

# 2024-2030年中国中医营养 行业分析与市场调查预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2024-2030年中国中医营养行业分析与市场调查预测报告》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/202402/442916.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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国中医营养行业分析与市场调查预测报告》共十一章。首先介绍了中医营养行业市场发展环境、中医营养整体运行态势等，接着分析了中医营养行业市场运行的现状，然后介绍了中医营养市场竞争格局。随后，报告对中医营养做了重点企业经营状况分析，最后分析了中医营养行业发展趋势与投资预测。您若想对中医营养产业有个系统的了解或者想投资中医营养行业，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 中医营养行业发展概况 第一节 中医营养概述 一、行业界定 二、中医营养保健品概述 （一）产品分类 （二）产品开发现状 三、中医食疗概述 第二节 中医营养行业政策环境分析 一、中医营养保健食品行业 （一）中医保健食品行业监管体制 （二）中医保健食品行业政策法规 （三）中医保健食品业进出口政策 二、中医食疗药膳餐饮行业 （一）行业管理体制分析 （二）餐饮食品安全相关政策综述 （三）中国药膳制作及从业资质基本要求 第二章 中国中医营养保健品市场分析 第一节 中国保健品市场分析 一、中国保健品市场现状 二、中国保健食品市场规模 三、中国保健品产品结构 四、保健品细分市场规模 五、中国保健品品牌结构 第二节 中国中医营养保健品市场规模分析 一、中医营养保健品市场规模分析 二、中医营养保健品市场规模预测（2024-2030年） 第三节 中国中医营养保健品细分市场分析 一、补钙型保健品 二、补肾型保健品 三、改善睡眠保健品 四、儿童膳食补充剂 五、滋补养颜保健品 第四节 中国中医营养保健品重点产品分析 一、冬虫夏草类产品 二、月见草油类产品 三、人参类产品 四、银杏叶类产品 五、保健茶类产品 六、固元膏产品 第五节 中医营养区域市场需求分析 一、华东地区市场需求分析 二、华北地区市场需求分析 三、东北地区市场需求分析 四、华南地区市场需求分析 五、华中地区市场需求分析 六、西部地区市场需求分析 第三章 中医营养保健品行业产业链分析 第一节 中医营养保健品行业产业链概述 第二节 中医营养保健品上游产业发展状况分析 一、中药材产品种类分析 二、中药材播种面积分析 三、中药材销售情况分析 四、中药材价格情况分析 第三节 中医营养保健品销售渠道分析 一、商超渠道分析 二、药店渠道分析 三、电商渠道分析 四、团购渠道分析 五、直销渠道分析 第四节 中医营养保健品需求市场分析 一、老年人口规模分析 二、居民保健意识提升 三、居民医疗保健支出 四、疾病护理及亚健康保健 第四章 中医营养保健品所属行业进出口数据分析 第一节 2018-2022年中医营养保健品所属行业进出口情况分析 一、2018-2022年中医营养保健品所属行业进口规模分析 二、2018-2022年中医营养保健品所属行业出口规模分析 三、2022年医药保健品进口百强企业名单 四、2022年医药保

健品出口百强企业名单 第二节 影响中国中医营养保健品出口的因素分析 一、政策及标准差异 二、技术水平的差异 三、中西文化的差异 四、国际信誉的影响 第三节 中国中医营养保健品出口对策及建议 第五章 中国中医食疗餐厅行业分析 第一节 中医食疗餐厅发展环境分析 一、餐饮业发展概况 二、中医食疗餐厅介绍 三、中医食疗餐厅消费人群 四、中医食疗餐厅发展现状 五、餐饮业发展规划分析 第二节 中医食疗餐厅问题及对策 一、存在的问题 二、发展的对策 第三节 中医食疗餐厅运营方案 一、前期经营措施 二、关于营销工作方面 三、关于人员配备及管理方面 第四节 中医食疗餐厅经营策略 一、引入创建会员制度 二、建立技术质量保障体系 三、服务渠道创新 第六章 中国中医营养行业竞争格局及战略分析 第一节 中国中医营养行业竞争结构分析 一、行业现有企业间的竞争 二、行业新进入者威胁分析 三、替代产品或服务的威胁 四、上游供应商讨价还价能力 五、下游用户讨价还价的能力 第二节 中国中医营养行业竞争力分析 一、品牌竞争分析 二、成本竞争分析 三、价格竞争分析 四、技术竞争分析 第三节 中医营养企业投资兼并与重组分析 一、国内企业兼并重组发展态势 二、国内中医营养企业并购整合风险 三、中医营养行业并购与重组对策建议 第四节 中医营养企业资本市场运作建议 一、中医营养企业兼并及收购建议 二、中医营养企业融资方式选择建议 三、中医营养企业海外市场运作建议 第七章 中医营养分销渠道及营销策略分析 第一节 中医营养分销渠道及策略 一、中医营养市场分销模式比较 (一) 直效分销模式 (二) 代理经销模式 (三) 关联营销模式 (四) 混合营销模式 二、中医营养市场分销渠道策略 (一) 建立分销体系的必要性 (二) 企业分销商的选择策略 (三) 制定分销政策考虑要素 (四) 企业分销管理要点分析 第二节 中医营养市场营销策略分析 一、市场营销主要模式 二、营销步骤信息需求 三、市场营销策略分析 (一) 产品开发与定位策略 (二) 定价目标与价格策略 (三) 渠道建设与管理策略 (四) 企业品牌策略及运作 (五) 公共关系与推广策略 第三节 品牌营销策略及运作 一、企业品牌市场定位策略 (一) 品牌定位战略的概述 (二) 品牌定位必要性分析 (三) 品牌定位应注意问题 (四) 品牌定位的战略策略 二、企业品牌文化建设策略 (一) 品牌文化建设诚信为本 (二) 品牌文化建设质量要求 (三) 品牌文化需要持续创新 (四) 品牌文化建设安全保障 (五) 品牌文化建设服务途径 三、企业品牌宣传推广策略 (一) 消费者互动的推广 (二) 新闻广告品牌推广 (三) 事件营销品牌推广 (四) 网络营销品牌推广 (五) 活动赞助品牌推广 (六) 口碑传播品牌推广 第八章 中医营养主要生产厂商竞争力分析 第一节 山东东阿阿胶股份有限公司 一、企业发展简况分析 二、企业经营情况分析 三、企业经营优劣势分析 第二节 健康元药业集团股份有限公司 一、企业发展简况分析 二、企业经营情况分析 三、企业经营优劣势分析 第三节 上海交大昂立股份有限公司 一、企业发展简况分析 二、企业经营情况分析 三、企业经营优劣势分析 第四节 汤臣倍健股份有限公司 一、企业发展简况分析 二、企业经营情况分析 三、企业

经营优劣势分析 第五节 北京同仁堂股份有限公司 一、企业发展简况分析 二、企业经营情况分析 三、企业经营优劣势分析 第六节 中卫御苑福膳 一、企业发展简况分析 二、企业经营情况分析 三、企业经营优劣势分析 第九章 2024-2030年中国中医营养行业发展趋势与前景分析 第一节 2024-2030年中国中医营养行业投资环境分析 一、中国宏观环境分析 二、行业政策规划分析 第二节 2024-2030年中国中医营养行业投资前景分析 一、保健品行业发展前景分析 二、中医营养保健品市场趋势分析 三、中医营养保健品市场前景分析 第三节 2024-2030年中国中医营养行业投资风险分析 一、政策监管风险分析 二、市场竞争风险分析 三、原料市场风险分析 四、食品安全风险分析 第四节 2024-2030年中医营养行业投资策略及建议 第十章 中医营养企业投融资战略规划分析 第一节 中医营养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 中医营养企业发展战略规划的制定原则 一、科学性 二、实践性 三、前瞻性 四、创新性 五、全面性 六、动态性 第三节 中医营养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 第四节 中医营养企业战略规划策略分析 一、战略总体规划 二、技术开发战略 三、区域战略规划 四、产业战略规划 五、营销品牌战略 六、竞争战略规划 第十一章 中国中医营养企业投融资及IPO上市策略指导 第一节 中医营养企业融资渠道与选择分析 一、中医营养企业融资方法与渠道简析 二、利用股权融资谋划企业发展机遇 三、利用政府杠杆拓展企业融资渠道 四、适度债权融资配置自身资本结构 五、关注民间资本和外资的投资动向 第二节 中医营养企业境内IPO上市目的及条件 一、中医营养企业境内上市主要目的 二、中医营养企业上市需满足的条件 （一）企业境内主板IPO主要条件 （二）企业境内中小板IPO主要条件 （三）企业境内创业板IPO主要条件 三、企业改制上市中的关键问题 第三节 中医营养企业IPO上市的相关准备 一、企业该不该上市 二、企业应何时上市 三、企业应何地上市 四、企业上市前准备 （一）企业上市前综合评估 （二）企业的内部规范重组 （三）选择并配合中介机构 （四）应如何选择中介机构 第四节 中医营养企业IPO上市的规划实施 一、上市费用规划和团队组建 二、尽职调查及问题解决方案 三、改制重组需关注重点问题 四、企业上市辅导及注意事项 五、上市申报材料制作及要求 六、网上路演推介及询价发行 第五节 企业IPO上市审核工作流程 一、企业IPO上市基本审核流程 二、企业IPO上市具体审核环节 三、与发行审核流程相关的事项 图表目录： 图表1 保健食品行业主管部门及相关职责 图表2 中国保健食品行业主要政策法规 图表3 中国政府相关部门餐饮行业政策一览表 图表4 2018-2022年中国保健品零售规模变化趋势图 图表5 2022年中国保健品零售市场产品结构图 图表6 2018-2022年中国保健品细分领域零售规模统计 图表7 2022年保健品品牌份额情况 图表8 2018-2022年中国中医营养保健品零售规模趋势图 图表9 2024-2030年中医营养保健品零售规模预测图 图表10 中国补钙型营养保健品品牌渗透率情况

统计 更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202402/442916.html>