

2021进口保健品博览会|健康营养展NHNE（南京站）

产品名称	2021进口保健品博览会 健康营养展NHNE（南京站）
公司名称	中汇（广州）国际会展有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	广州市越秀区水荫路117号
联系电话	13026876846

产品详情

作为行业风向标，中国国际健康营养博览会NHNE基于1200+健康营养品牌方及100,000+活跃观众数据，从展会的角度真实呈现行业现状和未来趋势。2021年11月17-19日，由国药励展主办的中国国际健康营养博览会（2021 NHNE 秋）邀您相聚在南京国际博览中心。

全球环境的变化为中国保健食品行业带来了挑战，也带来了机遇。保健食品企业的销售状况怎样？现状和未来哪些品类将被市场所拥抱？品牌方的渠道分布是什么情况？品牌和渠道未来将发生哪些变化？.....NHNE从展会的角度为行业伙伴，给出了以上问题真实的答案。

看点1：品牌方在2020年销售战绩如何？

疫情的出现，为保健食品行业带来了挑战，也带来了机遇。

从NHNE的调研数据来看，我们的参展企业总体能够保持70-80%的销售额增长，毛利额增长也在60%以上，反映出我们的企业在挑战中把握住了机遇，收获了不错的战绩。

看点2：2020品类分布重点领域在？

参展企业的品类分布，聚集在前五个领域的依次是：

增强免疫、中老年营养、改善睡眠、肠胃养护、儿童营养

NHNE根据我们所看到的市场机遇，在本届展会同期也推出了以上涉及细分领域的专题论坛。

看点3: 2020年品牌商的渠道发展现状？

参加线下展会的品牌企业大多已完成市场推广从0到1（也就是初期只发展线上渠道）的阶段，所以，很多企业重点投入线下渠道，也有相当数量的企业同步布局线上线下渠道,然而在品牌方获利方面，我们观察到：线下渠道获利要高于线上渠道，占到了大部分

看点4:2021 品牌商计划做哪些改变？

55%的品牌商希望保持或增加线下比,更多的企业高管重视线下的销量份额.在2021年的销售计划中，大多数的企业将销售额增速目标定在20-50%，那么NHNE通过数据给到各位老板的建议也是，您不妨也给自己加加码，年度销售指标可以在20以上。

而如何实现目标？通过调研NHNE给出的建议是：在原有渠道增加新品是必然，其次是更多的精力拿出来去拓展新的销售渠道。

根据市场需求，企业纷纷加码维生素矿物质、益生菌、蛋白粉类的产品这些品类的市场竞争依旧激烈;而位列第二批原料目录中的辅酶Q10，褪黑素、鱼油、破壁灵芝孢子粉和螺旋藻也是企业未来计划发力的产品类别，未来将有更多蓝帽品牌涌入保健品市场，加速市场竞争。此外，口服美容、抗衰老类原料，以及膳食纤维、虾青素类等针对特定人群和功能的新原料和新资源食品也同样具备市场增量空间。

看点5: 2020年行业渠道商的发展状况如何？

活跃在NHNE展会上的 渠道商自我驱动力365天在线!通过不断突破自己,我们的渠道商在并不容易的2020年，依然拿出了不错的销售成绩单。

疫情之后，40%代理商稳扎稳打走维稳路线，但同时也有近40%的代理商对未来充满信心，增加了他们的经营品类。可以看出，大比例的NHNE展会的代理商对未来市场充满信心，并且愿意投入更多的资金。

看点6: 2021年行业渠道商将发生怎样的变化？

从渠道商们计划增加的产品类型不难看出,在重点的产品上做品牌、产品、原料的差异化创新，才能与您的渠道商关系稳固，长长久久。

增强免疫、美容养颜、肠道健康、中老年营养、相关品类将继续被市场所拥抱，持续发力；

骨骼健康、调节三高、改善睡眠、特定营养/营养类的产品紧跟其后作为市场青睐的产品类型；

缓解疲劳、改善贫血、儿童营养等品类位列成为代理商第三梯队的选择范围。

看点7: 未来的关键市场聚焦在？

新消费引领国内大循环,国内国际经济双循环相互促进,出口转内销....这些市场大环境将促使国货品牌地位上升。营养新国潮已成为传统中医药品牌扩展边界之选。

全球老龄化背景下，与老年产业相关的康养、主动健康、乐活老年，关系到这部分人群在美的夕阳红阶段的生活质量与幸福指数。而营养与合理膳食，直接关系到银发人群主动健康，身体健康才能提高幸福指数。延缓衰老、改善骨骼健康、有益大脑、改善睡眠、免提高疫力类的产品，以及为失能老人定制的营养餐、相关的营养产品将呈现发展良好的势头。

定制化营养食品更强调针对个体生物特征提供完整的营养方案，目前该领域发展仍处非常早期阶段。从素食主义盛行到植物肉兴起，全球食品工业正在酝酿一系列与健康有关的革命性突破。

目前定制化营养食品仍处于非常早期的阶段。现有的定制化营养食品，仅局限于通过问卷调查形式，提供适合不同消费者群体口味的食品，判断标准通常停留在年龄、性别、地域分布等方面。

进一步的定制化，需要采集消费者血样，定制依据来自身体中维生素、矿物质及胆固醇等生物标记的构成。定制化的依据，是每个人的基因序列，通过对基因的检测，给出适应个体的意见。

看点8：总结一下，NHNE认为未来的行业发展趋势以及关键词如下

1、继续发展以免疫功能为主的相关产品，同时兼顾健康营养品的零食化
----已成为全球营养品牌共同的产品战略。

2、在营销渠道未来发展中，迎合年轻一代的消费习惯，品牌会考虑在兼顾线下渠道的同时发展线上社交电商、各大平台电商、以及一些社交/团购属性的APP，如小红书、直播电商APP等等。

3、随着中国消费者越来越注重吃进嘴里的食品是否天然、原料是否有机、是否收到相关“溯源”认证，品牌会注重产品原料是否是草本植物来源，并在在包装上体现。

4、而个性化营养也已成为白领、精英人群在进行消费越来越注重的一个方面，他们希望购买到的产品是为自己定制的营养解决方案，所以未来，营养健康产品，也不仅仅是某某营养，品，而是某某营养解决方案to某一位具体的消费者。

5、值得注意的是，中国元素已成为全球品牌在产品配方和包装设计方面值得关注的一大产品特色，营养新国潮，年轻化的新滋补时代，已经到来。

寻求市场增量需要什么样的产品创新？全球健康营养品牌发展的焦点聚在何处？代理商、渠道商寻找什么样的品类？即将做出的改变是什么？相信通过中国国际健康营养博览会NHNE为大家送上的这份行业观察，您已经有所了解。NHNE始终致力于促进行业进步，希望通过不断地努力与创新，为行业同仁搭建一个学习/互动/交流/贸易的综合平台！

展会咨询：陈丝女士