

2021-2027年中国维生素保 健品产业发展现状与产业竞争格局报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国维生素保健品产业发展现状与产业竞争格局报告》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.cction.com/report/202012/198701.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

根据分类，消费者健康可以分为 OTC（非处方药），维生素和膳食营养补充剂，体重管理，及运动营养四大类。2018 年，受人们健康生活趋势的推动，消费者健康领域在中国实现了强劲的增长。其中，自我药疗类 OTC 产品包括止痛药，消化药，止咳药，感冒药和抗过敏药（花粉症），皮肤病药以及助眠药。除 OTC 产品外，其他消费者健康类产品，包括维生素和膳食补充剂（VMS），运动营养，以及体重管理，普遍被中国消费者视为有疾病预防及增强免疫力等功效，仍持续快速增长。在2019年中国保健品行业市场规模达 1627亿元，同比增长 9.8%，预计 18-23 年 CAGR 为 9.10%。从规模占比来看，维生素和膳食补充剂占据绝对主导地位，而体重管理及运动营养规模占比相对较小。2018 年，三者分别占比 91.3%，7.4%，1.3%。趋势上看，维生素和膳食补充剂占比呈逐年下降趋势，但依然占据 90%+的比例。由于低基数效应叠加消费者需求，运动营养增速最为迅猛，2013-2018 年 CAGR 达 39.6%；维生素和膳食补充剂及体重管理过去 5 年 CAGR 分别为 10.3%、11.9%。中国保健品行业市场规模（亿元）中企顾问网发布的《2021-2027年中国维生素保健品产业发展现状与产业竞争格局报告》共十三章。首先介绍了中国维生素保健品行业市场发展环境、维生素保健品整体运行态势等，接着分析了中国维生素保健品行业市场运行的现状，然后介绍了维生素保健品市场竞争格局。随后，报告对维生素保健品做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国维生素保健品行业发展趋势与投资预测。您若想对维生素保健品产业有个系统的了解或者想投资中国维生素保健品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。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家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：

第一章 2019年中国维生素保健品行业发展概述

第一节 维生素保健品行业发展现状

一、维生素保健品行业概念

二、维生素保健品行业特性及在国民经济中的地位

第二节 维生素保健品行业供求情况

一、维生素保健品行业需求情况

二、维生素保健品行业市场规模

第三节 2021-2027年中国维生素保健品行业发展趋势分析

- 一、维生素保健品行业发展趋势
- 二、维生素保健品市场规模预测
- 三、维生素保健品行业应用趋势预测
- 四、维生素保健品细分市场发展趋势预测

第二章 2019年中国维生素保健品行业发展环境分析

第一节 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、城乡居民收入增长分析
- 五、居民消费价格变化分析

第二节 维生素保健品行业政策环境分析

- 一、行业监管管理体制
- 二、行业相关政策分析
- 三、上下游产业政策影响

第三节 维生素保健品行业环境分析

- 一、行业发展概况
- 二、行业发展现状

第四节 维生素保健品行业社会环境发展分析

第三章 2019年中国维生素保健品行业产业链分析

第一节 维生素保健品行业产业链概述

- 一、上游行业影响及风险分析
- 二、下游行业风险分析及提示
- 三、关联行业风险分析及提示

第二节 维生素保健品上游产业发展状况分析

- 一、上游行业发展现状
- 二、上游行业发展趋势

第三节 维生素保健品下游应用需求市场分析

- 一、行业发展现状分析
- 二、行业需求状况分析

三、行业需求前景分析

第四章 2019年中国维生素保健品所属行业渠道分析

第一节 渠道形式及对比

第二节 各类渠道对维生素保健品行业的影响

第三节 主要维生素保健品企业渠道策略研究

第五章 2019年中国维生素保健品所属行业发展分析

第一节 中国维生素保健品行业发展现状补维生素营养保健品规模

第二节 维生素保健品行业特点分析

第三节 维生素保健品行业发展趋势分析

第六章 2019年中国维生素保健品所属行业供需情况及集中度分析

第一节 维生素保健品行业发展状况

一、维生素保健品行业市场供给分析

二、维生素保健品行业市场需求分析

三、维生素保健品行业市场规模分析

第二节 维生素保健品行业集中度分析

一、行业市场区域分布情况

二、行业市场集中度情况

三、行业企业集中度分析

第七章 2019年中国维生素保健品所属行业运行状况分析

第一节 行业市场概况

第二节 行业现行情况分析

第三节 行业最新动态分析

一、行业相关动态概述

二、行业发展热点聚焦

第八章 2019年中国维生素保健品所属行业主要数据监测分析

第一节 维生素保健品行业总体数据分析

第二节 维生素保健品行业不同规模企业数据分析

第三节 维生素保健品行业不同所有制企业数据分析

第九章 2019年中国维生素保健品行业竞争格局分析

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、维生素保健品行业竞争结构分析

- 1、现有企业间竞争
- 2、潜在进入者分析
- 3、替代品威胁分析
- 4、供应商议价能力
- 5、客户议价能力
- 6、竞争结构特点总结

二、维生素保健品行业企业间竞争格局分析

- 1、不同地域企业竞争格局
- 2、不同规模企业竞争格局
- 3、不同所有制企业竞争格局

三、维生素保健品行业SWOT分析

- 1、维生素保健品行业优势分析
- 2、维生素保健品行业劣势分析
- 3、维生素保健品行业机会分析
- 4、维生素保健品行业威胁分析

第二节 维生素保健品行业竞争格局综述

一、维生素保健品行业竞争概况

- 1、维生素保健品行业竞争格局
- 2、维生素保健品业未来竞争格局和特点
- 3、维生素保健品市场进入及竞争对手分析

二、维生素保健品行业竞争力分析

- 1、维生素保健品行业竞争力剖析
- 2、维生素保健品企业市场竞争的优势
- 3、国内维生素保健品企业竞争能力提升途径

三、维生素保健品（服务）竞争力优势分析

- 1、整体竞争力评价
- 2、竞争力评价结果分析

3、竞争优势评价及构建建议

第十章中国维生素保健品主要企业发展概述

第一节 健康元药业集团股份有限公司

一、公司概况

二、公司经营情况

三、公司财务状况

四、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、公司经营情况

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

二、公司经营情况

三、公司财务状况

四、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

二、公司经营情况

三、公司财务状况

四、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

二、公司经营情况

三、公司财务状况

第六节 哈药集团股份有限公司

一、公司概况

二、公司经营情况

三、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

二、公司经营情况

三、公司财务状况

第八节 海南椰岛股份有限公司

一、公司概况

二、公司经营情况

三、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

二、公司经营情况

三、公司财务状况

四、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、公司发展战略分析

三、公司动向

第十一章 2021-2027年维生素保健品行业发展前景预测分析

第一节 维生素保健品行业未来发展预测分析

一、维生素保健品行业发展方向及投资机会分析

二、维生素保健品行业发展规模分析

三、维生素保健品行业发展趋势分析

四、维生素保健品行业“十三五”整体规划及预测

第二节 维生素保健品行业供需预测

一、维生素保健品行业供给预测

二、维生素保健品行业需求预测

第十二章 2021-2027年中国维生素保健品行业投资风险预警

第一节 维生素保健品风险评级模型

一、行业定位

二、宏观环境

三、财务状况

四、需求空间

五、供给约束

六、行业风险评级的结论

第二节 维生素保健品行业发展中存在的问题

第三节 针对维生素保健品不同企业的投资建议

一、维生素保健品总体投资建议

二、大型企业投资建议

三、中小型企业投资建议

第四节 维生素保健品投资风险提示

一、政策和体制风险

二、技术发展风险

三、市场竞争风险

四、经营管理风险

第十三章 2021-2027年中国维生素保健品行业发展策略及投资建议()

第一节 维生素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 维生素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 维生素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、竞争战略规划

第四节 维生素保健品企业重点客户战略实施

一、重点客户战略的必要性

二、重点客户的鉴别与确定

三、重点客户的开发与培育()

图表目录:

图表：维生素保健品行业渠道格局分析

图表：维生素保健品所属行业生命周期判断

图表：维生素保健品行业销售渠道控制五力模型

图表：中国维生素保健品行业产业链

图表：中国维生素保健品行业市场结构分析

图表：中国维生素保健品行业竞争群组分析

图表：中国维生素保健品行业需求集中度分析

图表：中国维生素保健品行业区域市场分布情况

图表：2016-2019年维生素保健品行业市场供给

图表：2016-2019年维生素保健品行业市场需求

图表：2016-2019年维生素保健品行业市场规模

图表：2016-2019年中国维生素保健品行业供需平衡分析

图表：2016-2019年中国维生素保健品行业市场规模分析

图表：2016-2019年全球维生素保健品行业市场规模及增速

图表：2016-2019年中国维生素保健品所属行业全部企业数据分析

图表：2016-2019年中国维生素保健品所属行业不同规模企业数据分析

图表：2016-2019年中国维生素保健品所属行业不同所有制企业数据分析

图表：2021-2027年中国维生素保健品行业供给预测

图表：2021-2027年中国维生素保健品行业需求预测

图表：2021-2027年中国维生素保健品行业供需平衡预测

图表：2021-2027年中国维生素保健品行业市场规模预测

图表：2021-2027年中国维生素保健品行业市场规模预测

图表：2021-2027年全球维生素保健品行业市场规模及增速预测

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202012/198701.html>