

# 2025-2031年中国养生保健 品市场竞争战略分析及投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

## 报告报价

《2025-2031年中国养生保健品市场竞争战略分析及投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/report/Q8750457QF.html>

【报告价格】纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

【出版日期】2026-06-13

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

报告说明: 《2025-2031年中国养生保健品市场竞争战略分析及投资前景研究报告》由权威行业研究机构博思数据精心编制,全面剖析了中国养生保健品市场的行业现状、竞争格局、市场趋势及未来投资机会等多个维度。本报告旨在为投资者、企业决策者及行业分析师提供精准的市场洞察和投资建议,规避市场风险,全面掌握行业动态。

第一部分保健产业现状篇第一章2024年中国养生保健品行业运行环境解析第一节 2024年中国养生保健品行业环境分析一、养生保健品行业特性,发展方向二、国外养生保健品行业发展分析三、国内养生保健品行业发展分析第二节 2024年中国养生保健品政策环境分析一、《食品安全法》首次纳入养生保健品监管二、《食品安全法》对养生保健品行业的影响三、药监局严查养生保健品行业四、养生保健品广告法规分析第三节 2024年中国养生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 2024年中国养生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、养生保健品生产技术研究发展动向第五节 2024年中国养生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2024年中国养生保健品行业运行新形势透析第一节 2024年中国养生保健品行业运行总况一、中国养生保健品行业发展阶段二、养生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 2024年中国养生保健品行业发展状况分析一、中国养生保健品所属行业产值分析二、在新医改春风下养生保健品市场成香饽饽三、养生保健品市场进入“冰封”时期四、新《食品安全法》为养生保健品行业设门槛第三节 2024年中国养生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 2024年中国养生保健品行业的问题及对策分析一、中国养生保健品企业发展应返璞归真二、中国养生保健品企业的研发策略浅析三、养生保健品企业成功开发产品的四大动力第二部分养生保健品市场篇第三章2024年中国养生保健品市场运行动态分析第一节 2024年中国养生保健品市场规模分析一、中国养生保健品企业规模二、都市女性养生保健品市场规模三、2024年我国养生保健品市场规模第二节 2024年中国养生保健品市场规模预测一、2024年中国保健产业年销售额二、2024年中国养生保健品市场规模预测第三节 2024年中国养生保健品区域市场分析一、东北地区养生保健品市场分析二、华北地区养生保健品市场分析三、华东地区养生保健品市场分析四、华中地区养生保健品市场分析五、华南地区养生保健品市场分析六、西部地区养生保健品市场分析七、养生保健品企业区域市场规划策略第四章2024年中国养生保健品需求与消费状况分析第一节 2024年中国养生保健品需求与消费状况分析一、辅食、养生保健品消费市场分析二、中国

养生保健品消费量高价位盘整第二节 2024年中国养生保健品市场消费动向分析一、养生保健品市场消费者跟风现象二、养生保健品市场两极分化趋势三、养生保健品消费者购买行为分析第三节 2024年中国养生保健品消费者分析一、老年养生保健品市场发展分析二、女性养生保健品市场发展分析三、儿童养生保健品市场发展分析四、养生保健品消费人群变化情况第五章2024年中国养生保健品市场产品监测情况分析第一节 2024年中国保健药品市场运行分析第二节 2024年中国保健食品市场产品竞争情况第三节 2024年中国保健茶市场产品竞争情况第四节 2024年中国保健酒市场产品竞争情况第五节 2024年中国保健饮料市场产品竞争情况第六章2024年中国养生保健品行业市场价格走势第一节 2024年中国养生保健品市场价格波动情况一、影响养生保健品价格的因素分析二、2024年蜂王浆价格走势分析第二节 2024年中国养生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、2024年中药材价格走势第七章2024年中国养生保健品所属行业进出口贸易市场综述第一节 2024年中国养生保健品所属行业进出口贸易简况一、养生保健品行业贸易情况分析二、中国养生保健品年销售额及增长情况三、养生保健品BC电子商务行业分析第二节 2024年我国医药养生保健品所属行业进出口形势分析一、2024年中国医药养生保健品所属行业进出口统计二、医药养生保健品所属行业进出口分省市统计第八章2024年中国养生保健品市场营销解析第一节 养生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、养生保健品广告的四大要素第二节 2024年中国养生保健品营销总体概况一、浅谈养生保健品服务营销二、如何打造养生保健品专卖店营销三、如何创新养生保健品营销四、减肥养生保健品市场营销分析五、医药养生保健品营销转型六、中国养生保健品营销模式第三节 2024年中国养生保健品行业的直销分析一、直销法的实施给养生保健品市场带来的影响二、直销有助于养生保健品行业发展三、传统模式与直销模式在养生保健品领域应用的差异四、医药养生保健品的直销分析五、养生保健品企业直销案例分析六、安利养生保健品的直销七、天狮集团养生保健品直销第四节 未来中国养生保健品营销趋势透视一、价值营销将走入养生保健品行业发展主流二、医药养生保健品营销八大趋势三、医药养生保健品营销发展的几个新方向四、养生保健品企业营销未来方向探析第三部分养生保健品竞争篇第九章2024年中国养生保健品行业竞争格局分析第一节 2024年中国养生保健品竞争总况一、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观看养生保健品行业违规竞争一、OEM是养生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、养生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、补血养生保健品市场竞争格局三、减肥养生保健品市场竞争概况四、美容养颜类养生保健品市场竞争分析第十章中国养生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、企业发展基本情况二、企业主要产品分析三、企业经营状况分析四

、企业发展战略分析第二节 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、企业经营状况分析四、企业发展战略分析第三节 哈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、企业经营状况分析四、企业发展战略分析第四节 海南椰岛(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、企业经营状况分析四、企业发展战略分析第五节 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、企业经营状况分析四、企业发展战略分析第六节 北京双鹭药业股份有限公司一、企业发展基本情况二、企业主要产品分析三、企业经营状况分析四、企业发展战略分析第七节 海王集团一、企业发展基本情况二、企业主要产品分析三、企业经营状况分析四、企业发展战略分析第四部分 养生保健品关联产业篇第十一章 2024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 2024年中国植物提取物现状综述一、植物提取物在养生保健品中的应用二、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、发展格局四、2024年中国植物提取物出口市场分析第三节 2024年中国植物药提取物行业技术分析一、现代植物药的主要工业分离技术二、天然中药提取物AF-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 2024年中国植物药提取物市场动态分析第五节 其它主要产品市场运行分析分析一、大豆异黄酮提取物市场分析二、灵芝提取物市场分析三、黄芪提取物市场分析四、当归提取物市场分析五、红豆杉提取物市场分析六、红景天提取物市场分析七、虎杖提取物市场分析八、绞股蓝提取物市场分析九、葡萄籽提取物市场分析十、千层塔提取物市场分析第十二章 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一、企业发展基本情况二、企业主要产品分析三、企业经营状况分析四、企业发展战略分析第二节 四川中汇医药(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、企业经营状况分析四、企业发展战略分析第三节 天津天士力股份有限公司一、企业发展基本情况二、企业主要产品分析三、企业经营状况分析四、企业发展战略分析第四节 山东沃华医药科技股份有限公司一、企业发展基本情况二、企业主要产品分析三、企业经营状况分析四、企业发展战略分析第五节 青海三普药业股份有限公司一、企业发展基本情况二、企业主要产品分析三、企业经营状况分析四、企业发展战略分析第六节 贵州益佰制药股份有限公司一、企业发展基本情况二、企业主要产品分析三、企业经营状况分析四、企业发展战略分析第十三章 2025-2031年中国养生保健品行业发展预测分析第一节 中国养生保健品行业发展预测一、中国养生保健品趋势预测分析二、中国养生保健品市场规模将扩大三、养生保健品行业主要企业趋势预测四、养生保健品的药店销售前景分析第二节 养生保健品行业总体发展趋势分析一、养生保健品行业发展呈现四大趋势二、产品研发未来发展走向三、养生保健品大众化逐渐成新趋势四、白领将成为养生保健品消费主力第三节 养生保健品主要热门种类发展趋势一、养生保健品行业绿色天然产品发展空间巨大二、中药

养生保健品将成国际市场上的新宠三、美容养颜类养生保健品市场发展趋势分析四、氨基酸类养生保健品市场发展预测五、中国减肥市场四大发展趋势六、中国保健酒市场趋势调查七、中草药保健茶市场前景分析八、孕妇养生保健品市场前景广阔第十四章2025-2031年我国养生保健品行业投资价值与投资前景研究分析第一节 2024年中国养生保健品投资概况一、养生保健品投资特性二、养生保健品投资环境分析第二节 2025-2031年我国养生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第三节 2025-2031年中国养生保健品行业投资前景预警一、养生保健品直销存在四大风险二、养生保健品行业社会风险分析三、养生保健品行业原材料价格波动风险分析四、养生保健品投资政策风险分析五、养生保健品产业监管风险与应对策略第四节 2025-2031年养生保健品行业投资机会及策略一、养生保健品投资的三个要点二、养生保健品发展历程和基本规律三、养生保健品销售的基本规则以及风险预防四、脑白金和太太口服液案例分析五、2020-2024年养生保健品黑马产品分析和经验总结六、养生保健品的市场机会分析

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/Q8750457QF.html>