

2022-2027年中国营养保健食品行业发展监测及投资战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2022-2027年中国营养保健食品行业发展监测及投资战略咨询报告》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：<https://www.huaon.com/channel/foods/769541.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

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。因此本书介绍了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。此书实为对研究、开发保健食品的学校和科研机构，开发、生产保健食品的诸多公司、厂家和食用保健食品的广大消费者的一本有参考价值和实用价值的营养与保健食品参考书。

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

第二章 2017-2021年全球保健食品运行状况分析

第一节 2017-2021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 2017-2021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 2017-2021年世界其它地区保健食品发展动态分析

第四节 2022-2027年世界营养保健食品市场发展趋势探析

第三章 2021年中国保健食品运行环境解析

第一节 2021年中国经济环境分析

第二节 2021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 2021年中国营养保健食品社会环境分析

第四章 2017-2021年中国保健食品业运行新态势分析

第一节 2017-2021年中国保健品业运行综述

- 一、2021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 2017-2021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 2017-2021年中国保健食品市场需求分析

第四节 2017-2021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 2017-2021年中国保健食品发展对策与建议

第五章 2017-2021年中国营养保健食品所属行业经济运行状况

第一节 2017-2021年中国营养保健食品所属行业发展分析

- 一、2021年中国营养保健食品所属行业发展概况
- 二、2021年中国营养保健食品所属行业发展概况

第二节 2017-2021年中国营养保健食品所属行业总体规模分析

- 一、2017-2021年中国营养保健食品所属行业企业规模分析
- 二、2017-2021年中国营养保健食品所属行业人员规模统计
- 三、2017-2021年中国营养保健食品所属行业资产规模分析
- 四、2017-2021年中国营养保健食品所属行业负债规模分析
- 五、2017-2021年中国营养保健食品所属行业市场规模分析

第三节 2017-2021年中国营养保健食品所属行业供需平衡分析

- 一、2017-2021年中国营养保健食品所属行业产成品分析
- 二、2017-2021年中国营养保健食品所属行业供给区域分布
- 三、2017-2021年中国营养保健食品所属行业销售产值分析
- 四、2017-2021年中国营养保健食品所属行业需求区域分布

第四节 2017-2021年中国营养保健食品所属行业投资状况分析

- 一、2017-2021年中国营养保健食品所属行业投资增长分析
- 二、2017-2021年中国营养保健食品所属行业投资区域分布
- 三、2017-2021年不同规模营养保健食品企业资产总额分析
- 四、2017-2021年不同性质营养保健食品企业资产总额分析

第五节 2021年中国营养保健食品所属行业总体结构特征分析

- 一、2021年中国营养保健食品所属行业经济类型结构
- 二、2021年中国营养保健食品所属企业规模结构分析
- 三、2021年中国营养保健食品所属行业区域结构特征

第六章 2017-2021年中国营养保健食品所属行业经济运行效益分析

第一节 2017-2021年中国营养保健食品所属行业获利能力分析

- 一、2017-2021年中国营养保健食品所属行业利润总额分析
- 二、2017-2021年不同规模营养保健食品企业获利能力分析
- 三、2017-2021年不同性质营养保健食品企业获利能力分析
- 四、2017-2021年中国主要省区营养保健食品所属行业获利能力

第二节 2017-2021年中国营养保健食品所属行业经营效益分析

- 一、2017-2021年中国营养保健食品所属行业偿债能力分析
- 二、2017-2021年中国营养保健食品所属行业盈利能力分析
- 三、2017-2021年中国营养保健食品所属行业毛利率分析
- 四、2017-2021年中国营养保健食品所属行业运营能力分析

第三节 2017-2021年中国营养保健食品行业成本费用分析

- 一、2017-2021年中国营养保健食品行业销售成本分析
- 二、2017-2021年中国营养保健食品行业销售费用分析
- 三、2017-2021年中国营养保健食品行业管理费用分析
- 四、2017-2021年中国营养保健食品行业财务费用分析

第七章 2017-2021年中国营养保健食品所属行业区域结构分析

第一节 2017-2021年中国主要区域营养保健食品行业发展分析

- 一、2017-2021年华北地区营养保健食品行业发展情况
- 二、2017-2021年东北地区营养保健食品行业发展情况
- 三、2017-2021年华东地区营养保健食品行业发展情况

四、2017-2021年华中地区营养保健食品行业发展情况

五、2017-2021年华南地区营养保健食品行业发展情况

六、2017-2021年西南地区营养保健食品行业发展情况

七、2017-2021年西北地区营养保健食品行业发展情况

第二节 2017-2021年中国重点省区营养保健食品行业发展分析

一、2017-2021年广东省营养保健食品行业发展分析

二、2017-2021年山东省营养保健食品行业发展分析

三、2017-2021年江苏省营养保健食品行业发展分析

四、2017-2021年浙江省营养保健食品行业发展分析

五、2017-2021年北京市营养保健食品行业发展分析

第八章 2021年中国营养保健食品所属行业经济运行状况

第一节 2021年中国营养保健食品行业发展分析

第二节 2021年不同规模营养保健食品企业发展分析

一、2021年大型营养保健食品企业发展分析

二、2021年中型营养保健食品企业发展分析

三、2021年小型营养保健食品企业发展分析

第三节 2021年不同性质营养保健食品企业总体规模分析

第四节 2021年中国营养保健食品行业区域分布

第五节 2021年中国营养保健食品所属行业经营效益分析

第九章 2017-2021年中国保健食品市场消费分析

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 2017-2021年中国保健食品市场消费分析

第三节 2017-2021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 2017-2021年中国保健食品消费市场分析

第一节 2017-2021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 2017-2021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 2017-2021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 2017-2021年中国保健食品企业营销策略分析

第一节 2017-2021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 2017-2021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 2017-2021年中国保健品市场营销案例解析

第四节 2017-2021年中国保健品市场营销策略建议

第十二章 2017-2021年中国保健食品市场竞争态势分析

第一节 2017-2021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 2017-2021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 2022-2027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 汤臣倍健股份有限公司

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）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）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 2022-2027年中国营养保健食品行业前景预测分析

第一节 2022-2027年中国营养保健食品行业发展趋势分析

第二节 2022-2027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 2022-2027年中国营养保健食品市场盈利预测分析

第十五章 2022-2027年中国营养保健食品产业投资机会与风险分析

第一节 2022-2027年中国营养保健食品行业投资环境分析(HJ HT)

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 2022-2027年中国营养保健食品行业投资机会分析

第三节 2022-2027年中国营养保健食品行业投资风险分析

第四节 2022-2027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 2017-2021年全球营养保健品产业情况

图表3 2017-2021年全球主要地区保健食品市场规模统计

图表4 2017-2021年日本各类特定保健食品市场规模

图表5 2017-2021年中国国内生产总值及增长速度趋势图

图表6 2017-2021年中国全社会固定资产投资增长趋势图

图表7 2017-2021年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图

图表8 2017-2021年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图

图表9 2017-2021年城镇居民人均消费性支出及增长趋势图

图表10 2017-2021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：<https://www.huaon.com/channel/foods/769541.html>