|  |
| --- |
| [2024年中国保健品市场现状调查与未来发展趋势报告](https://www.20087.com/1/33/BaoJianPinShiChangXuQiuFenXiYuFa.html) |



#### [中国市场调研网](https://www.20087.com/)

[www.20087.com](https://www.20087.com/)

一、基本信息

|  |  |
| --- | --- |
| 名称： | [2024年中国保健品市场现状调查与未来发展趋势报告](https://www.20087.com/1/33/BaoJianPinShiChangXuQiuFenXiYuFa.html) |
| 报告编号： | 2076331　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：8800 元　　纸介＋电子版：9000 元 |
| 优惠价： | 电子版：7800 元　　纸介＋电子版：8100 元　　可提供增值税专用发票 |
| 咨询电话： | 400 612 8668、010-66181099、010-66182099、010-66183099 |
| Email： | Kf@20087.com |
| 在线阅读： | [<https://www.20087.com/1/33/BaoJianPinShiChangXuQiuFenXiYuFa.html>](https://www.20087.com/2/95/ZhiNengXiWanJiShiChangQianJingYuCe.html) |
| 温馨提示： | 订购英文、日文等版本报告，请拨打订购咨询电话或发邮件咨询。 |

二、内容简介

　　保健品市场近年来在全球范围内保持了稳健的增长，消费者对健康和生活质量的追求推动了这一趋势。从维生素、矿物质补充剂到功能性食品，保健品涵盖了广泛的健康需求。同时，随着科学研究的深入，越来越多的天然成分和活性物质被证实具有健康益处，促进了保健品的创新和多样化。
　　未来，保健品行业将更加注重科学依据和消费者体验。随着健康知识的普及，消费者对保健品的成分、功效和安全性将有更高的要求，推动行业向更加透明和负责任的方向发展。同时，个性化营养的概念将兴起，基于个体基因、代谢特征的定制化保健品将受到市场欢迎。此外，随着数字化和社交媒体的影响力增强，保健品品牌将更加注重与消费者的互动和教育，提供全方位的健康解决方案。
　　《[2024年中国保健品市场现状调查与未来发展趋势报告](https://www.20087.com/1/33/BaoJianPinShiChangXuQiuFenXiYuFa.html)》深入剖析了当前保健品行业的现状，全面梳理了保健品市场需求、市场规模、产业链结构以及价格体系。保健品报告探讨了保健品各细分市场的特点，展望了市场前景与发展趋势，并基于权威数据进行了科学预测。同时，保健品报告还对品牌竞争格局、市场集中度、重点企业运营状况进行了客观分析，指出了行业面临的风险与机遇。保健品报告旨在为保健品行业内企业、投资公司及政府部门提供决策支持，是把握行业发展趋势、规避风险、挖掘机遇的重要参考。

第一章 2023年中国保健品行业运行环境解析
　　第一节 2023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 2023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 2023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 2023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 2023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 2023年中国保健品行业运行新形势透析
　　第一节 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 2023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 2018-2023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 2018-2023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

第三章 2018-2023年中国保健品市场运行动态分析
　　第一节 2018-2023年中国保健品市场规模分析
　　　　一、中国保健品企业规模
　　　　二、都市女性保健品市场规模
　　　　三、2018-2023年我国保健品市场规模
　　第二节 2024-2030年中国保健品市场规模预测
　　　　一、2018-2023年中国保健产业年销售额
　　　　二、2024-2030年中国保健品市场规模预测
　　第三节 2018-2023年中国保健品区域市场分析
　　　　一、东北地区保健品市场分析
　　　　二、华北地区保健品市场分析
　　　　三、华东地区保健品市场分析
　　　　四、华中地区保健品市场分析
　　　　五、华南地区保健品市场分析
　　　　六、西部地区保健品市场分析
　　　　七、保健品企业区域市场规划策略

第四章 2023年中国保健品需求与消费状况分析
　　第一节 2023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 2023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 2023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

第五章 2023年中国保健品市场产品监测情况分析
　　第一节 2023年中国保健药品市场运行分析
　　　　一、保健药品功能分布
　　　　二、2018-2023年保健品市场占有份额
　　第二节 2023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 2023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 2023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 2023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

第六章 2018-2023年中国保健品行业市场价格走势
　　第一节 2018-2023年中国保健品市场价格波动情况
　　　　一、春节 保健品价格大幅跳水
　　　　二、影响保健品价格的因素分析
　　　　三、2018-2023年蜂王浆价格走势分析
　　第二节 2018-2023年中国保健品原料价格走势分析
　　　　一、中国中药材价格监测
　　　　二、红花价格走势分析
　　　　三、宁夏枸杞价格走势
　　　　四、2018-2023年月中药材价格走势

第七章 2018-2023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 2018-2023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 2018-2023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

第八章 2023年中国保健品行业竞争格局分析
　　第一节 2023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 2023年中国保健品上市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、企业发展简况分析
　　　　二、企业经营情况分析
　　　　三、企业经营优劣势分析
　　第二节 山东东阿阿胶股份有限公司
　　　　一、企业发展简况分析
　　　　二、企业经营情况分析
　　　　三、企业经营优劣势分析
　　第三节 哈药集团股份有限公司
　　　　一、企业发展简况分析
　　　　二、企业经营情况分析
　　　　三、企业经营优劣势分析
　　第四节 海南椰岛（集团）股份有限公司
　　　　一、企业发展简况分析
　　　　二、企业经营情况分析
　　　　三、企业经营优劣势分析
　　第五节 上海交大昂立股份有限公司
　　　　一、企业发展简况分析
　　　　二、企业经营情况分析
　　　　三、企业经营优劣势分析
　　第六节 北京双鹭药业股份有限公司
　　　　一、企业发展简况分析
　　　　二、企业经营情况分析
　　　　三、企业经营优劣势分析
　　第七节 海王集团
　　　　一、企业发展简况分析
　　　　二、企业经营情况分析
　　　　三、企业经营优劣势分析

第十章 2018-2023年中国植物提取物运行状况分析
　　第一节 植物提取物产业相关概述
　　第二节 2018-2023年中国植物提取物现状综述
　　　　一、植物提取物在保健品中的应用
　　　　二、中草药、植物提取物提取现状
　　　　　　1、银杏叶提取物
　　　　　　2、金银花提取物
　　　　三、2018-2023年植物提取物进出口数据分析（3301）
　　第三节 2018-2023年中国植物药提取物行业技术分析
　　　　一、超临界流体萃取技术
　　　　二、天然中药提取物AF-8新技术通过鉴定
　　　　三、大孔树脂吸附法
　　　　四、半仿生提取法
　　第四节 2018-2023年中国植物药提取物市场动态分析
　　　　一、中药提取物产业化需调控和规范
　　　　二、厦台药厂签协议 中国台湾药品有望进军大陆
　　　　三、我国植物提取物产业标准化步伐加快
　　第五节 其它主要产品市场运行分析
　　　　一、中药提取物市场分析
　　　　二、灵芝提取物市场分析
　　　　三、丹参提取物市场分析
　　　　四、白芍提取物市场分析
　　　　五、白藜芦醇市场分析
　　　　六、芝麻脂素市场分析

第十一章 2023年中国植物药提取物上市企业竞争力及关键性数据透析
　　第一节 浙江康恩贝制药股份有限公司（600572）
　　　　一、企业发展简况分析
　　　　二、企业经营情况分析
　　　　三、企业经营优劣势分析
　　第二节 四川中汇医药（集团）股份有限公司（000809）
　　　　一、企业发展简况分析
　　　　二、企业经营情况分析
　　　　三、企业经营优劣势分析
　　第三节 天津天士力股份有限公司（600535）
　　　　一、企业发展简况分析
　　　　二、企业经营情况分析
　　　　三、企业经营优劣势分析
　　第四节 山东沃华医药科技股份有限公司 （002017）
　　　　一、企业发展简况分析
　　　　二、企业经营情况分析
　　　　三、企业经营优劣势分析
　　第五节 青海三普药业股份有限公司（600869）
　　　　一、企业发展简况分析
　　　　二、企业经营情况分析
　　　　三、企业经营优劣势分析
　　第六节 贵州益佰制药股份有限公司（600594）
　　　　一、企业发展简况分析
　　　　二、企业经营情况分析
　　　　三、企业经营优劣势分析

第十二章 2024-2030年中国保健品行业发展预测
　　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

第十三章 2024-2030年我国保健品行业投资价值与投资策略分析
　　第一节 2018-2023年中国保健品投资概况
　　　　一、保健品投资特性
　　　　二、保健品投资环境分析
　　第二节 2024-2030年我国保健品行业投资价值分析
　　　　一、减肥产品投资价值分析
　　　　二、润肠通便产品投资价值分析
　　　　三、美容产品投资价值分析
　　　　四、排铅产品投资价值分析
　　　　五、补肾产品投资价值分析
　　　　六、蜂产品行业投资价值分析
　　　　七、保健品风险规避和操作方法
　　第三节 2024-2030年中国保健品行业投资风险预警
　　　　一、保健品直销存在四大风险
　　　　二、保健品行业社会风险分析
　　　　三、保健品市场风险化解策略
　　　　四、保健品行业风险规避之道
　　　　五、蜂产业投资风险规避策略
　　第四节 [:中:智:林:]2024-2030年保健品行业投资机会及策略
　　　　一、保健品投资的三个要点
　　　　二、保健品市场深度调研及投资策略
　　　　三、保健品发展历程和基本规律
　　　　四、保健品销售的基本规则以及风险预防
　　　　五、脑白金和太太口服液案例分析
　　　　六、近年保健品黑马产品分析和经验总结
　　　　七、保健品的市场机会分析

图表目录
略……

了解《[2024年中国保健品市场现状调查与未来发展趋势报告](https://www.20087.com/1/33/BaoJianPinShiChangXuQiuFenXiYuFa.html)》，报告编号：2076331，

请致电：400-612-8668、010-66181099、66182099、66183099，

Email邮箱：Kf@20087.com

详细介绍：<https://www.20087.com/1/33/BaoJianPinShiChangXuQiuFenXiYuFa.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！