行业产业链分析 5.1.2 功能食品行业成本结构分析 5.2 功能食品行业上游行业分析 5.2.1 功能性食品添加剂及配料行业发展分析 (1) 功能性食品添加剂及配料定义 (2) 功能性食品添加剂及配料发展现状 5.2.2 中药材行业发展情况分析 (1) 种植面积 (2) 药材种类 (3) 价格走势 5.2.3 中草药提取物行业发展分析 5.2.4 中药材行业发展与功能食品行业相关性分析 5.3 功能食品行业下游销售渠道分析 5.3.1 直销渠道 5.3.2 线上渠道 (1) 传统平台 (2) 代购 (3) 跨境电商 5.3.3 药店 (1) 普通食品 (2) 功能食品 第6章：中国功能食品行业饮料类产品需求潜力分析 6.1 功能饮料市场 6.1.1 功能饮料概述 (1) 功能饮料的定义 (2) 功能饮料的分类 6.1.2 功能饮料的发展概况 (1) 全球功能饮料的发展现状 (2) 中国功能饮料的发展现状 6.1.3 中国功能饮料市场分析 (1) 国内市场的功能饮料品牌及其诉求点分析 (2) 功能饮料的典型营销案例分析 6.2 保健酒市场 6.2.1 保健酒市场的发展现状分析 (1) 保健酒市场发展概况 (2) 国内保健酒市场的发展现状 (3) 保健酒的相关政策分析 6.2.2 主要保健酒品牌的竞争策略分析 (1) 市场研究与产品定位 (2) 市场细分与市场定位 (3) 分销策略 (4) 广告、宣传、促销策略 6.2.3 保健酒的目标消费者分析 (1) 中老年消费者的消费特征及其功能诉求分析 (2) 青年消费者的消费特征及其功能诉求分析 (3) 男性消费者的消费特征及其功能诉求分析 (4) 女性消费者的消费特征及其功能诉求分析 6.2.4 保健酒市场的发展趋势 6.3 保健茶市场 6.3.1 茶饮市场发展分析 (1) 从传统走向现代 (2) 从粗放型走向集约型 6.3.2 保健茶市场的发展现状及竞争格局 6.3.3 保健茶的分销渠道分析 (1) 综合型大卖场 (2) 专营型精品店 (3) 药品零售店 6.3.4 保健茶市场的前景预测 第7章：中国功能食品行业食品类产品需求潜力分析 7.1 功能性糖果市场 7.1.1 功能糖果概述 (1) 功能糖果的定义 (2) 功能糖果主要品类分析 7.1.2 国内糖果市场与消费情况的分析 (1) 中国糖果行业发展现状 (2) 不同档次的糖果市场分

析 (3) 不同品类的糖果市场分析 (4) 国内的糖果品牌与种类分析 7.1.3 功能性糖果的市场分析 (1) 功能性糖果的主要种类 (2) 不同种类的功能性糖果市场分析 (3) 功能性糖果的典型营销案例分析 (4) 功能性糖果的前景预测 7.2 功能性食用油市场 7.2.1 功能性食用油概述 (1) 功能性食用油的定义 (2) 功能性食用油的分类 (3) 功能性食用油中的主要功能性配料 7.2.2 功能性食用油的发展概况 (1) 全球功能性食用油的发展现状 (2) 功能性食用油的研究方向 7.2.3 中国功能性食用油市场分析 (1) 国内食用油市场发展现状概述 (2) 中国功能性食用油的发展现状 (3) 国内市场的功能性食用油品牌及其诉求点分析 7.3 功能性烘焙食品市场分析 7.3.1 全球功能性烘焙食品的发展现状 7.3.2 国内功能性烘焙食品的发展现状 7.3.3 功能性烘焙食品的主要功能性配料 7.3.4 目前国内主要的功能性烘焙食品诉求 7.4 蜂产品市场 7.4.1 蜂产品市场现状分析 (1) 中国蜂产品发展现状 (2) 中国蜂产品渠道分析 (3) 中国蜂产品品牌分析 7.4.2 蜂产品市场前景预测 7.5 功能性冰激凌市场 7.5.1 功能性冰激凌的种类 7.5.2 国内冰激凌市场的发展现状及其趋势

第8章：功能食品行业代表性企业发展布局案例分析 8.1 功能食品行业企业发展概述 8.2 功能食品行业代表性企业发展布局案例分析 8.2.1 东阿阿胶股份有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业技术研发与科研经费投入 (3) 企业经营情况分析 (4) 企业产品结构分析 (5) 企业销售渠道分析 (6) 企业经营状况优劣势分析 (7) 企业最新发展动向 8.2.2 山东龙力生物科技股份有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 公司组织构架分析 (3) 企业经营情况分析 (4) 企业产品结构分析 (5) 企业销售渠道分析 (6) 企业经营状况优劣势分析 (7) 企业最新发展动向分析 8.2.3 汤臣倍健股份有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 技术研发与科研经费投入 (3) 主营业务与产品结构 (4) 销售渠道与网络 (5) 企业经营情况分析 (6) 企业优劣势分析 (7) 企业最新发展动向分析 8.2.4 养生堂有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 公司产品结构分析 (3) 企业销售渠道分析 (4) 企业经营状况优劣势分析 8.2.5 西王食品股份有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业产品结构分析 (4) 企业销售渠道分析 (5) 企业经营状况优劣势分析 8.2.6 金士力佳友(天津)有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业产品结构分析 (3) 企业销售渠道分析 (4) 企业经营情况分析 (5) 企业经营状况优劣势分析 8.2.7 健康元药业集团股份有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业产品结构分析 (3) 企业销售渠道分析 (4) 企业经营情况分析 (5) 企业经营状况优劣势分析 8.2.8 红牛维他命饮料有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业产品结构分析 (3) 企业销售渠道分析 (4) 企业经营情况分析 (5) 企业经营状况优劣势分析 8.2.9 广州百事可乐饮料有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业产品结构分析 (3) 企业销售渠道分析 (4) 企业经营情况分析 (5) 企业经营状况优劣势分析 8.2.10 东鹏饮料(集团)股份有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业产品结构分析 (3) 企业销售渠道分析 (4) 企业经营情况分析 (5)

企业经营状况优劣势分析 第9章：中国功能食品行业发展趋势与市场前景预测 9.1 中国功能食品行业投资特性分析 9.1.1 功能食品行业进入壁垒分析 (1) 生产环节壁垒 (2) 渠道流通壁垒 (3) 品牌壁垒 9.1.2 功能食品行业投资风险分析 (1) 政策风险 (2) 供求风险 (3) 关联产业风险 (4) 贸易环境风险 (5) 宏观经济波动风险 9.1.3 功能食品行业盈利模式分析 (1) 投资盈利模式 (2) 投资盈利因素 9.2 中国功能食品行业发展趋势 9.2.1 功能食品行业发展趋势分析 (1) 功能食品添加剂及配料发展趋势 9.2.2 功能食品行业发展建议 (1) 行业监管趋严，提升企业风险应对要求 (2) 加强品牌建设，扭转行业负面形象 (3) 加强产品研发及创新，将成为功能食品企业提升竞争力的关键要素 (4) 精细化经营管理势在必行，功能食品企业需加强新技术新方法的运用 9.3 功能食品行业发展潜力与前景预测 9.3.1 功能食品行业发展潜力分析 9.3.2 功能食品行业发展前景预测 9.4 功能食品行业投资潜力与建议 9.4.1 功能食品行业投资机会剖析 (1) 重点区域投资机会分析 (2) 细分市场投资机会分析 (3) 跨境电商投资机会分析 (4) 功能食品垂直电商投资机会 9.4.2 功能食品行业投资建议 (1) 投资区域 (2) 投资品种 (3) 品牌和渠道建设投入 (4) 并购进入可选这路径之一

图表目录 图表1：国家规定功能食品功效 图表2：功能食品与保健食品的区别与联系 图表3：功能食品按消费群体分类 图表4：功能性食品按食品种类划分 图表5：功能性食品成分及功效列举 图表6：功能食品行业所属国民经济统计分类 图表7：本报告功能食品行业研究范围界定 图表8：功能食品监管部门变迁 图表9：功能食品法规体系 图表10：各国功能食品法律监管对比 图表11：一般贸易和跨境电商（保税备货）的差异 图表12：“百日行动”整顿功能食品市场概况 图表13：“百日行动”对直销行业的影响（单位：%） 图表14：截至2021年我国功能食品行业现行国家标准 图表15：2010-2021年国内功能食品行业重要监管政策 图表16：2014-2021年功能食品行业相关规划 图表17：政策环境对功能食品行业影响分析 图表18：2010-2021年中国GDP增长走势图（单位：万亿元，%） 图表19：2021年主要经济指标预测（单位：万人，%） 图表20：2021年中国GDP的各机构预测（单位：%） 图表21：2013-2021年中国居民人均消费支出额（单位：元） 图表22：2013-2021年中国城乡居民人均消费支出额（单位：元） 图表23：2016-2021年居民消费支出结构变化情况（单位：%） 图表24：2014-2021年中国居民人均医疗保健支出增长情况（单位：元/人） 图表25：中国（大陆地区）历次人口普查主要指标（单位：万人，%） 图表26：2012-2021年中国60周岁以上老年人口比重变化情况（单位：%） 图表27：建国以来我国居民消费经历的三次升级转型情况 图表28：2018-2021年我国功能食品消费年龄分布（单位：%） 图表29：社会环境各方面对行业发展的影响分析 图表30：功能食品中的主要功能因子分类 图表31：全球功能食品行业发展历程 图表32：全球功能食品市场供给分析 图表33：2013-2021年全球功能食品市场规模（单位：亿美元） 图表34：2021年全球主要国家功能食品行业市场规模及占比情况（单位：

亿美元，%) 图表35：2013-2021年主要国家功能食品行业年复合增长率比较(单位：%) 图表36：2021年全球主要国家人均功能食品消费支出水平对比情况(单位：美元/人) 图表37：2013-2021年美国功能食品收入规模变化情况(单位：亿美元) 图表38：2021年美国功能食品主要品牌市场份额(单位：%) 图表39：2021年美国功能食品收入结构(单位：%) 图表40：2013-2021年日本功能食品收入规模变化情况(单位：亿美元) 图表41：2021年日本功能食品行业竞争格局(单位：%) 图表42：2021年日本功能食品收入结构(单位：%) 图表43：2012-2021年安利公司销售收入(单位：亿美元) 图表44：安利公司功能食品产品线布局 图表45：安利在华发展历程 图表46：2017-2021年康宝莱公司销售收入及毛利(单位：亿美元) 图表47：康宝莱公司功能食品相关产品线布局 图表48：康宝莱在华发展历程 图表49：如新集团全球市场分布 图表50：如新集团功能食品产品线布局 图表51：如新集团在华发展历程 图表52：2022-2027年全球功能食品行业市场规模预测(单位：亿美元) 图表53：国际功能食品市场发展趋势分析 图表54：中国功能食品的演变示意图 图表55：中国功能食品行业经历的发展阶段 图表56：中国功能食品行业特征 图表57：2013-2021年中国功能食品市场规模变化情况(单位：亿美元，%) 图表58：2017-2021年我国功能食品新增备案情况(单位：个) 图表59：2021年我国国产保健食品不同剂型备案占比(单位：%) 图表60：2021年国产保健食品不同营养素数量备案情况(单位：款) 图表61：2021年国产保健食品单一营养素数量备案情况(单位：款) 图表62：2021年国产保健食品两种营养素数量备案情况(单位：款) 图表63：2021年国产保健食品多种营养素数量备案情况(单位：款) 图表64：2021年我国进口保健食品进口国别(单位：款) 图表65：2021年进口保健食品不同营养素数量备案情况(单位：款) 图表66：2021年进口保健食品不同营养素数量备案情况(单位：款) 图表67：2017-2021年中国功能食品行业进出口额(单位：亿美元) 图表68：2017-2021年功能食品行业进口金额走势图(单位：亿美元) 图表69：2017-2021年中国功能食品出口金额(单位：亿美元，%) 图表70：2021年中国功能食品上市企业经营效益分析(单位：万元，%) 图表71：功能食品行业发展痛点分析 图表72：功能食品行业上游议价能力分析 图表73：功能食品行业下游议价能力分析 图表74：近年来我国乳制品企业并购典型案例 图表75：功能食品行业现有企业的竞争分析表 图表76：中国功能食品行业五力竞争综合分析 图表77：2021年中国功能食品收入结构图(单位：%) 图表78：2013-2021年中国功能食品细分品类复合增长率(单位：%) 图表79：2021年我国功能性食品销售收入占比分布(单位：%) 图表80：2021年中国功能食品CR9市场份额(单位：%) 图表81：功能食品行业产业链示意图 图表82：功能食品成本结构(单位：%) 图表83：常见的功能性食品添加剂品种 图表84：2017-2021年我国中药材种植面积(单位：万亩) 图表85：各地主产的常用药材 图表86：2013-2021年中国中药材价格指数变化情况(单位：点) 图表87：中草药提取物主要产品分类 图表88：中国

功能食品行业销售模式 图表89：中国功能食品行业各销售渠道代表企业 图表90：2021年中国功能食品行业各销售渠道占比（单位：%） 图表91：直销、传统渠道对比 图表92：2006-2021年商务部批准直销企业个数（单位：个） 图表93：2017-2021年我国功能食品线上渠道规模及增速（单位：亿元，%） 图表94：2021年双11功能食品销售额TOP10 图表95：我国功能食品跨境电商三种模式对比 图表96：功能饮料的分类 图表97：2022-2027年全球功能饮料市场规模变化情况（单位：亿升，%） 图表98：2021年全球能量饮料品牌份额（单位：%） 图表99：2021年中国饮料品类市场份额结构（单位：%） 图表100：2022-2027年中国功能饮料市场规模变化情况（单位：亿升，%） 图表101：功能性饮料行业发展特点分析 图表102：2021年中国能量饮料主要品牌市场份额（终端消费金额）（单位：%） 图表103：2021年中国运动饮料主要品牌市场份额（终端消费金额）（单位：%） 图表104：我国能量饮料主要品牌（单位：%） 图表105：我国能量饮料主要品牌（单位：%） 图表106：保健酒种类及功效 图表107：我国保健酒行业发展所经历的阶段 图表108：2022-2027年中国保健酒产量统计（单位：万千升） 图表109：2017-2021年中国保健酒市场规模及年增长率图（单位：亿元，%） 图表110：保健酒行业市场格局 图表111：茅台集团保健酒板块布局 图表112：支持保健酒行业发展的相关政策措施 图表113：保健酒行业发展任务、方向及标准目标 图表114：保健酒行业产品档次划分（单位：元） 图表115：2021年中国保健酒消费人群年龄结构构成（单位：%） 图表116：保健酒市场发展趋势分析 图表117：2013-2021年我国保健茶行业市场规模（单位：亿元） 图表118：专营精品店优势 图表119：2022-2027年中国保健茶行业市场规模情况及预测（单位：亿元） 图表120：2012-2021年我国糖果市场规模及增长速度（单位：亿元，%）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202404/453736.html>