|  |
| --- |
| [中国中医保健品行业现状调查研究及市场前景分析预测报告（2024版）](https://www.20087.com/A/29/ZhongYiBaoJianPinShiChangQianJingYuCe.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： | [中国中医保健品行业现状调查研究及市场前景分析预测报告（2024版）](https://www.20087.com/A/29/ZhongYiBaoJianPinShiChangQianJingYuCe.html) |
| 报告编号： | 1AA529A　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：8500 元　　纸介＋电子版：8800 元 |
| 优惠价： | 电子版：7600 元　　纸介＋电子版：7900 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/A/29/ZhongYiBaoJianPinShiChangQianJingYuCe.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

　　中医保健品市场在过去几年里经历了快速增长，消费者对传统中医理论和天然草本成分的信任推动了该行业的发展。随着健康意识的提升，人们越来越倾向于使用具有预防和调理功效的保健品来维护健康。同时，科研机构对中草药有效成分的深入研究，为产品开发提供了科学依据，提升了产品的质量和效果。
　　中医保健品的未来将更加注重科学化和国际化。科学化意味着产品开发将基于更多的临床研究和功效验证，确保产品安全有效。国际化方面，随着全球对中医药的认可度提高，中医保健品有望进入更多国际市场，但同时也将面临更高的监管标准和文化差异挑战。此外，结合现代营养学和生活方式的创新产品将吸引更多年轻消费者的关注。

第一章 中医保健品行业相关概述
　　第一节 中医保健品行业相关概述
　　　　一、中医保健品定义
　　　　二、中医保健品种类
　　　　三、中医保健品开发现状
　　第二节 中医保健品行业经营模式分析
　　　　一、采购模式
　　　　二、销售模式

第二章 2024年中医保健品行业发展环境分析
　　第一节 2024年中国经济发展环境分析
　　　　一、中国gdp增长情况分析
　　　　二、工业经济发展形势分析
　　　　三、社会固定资产投资分析
　　　　四、全社会消费品零售总额
　　　　五、城乡居民收入增长分析
　　　　六、居民消费价格变化分析
　　第二节 中国中医保健品行业政策环境分析
　　　　一、中医保健食品行业监管体制
　　　　二、中医保健食品行业政策法规
　　　　三、中医保健食品业进出口政策
　　　　四、中医保健食品“十三五”规划
　　第三节 中国保健食品行业技术环境分析

第三章 2018-2023年中国保健食品行业经济运行分析
　　第一节 2024-2030年中国保健食品行业发展概述
　　　　一、2024年中国保健食品行业主要经济指标
　　　　……
　　第二节 2018-2023年中国保健食品行业规模分析
　　　　一、保健食品行业企业规模分析
　　　　二、保健食品行业资产增长分析
　　　　三、保健食品行业销售收入分析
　　　　四、保健食品行业利润总额分析
　　第三节 2018-2023年中国保健食品行业经营效益分析
　　　　一、偿债能力分析
　　　　二、盈利能力分析
　　　　三、运营能力分析
　　第四节 2018-2023年中国保健食品行业成本费用分析
　　　　一、销售成本统计
　　　　二、主要费用统计

第四章 中国中医保健品市场现状分析
　　第一节 中国保健品市场分析
　　　　一、中国保健品市场现状
　　　　二、中国保健品市场规模
　　　　三、中国保健品产品结构
　　　　四、中国保健品重点品牌
　　第二节 中国中医保健品市场规模分析
　　　　一、中医保健品市场规模分析
　　　　二、中医保健品重点品牌分析
　　　　三、中医保健品市场规模预测（2015-2020年）
　　第三节 中国中医保健品细分市场分析
　　　　一、补钙型保健品
　　　　二、补肾型保健品
　　　　三、改善睡眠保健品
　　　　四、儿童膳食补充剂
　　　　五、滋补养颜保健品
　　第四节 中国中医保健品重点产品分析
　　　　一、冬虫夏草类产品
　　　　二、月见草油类产品
　　　　三、人参类产品
　　　　四、银杏叶类产品
　　　　五、保健茶类产品
　　　　六、固元膏产品

第五章 中国中医保健品市场消费群体分析
　　第一节 老年消费群体分析
　　　　一、老年中医保健品消费人群
　　　　二、老年中医保健品消费特征
　　　　三、老年中医保健品产品结构
　　　　四、老年中医保健品消费潜力
　　第二节 女性中医保健品市场机会分析
　　　　一、女性中医保健品消费人群
　　　　二、女性中医保健品消费特征
　　　　三、女性中医保健品产品结构
　　　　四、女性中医保健品消费潜力
　　第三节 男性中医保健品市场机会分析
　　　　一、男性中医保健品消费人群
　　　　二、男性中医保健品消费特征
　　　　三、男性中医保健品消费潜力
　　第四节 亚健康中医保健品市场机会分析
　　　　一、亚健康中医保健品消费人群
　　　　二、亚健康中医保健品消费特征
　　　　三、亚健康中医保健品消费潜力

第六章 中国中医保健品市场渠道分析
　　第一节 商超渠道分析
　　第二节 药店渠道分析
　　第三节 电商渠道分析
　　第四节 团购渠道分析
　　第五节 直销渠道分析

第七章 中国中医保健品行业产业链分析
　　第一节 中医保健品行业产业链概述
　　第二节 中医保健品上游产业发展状况分析
　　　　一、中药材产品种类分析
　　　　二、中药材播种面积分析
　　　　三、中药材销量情况分析
　　　　四、中药材价格情况分析
　　第三节 中医保健品下游应用需求市场分析
　　　　一、人口规模结构分析
　　　　二、居民保健意识提升
　　　　三、居民医疗保健支出
　　　　四、疾病护理及亚健康保健

第八章 中国中医保健品进出口数据分析
　　第一节 2018-2023年中医保健品进出口情况分析
　　　　一、2018-2023年中医保健品进口规模分析
　　　　二、2018-2023年中医保健品出口规模分析
　　　　三、2024年中医保健品进口百强企业名单
　　　　四、2024年中医保健品出口百强企业名单
　　第二节 影响中国中医保健品出口的因素分析
　　　　一、政策及标准差异
　　　　二、技术水平的差异
　　　　三、中西文化的差异
　　　　四、国际信誉的影响
　　第三节 中国中医保健品出口对策及建议

第九章 国内中医保健品生产厂商竞争力分析
　　第一节 山东东阿阿胶股份有限公司
　　　　一、企业发展基本情况
　　　　二、企业主要产品分析
　　　　三、公司经营情况分析
　　　　四、企业经济指标分析
　　　　五、企业销售网络布局
　　　　六、企业竞争优势分析
　　第二节 健康元药业集团股份有限公司
　　　　一、企业发展基本情况
　　　　二、企业主要产品分析
　　　　三、公司经营情况分析
　　　　四、企业经济指标分析
　　　　五、企业竞争优势分析
　　　　六、企业发展战略分析
　　第三节 上海交大昂立股份有限公司
　　　　一、企业发展基本情况
　　　　二、企业主要产品分析
　　　　三、公司经营情况分析
　　　　四、企业经济指标分析
　　　　五、企业竞争优势分析
　　　　六、企业发展战略分析
　　第四节 汤臣倍健股份有限公司
　　　　一、企业发展基本情况
　　　　二、企业主要产品分析
　　　　三、公司经营情况分析
　　　　四、企业经济指标分析
　　　　五、企业销售网络布局
　　　　六、企业发展战略分析
　　第五节 北京同仁堂股份有限公司
　　　　一、企业发展基本情况
　　　　二、企业主要产品分析
　　　　三、公司经营情况分析
　　　　四、企业经济指标分析
　　　　五、企业销售网络布局
　　　　六、企业发展战略分析
　　第六节 广州白云山医药集团股份有限公司
　　　　一、企业发展基本情况
　　　　二、企业主要产品分析
　　　　三、公司经营情况分析
　　　　四、企业经济指标分析
　　　　五、企业销售网络布局
　　　　六、企业发展战略分析
　　第七节 佛山市顺德康富来保健品有限公司
　　　　一、企业发展基本情况
　　　　二、企业主要产品分析
　　　　三、企业竞争优势分析
　　　　四、企业发展战略分析

第十章 2024-2030年中国中医保健品行业发展趋势与前景分析
　　第一节 2024-2030年中国中医保健品行业投资前景分析
　　　　一、保健品行业发展前景分析
　　　　二、中医保健品市场趋势分析
　　　　三、中医保健品市场前景分析
　　第二节 2024-2030年中国中医保健品行业投资风险分析
　　　　一、政策监管风险分析
　　　　二、市场竞争风险分析
　　　　三、原料市场风险分析
　　　　四、食品安全风险分析
　　第三节 2024-2030年中医保健品行业投资策略及建议

第十一章 中医保健品企业投资战略与客户策略分析
　　第一节 中医保健品企业发展战略规划背景意义
　　　　一、企业转型升级的需要
　　　　二、企业强做大做的需要
　　　　三、企业可持续发展需要
　　第二节 中医保健品企业战略规划制定依据
　　　　一、国家产业政策
　　　　二、行业发展规律
　　　　三、企业资源与能力
　　　　四、可预期的战略定位
　　第三节 中医保健品企业战略规划策略分析
　　　　一、战略综合规划
　　　　二、技术开发战略
　　　　三、区域战略规划
　　　　四、产业战略规划
　　　　五、营销品牌战略
　　　　六、竞争战略规划
　　第四节 中智~林~－济研：中医保健品企业重点客户战略实施
　　　　一、实施重点客户战略的必要性
　　　　二、企业重点客户的鉴别与确定
　　　　三、企业重点客户的开发与培育
　　　　四、重点客户市场营销策略

图表目录
　　图表 1 中医药企业直接向厂商采购原材料流程图示
　　图表 2 中医药企业国外采购原材料流程图示
　　图表 3 中医保健品主要销售模式图示
　　图表 4 2018-2023年中国国内生产总值及增长变化趋势图
　　图表 7 2018-2023年中国全社会固定资产投资增长趋势图
　　图表 9 2024年中国主要消费品零售额及增长速度统计
　　图表 10 2018-2023年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图
　　图表 11 2018-2023年中国农村居民人均纯收入及增长趋势图
　　图表 12 2023-2024年中国居民消费价格月度变化趋势图
　　图表 13 保健食品行业主管部门及相关职责
　　图表 15 2024年中国保健食品制造业经济指标统计
　　……
　　图表 19 2018-2023年中国保健食品制造业资产总额统计
　　图表 20 2018-2023年中国保健食品制造业销售收入统计
　　图表 21 2018-2023年中国保健食品制造业利润总额统计
　　图表 22 2018-2023年中国保健食品制造业资产负债率情况
　　图表 23 2018-2023年中国保健食品制造业毛利率情况
　　图表 24 2018-2023年中国保健食品制造业成本费用利润率情况
　　图表 27 2018-2023年中国保健食品制造业销售成本统计
　　图表 29 2018-2023年中国保健品零售规模趋势图
　　图表 30 2024年中国保健品产品结构图
　　图表 31 2024年营养保健品品牌份额情况
　　图表 32 2018-2023年中国中医保健品零售规模趋势图
　　图表 33 中国中医保健品品牌
　　图表 34 2024-2030年中医保健品零售规模预测图
　　图表 35 中国补钙型营养保健品品牌渗透率情况统计
　　图表 36 中国补钙型营养保健品品牌购买比例统计
　　图表 37 中国补钙型营养保健食品前10品牌人口性别构成及其渗透率
　　图表 38 中国补钙型营养保健食品前10品牌人口年龄构成及其渗透率
　　图表 39 中国补钙型营养保健食品前10品牌人口婚姻状况构成及其渗透率
　　图表 40 中国补钙型营养保健食品前10品牌家庭人口数构成及其渗透率
　　图表 41 中国补肾型营养保健品品牌渗透率情况统计
　　图表 42 中国补肾型营养保健品品牌购买比例统计
　　图表 43 中国补肾型营养保健食品前10品牌人口性别构成及其渗透率
　　图表 44 中国补肾型营养保健食品前10品牌人口年龄构成及其渗透率
　　图表 45 中国补肾型营养保健食品前10品牌人口婚姻状况构成及其渗透率
　　图表 46 中国补肾型营养保健食品前10品牌家庭人口数构成及其渗透率
　　图表 47 2018-2023年中医改善睡眠产品零售规模统计
　　图表 49 2018-2023年中医滋补养颜保健品零售规模统计
　　图表 54 老年人服用健康保健品的频率
　　图表 55 老年人消费健康保健品的来源
　　图表 56 老年人选择服用健康保健品的主要原因
　　图表 58 中国各年龄段女性人口占比
　　图表 60 中国各年龄段性人口占比
　　图表 61 保健品药店渠道占比
　　图表 62 中医保健品产业链图示
　　图表 63 中国中药材播种面积统计
　　图表 64 中国中药材重点品种销售情况
　　图表 66 2024年中国人口数量及其构成情况统计
　　图表 67 中国城镇和农村居民家庭平均每人全年医疗保健消费支出统计
　　图表 70 2024年中国医药保健品进口企业100强
　　图表 71 2024年中国医药保健品出口企业100强
　　图表 72 山东东阿阿胶股份有限公司主要产品情况
　　图表 73 2024年山东东阿阿胶股份有限公司分行业、分产品情况表
　　图表 74 2024年山东东阿阿胶股份有限公司业务结构情况
　　图表 75 2024年山东东阿阿胶股份有限公司分地区情况表
　　图表 77 2018-2023年山东东阿阿胶股份有限公司资产与负债统计
　　图表 78 健康元药业集团股份有限公司保健产品情况
　　图表 79 2024年健康元药业集团股份有限公司分行业、分产品情况表
　　图表 80 2024年健康元药业集团股份有限公司业务结构情况
　　图表 81 2024年健康元药业集团股份有限公司分地区情况表
　　图表 84 上海交大昂立股份有限公司保健产品情况
　　图表 85 2024年上海交大昂立股份有限公司分行业、分产品情况表
　　图表 86 2024年上海交大昂立股份有限公司业务结构情况
　　图表 87 2024年上海交大昂立股份有限公司分地区情况表
　　图表 90 汤臣倍健股份有限公司主要产品情况
　　图表 91 2024年汤臣倍健股份有限公司分行业、分产品情况表
　　图表 92 2024年汤臣倍健股份有限公司业务结构情况
　　图表 93 2018-2023年汤臣倍健股份有限公司收入与利润统计
　　图表 94 2018-2023年汤臣倍健股份有限公司资产与负债统计
　　图表 95 2024年汤臣倍健股份有限公司分地区销售情况情况表
　　图表 96 北京同仁堂股份有限公司10大保健产品
　　图表 97 2024年北京同仁堂股份有限公司分行业情况表
　　图表 99 2018-2023年北京同仁堂股份有限公司资产与负债统计
　　图表 100 2024年北京同仁堂股份有限公司分地区情况表
　　图表 101 广州白云山医药集团股份有限公司保健产品
　　图表 102 2024年广州白云山医药集团股份有限公司分行业、分产品情况表
　　图表 103 2024年广州白云山医药集团股份有限公司业务结构情况
　　图表 104 2018-2023年广州白云山医药集团股份有限公司收入与利润统计
　　图表 106 2024年广州白云山医药集团股份有限公司分地区情况表
　　图表 107 佛山市顺德康富来药业有限公司基本情况
　　图表 108 重点客户管理与企业战略规划
略……

了解《[中国中医保健品行业现状调查研究及市场前景分析预测报告（2024版）](https://www.20087.com/A/29/ZhongYiBaoJianPinShiChangQianJingYuCe.html)》，报告编号：1AA529A，

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

Email邮箱：Kf@20087.com

详细介绍：<https://www.20087.com/A/29/ZhongYiBaoJianPinShiChangQianJingYuCe.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！