



艾凯咨询
ICAN Consulting

2022-2027年中国营养保健食品 行业市场深度调研及未来发展趋 势研究报告

一、调研说明

《2022-2027年中国营养保健食品行业市场深度调研及未来发展趋势研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/361025.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.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、摘要、目录、图表

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：

第一部分 行业发展分析

第一章 2021年国际营养保健食品行业市场发展分析

第一节 2021年世界营养保健食品市场监管分析

一、归属于食品监管

二、以药品类监管

三、建立完整的第三类产品管理制度

第二节 2021年日本营养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 2021年世界其它地区营养保健食品发展及动态分析

一、美国营养药品和保健食品现状

二、韩国开发营养保健食品概况

三、加拿大营养保健食品行业发展现状

三、大豆---国际保健食品市场新宠

第四节 2022-2027年世界营养保健食品市场发展趋势探析

第二章 营养保健食品行业市场环境及影响分析（PEST）

第一节 营养保健食品行业政治法律环境（P）

一、行业主要政策法规

二、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析（E）

一、经济发展现状分析

二、当前经济主要问题

三、未来经济运行与政策展望

四、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析（S）

一、营养保健食品产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

第四节 行业技术环境分析（T）

一、营养保健食品技术分析

二、行业主要技术发展趋势

三、技术环境对行业的影响

第三章 2021年中国营养保健食品行业运行情况分析

第一节 2021年中国营养保健食品发展与需求现状分析

一、保健食品的功能种类分布与功能因子

二、保健食品发展现状

三、保健食品需求状况

第二节 中国营养保健食品市场运行动态分析

第三节 中国营养保健食品管理的对策建议

一、虚假、夸大宣传造成消费者对保健品信任程度降低

二、低水平重复现象严重

三、管理法规不完善

四、假冒伪劣保健品泛滥

第二部分 行业运行分析

第四章 2021年中国营养保健食品消费市场分析

第一节 2021年中国营养保健食品消费者分析

一、现代人的保健观念

二、营养保健食品消费者消费行为分析

三、营养保健食品消费群体分析

第二节 2021年中国营养保健食品消费者市场分析

一、中老年营养保健食品市场发展分析

二、女性营养保健食品市场发展状况分析

三、儿童青少年营养保健食品市场发展状况分析

第五章 2021年中国营养保健食品市场营销策略分析

第一节 2021年中国营养保健食品市场主要经营策略分析

一、营养保健食品形象的树立

二、营养保健食品的市场定位

三、营养保健食品的功能效果

第二节 2021年中国营养保健食品产业销售渠道分析

一、药店

二、超市

三、网上购物

第三节 中国保健食品营销战略四大致命误解分析

第六章 2017-2021年中国营养、保健食品制造所属行业数据监测分析

第一节 2017-2021年中国营养、保健食品制造所属行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节 2017-2021年中国营养、保健食品制造所属行业结构分析

一、企业数量结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

二、销售收入结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

第三节 2017-2021年中国营养、保健食品制造所属行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第四节 2017-2021年中国营养、保健食品制造所属行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、费用统计

第五节 2017-2021年中国营养、保健食品制造所属行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第三部分 市场竞争格局

第七章 2021年中国营养保健食品行业竞争情况分析

第一节 2021年中国营养保健食品行业竞争格局分析

一、营养保健食品产品类别竞争程度分析

二、营养保健食品行业竞争程度分析

第二节 2021年中国营养保健食品行业竞争结构分析

一、行业的重要省份分布概况

二、行业销售集中度分析

第三节 2022-2027年中国营养保健食品提升竞争力策略分析

第八章 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、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

第二节 宝健（中国）日用品有限公司

一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

第三节 卫材（苏州）制药有限公司

一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

第四节 完美(中国)日用品有限公司

一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

第五节 北京澳特舒尔保健品开发有限公司

一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

第六节 康宝莱（中国）保健品有限公司

一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

第四部分 行业前景预测

第九章 2022-2027年中国营养保健食品行业运行前景预测分析

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行业市场预测分析

一、中国营养保健食品种类供需预测分析

二、中国营养保健食品潜在消费者发展趋势预测分析

三、中国营养保健食品价格发展趋势预测分析

第三节 2022-2027年中国营养保健食品行业盈利预测分析

第十章 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

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

一、营养保健食品行业投资吸引力分析

二、营养保健食品行业投资区域分析

第三节 2022-2027年中国营养保健食品行业投资风险预警

一、政策监管日益加强

二、原材料风险预警

三、行业竞争风险预警

第四节建议

第五部分 战略研究分析

第十一章 2022-2027年营养保健食品投资战略研究

第一节 营养保健食品行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对中国营养保健食品品牌的战略思考

第三节 2022-2027年营养保健食品投资风险及控制策略

第十二章 2022-2027年中国营养保健食品行业发展策略及投资建议

第一节 营养保健食品行业发展策略分析

一、坚持产品创新的领先战略

二、坚持品牌建设的引导战略

三、坚持工艺技术创新的支持战略

四、坚持市场营销创新的决胜战略

五、坚持企业管理创新的保证战略

第二节 营养保健食品行业市场的关键客户战略实施

一、实施关键客户战略的必要性

二、合理确立关键客户

三、对关键客户的营销策略

四、强化关键客户的管理

五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 投资建议

一、重点投资区域建议

二、重点投资产品建议

图表目录：

图表：2017-2021年我国营养、保健食品制造所属行业企业数量增长趋势图

图表：2017-2021年我国营养、保健食品制造所属行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2017-2021年我国营养、保健食品制造所属行业从业人数增长趋势图

图表：2017-2021年我国营养、保健食品制造所属行业资产规模增长趋势图

图表：2017-2021年我国营养、保健食品制造所属行业不同类型企业数量分布图

图表：2017-2021年我国营养、保健食品制造所属行业不同所有制企业数量分布图

图表：2017-2021年我国营养、保健食品制造所属行业不同类型企业销售收入分布图

图表：2017-2021年我国营养、保健食品制造所属行业不同所有制企业销售收入分布图

更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/361025.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。