2026-2031年全球及中国保健品产业发展前景与投资战略规划分析报告

目 录

CONTENTS

——综述篇——
第1章：保健品产业综述及数据来源说明
1.1 保健品产业界定
1.1.1 保健品的界定
1、中国保健品的定义
2、与其他国家的对比
3、保健品专业术语
1.1.2 保健品的分类
1.1.3 保健品所处行业
《国民经济行业分类》
《健康产业统计分类》
1.1.4 保健品产业监管
1、主管部门
2、自律组织
1.1.5 保健品产业标准
1、标准体系建设
2、现行标准汇总
3、即将实施标准
1.2 保健品产业画像
1.2.1 保健品产业链结构梳理
1.2.2 保健品产业链生态全景图谱
1.2.3 保健品产业链区域热力图
1.3 本报告数据来源及统计标准说明
1.3.1 本报告研究范围界定
1.3.2 本报告权威数据来源
1.3.3 研究方法及统计标准
——现状篇——
第2章：全球保健品产业发展现状及区域格局
2.1 全球保健品产业发展历程
2.2 全球保健品产业发展现状
2.2.1 全球保健品市场发展概况
2.2.2 全球保健品细分市场概况
2.3 全球保健品市场规模体量
2.4 全球保健品市场竞争格局
2.4.1 全球保健品市场竞争格局
2.4.2 全球保健品市场集中度
2.4.3 全球保健品并购交易态势
2.5 全球保健品区域发展格局
2.5.1 全球保健品区域发展格局
2.5.2 全球保健品国际贸易关系
2.6 国外保健品发展经验借鉴
2.6.1 重点区域市场：美国
1、市场规模
2、市场竞争格局
3、市场发展趋势及前景预测
2.6.2 重点区域市场：欧洲

1、市场规模
2、市场竞争格局
3、市场发展趋势及前景预测
2.6.3 重点区域市场：日本
2.6.4 国外保健品发展经验借鉴
2.7 全球保健品市场前景预测
2.8 全球保健品发展趋势洞悉
第3章：中国保健品产业发展现状及竞争态势
3.1 中国保健品产业发展历程
3.2 中国保健品市场主体分析
3.2.1 保健品市场参与者类型
3.2.2 保健品企业的入场方式
3.3 保健品OEM/ODM/OBM
3.4 中国保健品市场供给/生产
3.4.1 国产保健食品历年备案数量统计
3.4.2 国产保健食品备案地区分布情况
3.4.3 保健品企业数量统计
3.4.4 保健品企业生产情况
3.5 中国保健品对外贸易状况
3.5.1 保健品适用海关HS编码
3.5.2 保健品进出口贸易概况
3.5.3 保健品进口贸易概况
1、保健品产业进口贸易规模
2、保健品产业进口产品结构
3.5.4 保健品出口贸易概况
1、保健品产业出口贸易规模
2、保健品产业出口产品结构
3.6 中国保健品市场需求/销售
3.6.1 保健品市场渗透率
3.6.2 保健品市场接受度
3.6.3 保健品市场销售情况
3.6.4 保健品市场价格水平
3.7 中国保健品产业经营效益
3.8 中国保健品市场规模体量
3.9 中国保健品市场竞争态势
3.9.1 保健品市场竞争格局
1、保健药品
2、保健食品
3、维生素和膳食补充剂
4、体重管理保健品市场
5、运动营养保健品市场
3.9.2 保健品市场的集中度
1、维生素和膳食补充剂
2、体重管理
3、运动营养
4、保健药品
3.9.3 保健品波特五力模型
3.9.4 保健品外企在华布局
3.10 中国保健品产业投融资趋势
3.10.1 保健品主要资金来源
3.10.2 保健品产业兼并重组
1、中国保健品产业兼并与重组事件汇总
2、中国保健品产业兼并与重组类型及动因
3、中国保健品产业兼并与重组案例分析
4、中国保健品产业兼并与重组趋势预判
3.10.3 保健品产业融资动态
1、保健品产业投融资主体构成
2、中国保健品产业投融资事件汇总
3、中国保健品产业投融资规模

4、中国保健品产业投融资轮次分析
3.10.4 保健品产业IPO动态
3.11 中国保健品产业发展痛点问题
第4章：保健品技术及原料设备配套市场分析
4.1 保健品产业竞争壁垒
4.1.1 保健品进入壁垒（竞争壁垒）
1、行业准入壁垒
2、渠道流通壁垒
3、品牌壁垒
4、技术壁垒
5、退出壁垒分析
4.1.2 保健品产业潜在进入者威胁
4.2 保健品产业技术进展
4.2.1 保健品专利申请分析
1、中国保健品产业专利申请
2、中国保健品产业专利公开
3、中国保健品产业热门申请人
4、中国保健品产业热门技术
4.2.2 保健品关键核心技术
1、中国保健品产业技术特点
2、中国保健品产业关键技术分析
（1）快速溶剂萃取技术（ASE）
（2）中药炮制技术
4.2.3 保健品生产工艺设计
4.2.4 保健品生产工艺流程
4.2.5 保健品生产工艺技术
4.2.6 保健品技术研发方向/未来研究重点
4.3 保健品产品设计开发
4.3.1 保健品基本成分组成
4.3.2 保健品产品设计开发
4.4 保健品成本结构分析
4.4.1 保健品成本结构组成
4.4.2 保健品产业价值链图
4.4.3 保健品价格传导机制
4.5 保健品的原材料供应
4.5.1 保健品原料类型
4.5.2 中药材
1、中药材供给情况
2、中药材种植产值效益
3、中药材交易市场经营规模
4、中药材发展趋势
4.5.3 原料药
1、原料药市场概述
2、原料药市场供给水平分析
3、原料药市场需求水平分析
4、原料药发展趋势
4.6 保健品的辅料供应
4.6.1 保健品辅料概述
4.6.2 食品添加剂
1、中国食品添加剂的发展
2、食品添加剂市场供给情况
4.6.3 药用辅料
1、中国药用辅料市场的发展
2、中国药用辅料的市场现状
4.6.4 包装材料
4.7 保健品的质检及设备
4.7.1 保健品质量检验检测
1、检测标准
2、检测方法

3、检测项目
4.7.2 保健品第三方检测机构
4.7.3 保健品生产加工设备
4.7.4 保健品自动化生产线
4.8 保健品仓储物流市场
4.8.1 保健品包装/标识/储运要求
4.8.2 保健品仓储/物流市场概况
4.9 保健品供应链面临的挑战
第5章：中国保健品细分产品市场发展分析
5.1 保健品产业细分市场发展概况
5.1.1 保健品细分市场概况
5.1.2 保健品细分市场结构
5.2 保健品细分市场：保健食品
5.2.1 保健食品的定义
5.2.2 保健食品的类型：营养素补充剂&功能性保健食品
5.2.3 保健食品备案产品数量
5.2.4 保健食品产品类型分布
5.2.5 保健食品市场需求规模
5.2.6 保健食品市场需求结构
5.2.7 保健食品市场前景预测
5.3 保健品细分市场：保健药品
5.3.1 保健药品的定义及分类
5.3.2 中国保健药品原料资源
5.3.3 保健药品上市产品数量
5.3.4 保健药品市场需求规模
5.3.5 保健药品市场前景预测
5.4 保健品细分市场：保健用品
5.4.1 保健用品的定义及分类
5.4.2 保健用品市场规模分析
1、整体市场规模
2、家用医疗器械市场规模
3、健身器材市场规模
4、保健护理电器具市场规模
5.4.3 医疗器械注册备案情况
5.4.4 可穿戴设备出货量规模
5.4.5 体育用品及相关产品制造总产出
5.4.6 保健用品市场前景预测
5.5 保健品细分市场：功能性化妆品
5.5.1 功能性化妆品概述
5.5.2 功能性化妆品市场概况
5.5.3 功能性化妆品企业布局
5.5.4 功能性化妆品发展趋势
5.6 保健品细分市场战略地位分析
第6章：中国保健品消费场景及用户触达
6.1 保健品产业消费场景分布
6.2 保健品行业销售模式分析
6.3 保健品产业直销模式发展
6.3.1 直销业政策与监管
6.3.2 直销牌照批准与审核
6.3.3 单层直销VS多层直销
6.3.4 直销运作区域性发展
1、保健品直销重点区域
2、影响保健品直销全国性发展的因素
6.3.5 直销模式适应性分析
6.3.6 直销模式优劣势分析
6.3.7 典型直销企业经验借鉴——安利
1、安利直销模式模型建立
2、安利销售渠道模式评价
6.4 保健品产业市场营销策略

6.5 保健品产业会议营销模式
6.5.1 会议营销操作程序
6.5.2 会议营销目标群体
6.5.3 会议营销主要企业
6.5.4 会议营销优劣势分析
6.5.5 会议营销转型与调整
1、品牌升级
2、营销观念升级
3、服务系统升级
4、战略转型
6.6 保健品产业营销模式升级
6.6.1 保健品服务营销
6.6.2 保健品O2O营销模式
1、保健品O2O实施思路
（1）保健品O2O模式主流思路
（2）保健品O2O模式实施关键
2、保健品O2O模式典型案例
6.7 保健品产业销售渠道分布
6.8 保健品产业线上销售发展
6.8.1 保健品电子商务销售概述
6.8.2 保健品电商销售市场现状
6.8.3 保健品电商市场竞争格局
6.8.4 保健品直播电商发展现状
6.8.6 保健品社交电商发展现状
6.9 保健品产业线下渠道发展
6.9.1 线下渠道发展概况
6.9.2 商超渠道发展现状
1、商超渠道分销概述
2、商超渠道保健品分销现状
6.9.3 药店渠道发展现状
1、零售药店规模与结构
（1）零售药店数量
（2）零售药店销售规模
2、零售药店保健品销售情况
（1）零售药店保健品产品类型
（2）零售药店保健品品牌结构
6.10 保健品产业消费行为特征总结
6.11 保健品细分消费市场战略地位分析
第7章：全球及中国保健品企业案例解析
7.1 全球及中国保健品企业梳理与对比
7.2 全球保健品企业案例分析（不分先后，可指定）
7.2.1 康宝莱国际公司（Herbalife，HLF）
1、企业发展历程及基本信息
2、企业运营状况
3、企业保健品业务布局状况
4、企业保健品业务销售网络布局
5、企业保健品业务市场地位及在华布局
7.2.2 强生公司（Johnson & Johnson Inc）
1、企业发展历程及基本信息
2、企业运营状况
3、企业保健品业务布局状况
4、企业保健品业务销售网络布局
5、企业保健品业务市场地位及在华布局
7.3 中国保健品企业案例分析（不分先后，可指定）
7.3.1 汤臣倍健股份有限公司
1、企业基本信息
（1）发展历程
（2）基本信息
（3）经营范围及主营业务

2、企业经营情况
3、企业资质能力
4、保健品专利技术
5、保健品产品布局
6、保健品销售布局
7、企业业务布局战略&优劣势
7.3.2 厦门金达威集团股份有限公司
1、企业基本信息
（1）发展历程
（2）基本信息
（3）经营范围及主营业务
2、企业经营情况
3、企业资质能力
4、保健品专利技术
5、保健品产品布局
6、保健品销售布局
7、企业业务布局战略&优劣势
7.3.3 浙江康恩贝制药股份有限公司
1、企业基本信息
（1）发展历程
（2）基本信息
（3）经营范围及主营业务
2、企业经营情况
3、企业资质能力
4、保健品专利技术
5、保健品产品布局
6、保健品销售布局
7、企业业务布局战略&优劣势
7.3.4 仙乐健康科技股份有限公司
1、企业基本信息
（1）发展历程
（2）基本信息
（3）经营范围及主营业务
2、企业经营情况
3、企业资质能力
4、保健品专利技术
5、保健品产品布局
6、保健品销售布局
7、企业业务布局战略&优劣势
7.3.5 杭州民生健康药业股份有限公司
1、企业基本信息
（1）发展历程
（2）基本信息
（3）经营范围及主营业务
2、企业经营情况
3、企业资质能力
4、保健品专利技术
5、保健品产品布局
6、保健品销售布局
7、企业业务布局战略&优劣势
7.3.6 石药集团新诺威制药股份有限公司
1、企业基本信息
（1）发展历程
（2）基本信息
（3）经营范围及主营业务
2、企业经营情况
3、企业资质能力
4、保健品专利技术
5、保健品产品布局

6、保健品销售布局
7、企业业务布局战略&优劣势
7.3.7 无限极（中国）有限公司
1、企业基本信息
（1）发展历程
（2）基本信息
（3）经营范围及主营业务
2、企业经营情况
3、企业资质能力
4、保健品专利技术
5、保健品产品布局
6、保健品销售布局
7、企业业务布局战略&优劣势
7.3.8 健合（H&H）国际控股有限公司
1、企业基本信息
（1）发展历程
（2）基本信息
（3）经营范围及主营业务
2、企业经营情况
3、企业资质能力
4、保健品专利技术
5、保健品产品布局
6、保健品销售布局
7、企业业务布局战略&优劣势
7.3.9 江中药业股份有限公司
1、企业基本信息
（1）发展历程
（2）基本信息
（3）经营范围及主营业务
2、企业经营情况
3、企业资质能力
4、保健品专利技术
5、保健品产品布局
6、保健品销售布局
7、企业业务布局战略&优劣势
7.3.10 东阿阿胶股份有限公司
1、企业基本信息
（1）发展历程
（2）基本信息
（3）经营范围及主营业务
2、企业经营情况
3、企业资质能力
4、保健品专利技术
5、保健品产品布局
6、保健品销售布局
7、企业业务布局战略&优劣势
——展望篇——
第8章：中国保健品产业政策环境及发展潜力
8.1 保健品产业政策汇总解读
8.1.1 国家层面保健品产业政策汇总及解读
8.1.2 国家层面保健品产业规划汇总及解读
8.1.3 各省市保健品产业政策规划汇总
8.1.4 各省市保健品产业发展目标解读
8.1.5 国家重点规划/政策对保健品发展的影响
1、《“健康中国2030”规划纲要》
2、《保健食品注册与备案管理办法》解读
3、国家“十四五”规划对保健品产业发展的影响
8.1.6 政策环境对保健品产业发展的影响总结
8.2 保健品产业PEST分析图

8.2.1 中国保健品产业社会环境分析
1、中国人口规模及增速
2、中国人口结构
（1）年龄结构/中国人口老龄化程度
（2）中国人口性别结构
3、中国居民人均消费支出及结构
（1）中国居民人均消费支出
（2）中国居民消费结构变化
4、中国居民健康关注度提升
（1）中国消费升级演进历程
（2）中国消费变革的八大趋势
5、社会环境对保健品产业发展的影响总结
8.2.2 保健品产业PEST分析图
8.3 保健品产业SWOT分析图
8.4 保健品产业发展潜力评估
8.4.1 保健品产业细分产品差异化程度提高
8.4.2 电商渠道建设加速
8.4.3 行业监管严格，发展规范
8.5 保健品产业未来关键增长点
8.6 保健品产业发展前景预测
8.7 保健品产业发展趋势洞悉
8.7.1 中国保健品产业市场竞争趋势
8.7.2 中国保健品产业技术创新趋势
8.7.3 中国保健品产业细分市场趋势
第9章：中国保健品产业投资机会及策略建议
9.1 保健品产业投资风险预警
9.1.1 保健品产业投资风险预警
1、政策风险
2、产品质量风险
3、原材料短缺风险
4、竞争加剧的风险
9.1.2 保健品产业投资风险应对
9.2 保健品产业投资机会分析
9.2.1 保健品产业链薄弱环节投资机会
1、原料药
2、制药设备
3、零售市场
9.2.2 保健品产业细分领域投资机会
9.2.3 保健品产业区域市场投资机会
9.2.4 保健品产业空白点投资机会
9.3 保健品产业投资价值评估
9.4 保健品产业投资策略建议
9.4.1 海外并购品牌投资
9.4.2 加强产品研发
9.4.3 布局医药电商业务
9.5 保健品产业可持续发展建议
9.5.1 从企业内部角度
9.5.2 从政府监管角度

图表目录

图表1：保健品的定义
图表2：保健品的界定
图表3：全球主要国家对保健品的定义及区别
图表4：保健品专业术语
图表5：保健品术语辨析

图表6：保健品专业术语说明
图表7：保健品的分类
图表8：保健品的分类
图表9：本报告研究领域所处行业（一）
图表10：本报告研究领域所处行业（二）
图表11：保健品产业监管体系
图表12：中国保健品产业监管体系
图表13：中国保健品产业主管部门
图表14：中国保健品产业自律组织
图表15：保健品产业标准体系
图表16：保健品产业标准汇总
图表17：中国保健品标准体系建设
图表18：中国保健品产业部分现行标准汇总
图表19：中国保健品即将实施标准
图表20：保健品产业链结构梳理
图表21：中国保健品产业链结构
图表22：保健品产业链生态全景图谱
图表23：中国保健品产业链生态图谱
图表24：保健品产业链区域热力图
图表25：中国保健品产业链区域热力图
图表26：本报告研究范围界定
图表27：本报告权威数据资料来源汇总
图表28：本报告的主要研究方法及统计标准说明
图表29：全球保健品产业发展历程
图表30：全球保健品产业发展历程
图表31：全球保健品产业发展现状
图表32：全球保健品市场发展概况
图表33：全球保健品产业代表性企业保健品业务布局情况
图表34：全球保健品细分市场概况
图表35：全球保健品市场规模体量
图表36：2019-2025年全球保健品产业市场规模（单位：亿美元，%）
图表37：2019-2025年全球维生素和膳食补充剂市场规模（单位：亿美元）
图表38：全球保健品市场竞争格局
图表39：全球保健品市场份额排名TOP10企业（单位：%）
图表40：全球保健品市场的集中度
图表41：全球保健品市场集中度分析（单位：%）
图表42：全球保健品并购交易态势
图表43：全球保健品企业兼并重组主要事件
图表44：全球保健品区域发展格局
图表45：全球保健品产业区域发展格局（单位：%）
图表46：全球保健品国际贸易概况
图表47：美国保健品产业发展概况
图表48：2019-2025年美国保健品市场规模（单位：亿美元，%）
图表49：美国保健品产业市占率排名TOP10（单位：%）
图表50：2026-2031年美国保健品市场前景预测（单位：亿美元）
图表51：欧洲保健品产业发展概况
图表52：2019-2025年欧洲保健品市场规模（单位：亿美元，%）
图表53：2019-2025年欧洲主要国家保健品市场规模（单位：亿美元）
图表54：欧洲维生素和膳食补充剂行业市占率排名TOP10（单位：%）
图表55：2026-2031年欧洲保健品市场前景预测（单位：亿美元）
图表56：日本保健品产业发展概况
图表57：国外保健品发展经验借鉴
图表58：全球保健品市场前景预测（未来五年）
图表59：2026-2031年全球保健品产业市场前景预测（单位：万亿美元，%）
图表60：全球保健品发展趋势洞悉
图表61：全球保健品产业发展趋势预判
图表62：中国保健品产业发展历程
图表63：中国保健品产业发展历程
图表64：中国保健品产业市场主体类型构成

图表65：中国保健品市场参与者类型
图表66：中国保健品产业企业入场方式分析
图表67：中国保健品OEM/ODM/OBM
图表68：国产保健食品历年备案数量统计
图表69：国产保健食品备案地区分布情况
图表70：中国保健品生产企业数量
图表71：2002-2025年中国保健品产业历年新增企业数量（单位：家）
图表72：中国保健品生产情况
图表73：2018-2025年中国保健品产量及变化趋势（单位：万吨）
图表74：保健品适用海关HS编码
图表75：中国保健品产业进出口商品名称及HS编码
图表76：中国保健品进出口贸易概况
图表77：2021-2025年中国保健品产业进出口贸易概况（单位：亿美元）
图表78：中国保健品进口贸易概况
图表79：2021-2025年中国保健品产业进口贸易规模（单位：亿美元，%）
图表80：2022-2025年中国保健品产业进口产品结构（单位：千克，个，台，升，千盛，万美元）
图表81：中国保健品出口贸易状况
图表82：2021-2025年中国保健品产业出口贸易规模（单位：亿美元，%）
图表83：2022-2025年中国保健品产业出口产品结构（单位：千克，个，台，升，千盛，万美元）
图表84：中国保健品市场需求/销售
图表85：中国各年龄段保健品的渗透率（单位：%）
图表86：中国保健品市场需求现状
图表87：中国保健品市场供求关系
图表88：中国保健品市场价格走势
图表89：中国保健品电商价格分布及增长趋势（按销量）（单位：%）
图表90：中国保健品市场规模体量
图表91：2020-2025年中国保健品市场规模（单位：亿元，%）
图表92：中国保健品市场竞争格局
图表93：中国保健药品市场份额TOP10企业（单位：%）
图表94：中国保健品市场竞争梯队
图表95：中国维生素和膳食补充剂市场份额TOP10企业（单位：%）
图表96：中国体重管理保健品市场份额TOP10企业（单位：%）
图表97：中国健身器材市场代表性品牌介绍
图表98：中国运动营养保健品市场份额TOP10企业（单位：%）
图表99：家用医疗器械品牌情况
图表100：中国家用医疗器械市场代表性品牌介绍
图表101：中国保健品市场的集中度
图表102：中国维生素和膳食补充剂市场集中度（单位：%）
图表103：中国体重管理领域保健品市场集中度（单位：%）
图表104：中国运动营养保健品市场集中度（单位：%）
图表105：中国保健药品市场集中度分析（单位：%）
图表106：保健品波特五力模型分析
图表107：保健品外企在华布局
图表108：中国保健品投融资动态及热门赛道
图表109：中国保健品产业主要资金来源
图表110：中国保健品产业资金来源
图表111：中国保健品产业兼并重组态势
图表112：2021-2025年中国保健品产业兼并重组事件汇总
图表113：中国保健品产业兼并与重组动因分析
图表114：中国保健品上市公司兼并与重组案例分析
图表115：中国保健品产业兼并与重组整体趋势预判
图表116：中国保健品融资事件汇总
图表117：中国保健品融资规模统计
图表118：中国保健品热门融资赛道
图表119：中国保健品产业投融资主体
图表120：2021-2025年中国保健品产业投融资事件汇总
略·····完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！