

2024版保健品行业发展现状调研及 市场前景分析报告

中国产业调研网

www.cir.cn

一、基本信息

报告名称： 2024版保健品行业发展现状调研及市场前景分析报告

报告编号： 1A15357 ← 咨询订购时，请说明该编号

报告价格： 电子版：8200 元 纸质+电子版：8500 元

优惠价格： 电子版：7360 元 纸质+电子版：7660 元 可提供增值税专用发票

咨询热线： 400 612 8668、010-66181099、66182099、010-66183099

电子邮箱： kf@Cir.cn

详细内容： <https://www.cir.cn/7/35/BaoJianPinHangYeYanJiuBaoGao.html>

提示信息： 如需订阅英文、日文等其它语言版本，请向客服咨询。

二、内容介绍

保健品是一种补充营养、促进健康的食品，近年来随着人们对健康意识的提高和消费能力的增强，市场需求持续增长。目前，保健品正从单一成分向复合配方、从普通人群向特定群体、从简单保健向精准健康管理的方向发展。例如，开发富含多种维生素、矿物质、膳食纤维的复合型保健品，满足不同年龄、性别、职业等特定人群的营养需求；结合基因检测、健康监测等技术，提供个性化的健康管理方案，实现精准保健。

未来，保健品的发展将更加注重科学依据、个性化服务和品牌信誉。科学依据方面，保健品将加强科学研究，如临床试验、功效验证等，确保产品的安全性和有效性，提升消费者信心。个性化服务方面，保健品将利用大数据、人工智能等技术，提供定制化的产品和服务，满足消费者个性化、精细化的健康需求。品牌信誉方面，保健品将强化品牌建设，如质量控制、消费者教育、社会责任等，树立良好的品牌形象，赢得消费者信任。然而，保健品也面临着市场监管、科学认知、以及如何在保障产品质量的同时实现创新和差异化竞争等挑战。

第一部分 保健品行业发展分析

第一章 保健品发展概况

第一节 保健品定义和分类

- 一、保健品定义
- 二、保健品分类
- 三、日常保健品分类

第二节 保健品关联产业产品

- 一、药品及其属性
- 二、低营养食品

三、营养食品

四、运动保健食品

第三节 保健品产业分析

一、保健品产业特性

二、保健品产业瓶颈周期分析

三、保健品产业发展环境

第四节 国际保健品产业发展状况

一、欧美地区保健品市场发展状况

二、2024年全球医药保健品市场发展分析

三、2024年全球氨基酸市场发展现状

第二章 保健品行业发展分析

第一节 我国保健品行业发展状况

一、2024年我国保健品行业发展状况

二、2024年我国保健品产业发展问题分析

三、2024年中国进一步完善保健品行业诚信体系建设

第二节 我国保健品行业发展瓶颈分析

一、研发瓶颈

二、成本瓶颈

三、营销瓶颈

四、忠诚度瓶颈

五、广告效果瓶颈

六、品牌瓶颈

第三节 我国保健品出口分析

一、我国保健品出口形势分析

二、2024年我国维生素出口分析

三、2024年我国医药对外贸易主要特点

四、2024年我国医药对外贸易存在风险

五、2024年我国医药对外贸易预测与展望

第二部分 保健品市场发展状况

第三章 保健品市场发展状况

第一节 我国保健品市场现状

一、保健市场产品供需分析

二、保健品市场需求分析

三、2024年我国保健品市场竞争状况

四、保健品行业在市场竞争中趋向规范

五、两款保健品因违法广告暂停销售

第二节 农村保健品市场分析

- 一、农村保健品市场分析
- 二、农村保健品市场前景分析
- 三、农村保健品市场推广策略
- 四、浅谈保健品农村市场开发策略

第三节 部分地区保健品市场分析

- 一、2024年江西省保健品行业发展状况
- 二、2024年杭州市保健品产业发展现状
- 三、2024年山西省医药保健品市场发展分析

第四章 保健品消费市场分析

第一节 保健品消费者分析

- 一、现代达人保健观念
- 二、保健品消费者消费行为分析
- 三、保健品消费群体分析
- 四、保健品中产阶级消费者分析

第二节 保健品消费者市场分析

- 一、中老年保健品市场发展分析
- 二、女性保健品市场发展状况分析
- 三、儿童保健品市场发展状况

第三节 保健品细分市场分析

- 一、减肥类产品市场发展现状
- 二、补肾壮阳类保健品市场发展状况
- 三、女性补血养颜市场分析
- 四、2024年我国维生素行业发展现状
- 五、补钙类产品市场现状及趋势分析
- 六、健脑类保健品市场竞争分析
- 七、保健食品卵磷脂市场分析

第三部分 保健品行业内重点企业分析

第五章 行业内重点企业分析

第一节 健康元药业集团股份有限公司

- 一、公司概况
-
- 三、2023-2024年公司财务状况
- 四、2024年公司发展展望与策略

第二节 江苏隆力奇生物科技股份有限公司

一、公司概况

.....

二、“十三五”主要目标

第三节 北京双鹭药业股份有限公司

一、公司概况

.....

三、2023-2024年公司财务状况

四、2024年公司发展展望与策略

第四节 山东东阿阿胶股份有限公司

一、公司概况

.....

三、2023-2024年公司财务状况

四、2024年公司发展展望与策略

第五节 深圳市海王生物工程股份有限公司

一、公司概况

.....

三、2023-2024年公司财务状况

第六节 哈药集团股份有限公司

一、公司概况

.....

三、2023-2024年公司财务状况

第七节 上海交大昂立股份有限公司

一、公司概况

.....

三、2023-2024年公司财务状况

第八节 海南椰岛股份有限公司

一、公司概况

.....

三、2023-2024年公司财务状况

第九节 广东汤臣倍健生物科技股份有限公司

一、公司概况

.....

三、2023-2024年公司财务状况

四、2024年公司发展展望与策略

第十节 天狮集团有限公司

- 一、公司概况
- 二、2024年公司发展战略分析
- 三、2023-2024年公司动向

第十一节 中美天津史克制药有限公司

- 一、公司简介
- 二、公司新保健品业务分析

第十二节 瑞年集团

- 一、公司简介

.....

- 三、2024年公司发展展望与策略

第十三节 中脉科技集团

- 一、公司简介
- 二、2023-2024年公司动态

第十三节 保罗生物园科技股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、公司经营情况

第四部分 医药行业运行状况分析

第六章 2023-2024年我国医药行业运行状况分析

第一节 2023-2024年我国医药发展状况

- 一、2023-2024年我国中成药产量情况
- 二、2023-2024年我国化学原料药产量情况
- 三、2024年医药行业总体运行状况分析
- 四、2024年我国医药制造业经济指标分析

第二节 2023-2024年我国医药市场分析

- 一、济研：三大特点成就全球医药市场持续增长
- 二、2024年资本市场逐鹿医药领域热情不减
- 三、2024年中国医药市场规模增速
- 四、2024年医药企业并购热潮持续升温

第三节 2023-2024年我国医药政策解读

- 一、《国家药品安全“十三五”规划》
- 二、《医药工业“十三五”发展规划》
- 三、《国务院关于印发工业转型升级规划（2011-2015年）的通知》
- 四、《关于印发《药品出厂价格调查办法（试行）》的通知》
- 五、《外商投资产业指导目录（2011年修订）》
- 六、《关于加强药品不良反应监测体系建设的指导意见》
- 七、《关于印发医疗机构药品监督管理办法（试行）的通知》

第四节 2024-2030年中国医药行业发展趋势分析

- 一、《医药工业“十三五”发展规划》解读
- 二、《“十三五”期间深化医药卫生体制改革规划暨实施方案》解读
- 三、2024年中国医药市场规模
- 四、2024年中国或将成为全球第二大医药需求市场

第五部分 保健品行业发展趋势及战略

第七章 2024-2030年保健品行业发展趋势

第一节 2024-2030年保健品行业发展前景

- 一、保健品行业发展前景
- 二、中国保健品市场发展前景展望
- 三、2024年全球合成氨基酸市场预测
- 四、2024-2030年中国保健品市场发展潜能相当大
- 五、2024-2030年我国保健品市场规模预测

第二节 2024-2030年保健品产业发展趋势

- 一、保健品产业发展走向分析
- 二、保健品产业未来发展分析
- 三、我国保健品产业发展新趋势
- 四、未来保健品市场发展预测

第八章 2024-2030年保健品企业经营策略分析

第一节 保健品企业发展策略分析

- 一、医药企业进军医药保健品市场策略
- 二、医药保健品企业经营模式
- 三、医药保健品企业细节控制策略
- 四、保健品传播策略分析
- 五、保健品的城市营销策略
- 六、保健品企业发展出路分析
- 七、2024年医药保健品发展策略

第二节 保健品品牌策略分析

- 一、保健品多元化品牌战略分析
- 二、保健品品牌命名策略
- 三、保健品品牌营销成功法则

第三节 企业借力策略分析

- 一、企业决策问题
- 二、企业借力心态分析
- 三、企业借力策略

四、借力外脑

第四节 我国保健品品牌老化及其应对策略

- 一、品牌和品牌老化的相关概念
- 二、我国保健品市场的现状及品牌老化成因分析
- 三、预防保健品品牌老化的对策
- 四、案例分析

第九章 2024-2030年保健品营销策略分析

第一节 医药保健品市场突围策略

- 一、产品定位
- 二、营销创新
- 三、消费群体细分
- 四、产品宣传

第二节 我国保健品营销现状分析

- 一、我国保健品营销发展状况
- 二、我国保健品营销问题及对策
- 三、保健品营销趋势分析
- 四、未来中国医药保健品市场营销策略

第三节 (中.智.林)医药保健品定位策略

- 一、明确病症，功能诉求
- 二、从消费群出发
- 三、依托购买目的
- 四、产品物理属性
- 五、产品差异化利益点
- 六、新品类定位
- 七、攻防式定位
- 八、品牌个性、文化

图表目录

- 图表 保健品分类
- 图表 2019-2024年我国保健品行业规模以上企业数量统计
- 图表 2019-2024年我国保健品行业资产总计
- 图表 2019-2024年我国保健品行业销售收入
- 图表 2024年我国保健品行业成本费用结构
- 图表 2019-2024年我国保健品行业利润总额
- 图表 监管宽松、门槛较低等因素造成行业散、乱、差、弱的格局
- 图表 2019-2024年中国保健品出口额统计

图表 2024年我国保健品出口结构

图表 2024年中国维生素细分产品进出口概况：千克：千美元

图表 2023年底中国获得批文的保健品数量

图表 2023年底我国保健品产品结构

图表 2023年底我国保健品细分产品数量：个

图表 2019-2024年我国保健品行业供需格局

图表 2019-2024年我国保健品行业产销率走势

图表 增强免疫力类进口保健品一览

图表 增强免疫力类保健品结构

图表 增强免疫力类保健品营销渠道分布图

图表 增强免疫力类保健品消费者性别分布

图表 增强免疫力类保健品消费者年龄分布

图表 部分缓解疲劳类进口保健品

图表 缓解疲劳类保健品结构

图表 缓解疲劳类保健品营销渠道分布图

图表 缓解疲劳类保健品消费者性别分布

图表 缓解疲劳类保健品消费者年龄分布

图表 部分降血脂类进口保健产品

图表 降血脂类保健品结构

图表 降血脂类保健品营销渠道分布图

图表 降血脂类保健品消费者性别分布

图表 降血脂类保健品消费者年龄分布

图表 部分降糖类国产保健品一览

图表 资料来源：国家食品药品监督管理局

图表 降糖类进口保健品一览

图表 降糖类保健品结构

图表 降糖类保健品营销渠道分布图

图表 我国糖尿病发病率呈高速增长态势

图表 我国糖尿病发病率随年龄增长而迅速提升

图表 糖尿病患病人群分布情况：百万人

图表 糖尿病潜在患病人群（前驱糖尿病）分布情况：百万人

图表 2024年我国保健品行业规模以上企业主要省市分布图

图表 2024年我国保健品行业资产布局

图表 2019-2024年江西省保健品行业规模以上企业数量统计

图表 2019-2024年江西省保健品行业资产总计

图表 2019-2024年江西省保健品行业销售收入

图表 2019-2024年江西省保健品行业利润总额

图表 2019-2024年山西省保健品行业资产总计

图表 2019-2024年山西省保健品制造业企业销售收入

图表 2019-2024年山西省保健品制造企业利润总额

图表 保健品消费者购买考虑因素

图表 保健品消费者购买渠道分销

图表 使用人群购买保健品的主要因素

图表 消费者对保健品的满意度

图表 消费者购买保健品的主要用途

图表 保健品消费人群特征

图表 我国儿童保健品销售的渠道分布

图表 我国儿童保健品区域市场结构比例

图表 部分国产减肥类保健产品

图表 减肥类进口保健品一览

图表 减肥类保健品结构

图表 部分减肥类保健品价格

图表 减肥类保健品营销渠道分布图

图表 2024年我国减肥类保健品市场消费价格因素分析

图表 2024年我国减肥类保健品市场消费质量因素分析

图表 2024年减肥类保健品品牌的影响

图表 2024年减肥类保健品广告影响程度分析

图表 2024年补肾壮阳类产品消费区域分布

图表 2024年补肾壮阳类产品消费top

图表 部分美容养颜类国产保健产品

图表 部分美容养颜类进口保健产品

图表 美容养颜类保健品结构

图表 部分美容养颜类保健品价格

图表 部分美容养颜类保健品价格

图表 美容养颜类保健品营销渠道分布图

图表 美容养颜类保健品消费者性别分布

图表 美容养颜类保健品消费者年龄分布

图表 部分维生素类进口保健产品

图表 维生素类保健品结构

图表 部分补钙类进口保健品

图表 资料来源：国家食品药品监督管理局

图表 补钙类保健品结构

图表 我国 65 岁以上人口变化的趋势 (%)

略……

订阅“2024版保健品行业发展现状调研及市场前景分析报告”，编号：1A15357，

请致电：400 612 8668、010-6618 1099、010-66182099、010-66183099

Email邮箱：kf@Cir.cn

详细内容：<https://www.cir.cn/7/35/BaoJianPinHangYeYanJiuBaoGao.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！！