

中国保健品行业运行状况及投资趋势分析报告2023-2029年

产品名称	中国保健品行业运行状况及投资趋势分析报告2023-2029年
公司名称	北京中研华泰信息技术研究院销售部
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号院4号楼27层2708
联系电话	18766830652 18766830652

产品详情

中国保健品行业运行状况及投资趋势分析报告2023-2029年.....[报告编号]372281[出版日期] 2023年6月[交付方式] EMIL电子版或特快专递[出版机构] 中研华泰研究院[报告价格] 纸质版:6500元 电子版:6800元 纸质版+电子版:7000元[联系人员] 刘亚 免费售后服务一年，具体内容及订购流程欢迎咨询客服人员

报告目录 章 保健品相关概述1.1 保健品基本介绍1.1.1 保健品基本概念1.1.2 保健品产品特点1.2 保健品行业概述1.2.1 保健品常见形态1.2.2 保健品产品功能1.2.3 保健品市场细分 第二章 2021-2023年保健品行业政策环境分析2.1 国外保健品行业相关政策法规解读2.1.1 美国2.1.2 韩国2.1.3 日本2.2 中国保健品行业政策发展分析2.2.1 保健品法规体系综述2.2.2 保健品市场监管历程2.2.3 保健品相关政策汇总2.2.4 保健品政策发展规划2.2.5 保健品行业铁拳行动2.2.6 国内外监管政策对比2.3 保健品行业相关政策法规2.3.1 食品安全法实施条例2.3.2 保健食品原料备案管理2.3.3 保健食品注册备案管理2.3.4 注册变更申请分类管理2.3.5 加强保健食品标志管理2.3.6 保健食品监管政策解读 第三章 2021-2023年保健品行业发展综合分析3.1 国外保健品行业发展状况3.1.1 国际消费形势分析3.1.2 国际市场规模情况3.1.3 美国保健品市场3.1.4 日本保健品市场3.1.5 韩国保健品市场3.1.6 澳大利亚保健品市场3.2 中国保健品行业发展综述3.2.1 行业发展历程3.2.2 发展特征剖析3.2.3 行业发展现状3.2.4 行业价值流向3.3 中国保健品行业运行状况3.3.1 注册情况分析3.3.2 备案情况分析3.3.3 总体市场规模3.3.4 细分市场结构3.3.5 人均消费支出3.3.6 抽检合格情况3.3.7 市场销售渠道3.4 中国保健品行业贸易分析3.4.1 总体贸易情况3.4.2 出口情况概述3.4.3 进口情况概述3.4.4 区域出口状况3.4.5 出口品类情况3.5 大健康产业背景下保健品发展分析3.5.1 大健康催生市场需求3.5.2 大健康转化企业优势3.5.3 大健康优化产业发展3.5.4 大健康引领保健趋势3.6 **肺炎疫情对保健品行业影响分析3.6.1 **肺炎疫情对医疗健康行业的影响分析3.6.2 **肺炎疫情对保健品行业影响对策分析3.6.3 **肺炎影响下保健品行业发展趋势分析3.7 中国保健品行业发展问题分析3.7.1 存在问题的原因3.7.2 保健品发展瓶颈3.7.3 保健品营销问题3.7.4 行业不规范现象3.7.5 与国外行业差距3.8 中国保健品行业发展对策解析3.8.1 法律制度视角3.8.2 政府监管视角3.8.3 政策扶持视角3.8.4 社会共治视角 第四章 2021-2023年保健品行业产业链结构及上下游关联分析4.1 保健品产业链结构分析4.2 上游行业发展分析4.2.1 产业链上游概述4.2.2 上游行业发展分析4.3 下游行业发展分析4.3.1 产业链下游概述4.3.2 下游市场发展分析 第五章 2021-2023年中国保健品消费市场分析5.1

2021-2023年保健品市场消费特征分析5.1.1 市场消费特点5.1.2 消费人群分析5.1.3 消费主要诉求5.1.4 消费者购买渠道5.1.5 网购消费启示5.1.6 消费影响因素5.1.7 消费市场机遇5.2
中国农村保健品消费市场分析5.2.1 农村保健品市场发展状况5.2.2 农村保健品发展问题分析5.2.3 农村保健品市场开发要点5.2.4 农村保健品市场推广策略5.3 中国网络保健品消费市场分析5.3.1 跨境电商经营模式5.3.2 线上销售规模分析5.3.3 新生代消费者分析5.3.4 **营销影响分析5.4
中国保健品消费市场发展问题及对策分析5.4.1 消费者市场投诉多5.4.2 连锁专卖市场缺陷5.4.3 市场发展战略分析5.4.4 企业发展战略分析 第六章 2021-2023年中国功能性保健食品细分市场分析6.1 体重管理市场发展6.1.1 市场相关概述6.1.2 规模6.1.3 市场竞争格局6.1.4 市场发展潜力6.2 运动营养类保健品6.2.1 市场规模分析6.2.2 市场竞争格局6.2.3 消费市场需求6.2.4 消费人群划分6.2.5 用户特征分析6.2.6 未来发展思路6.3 降血脂保健品6.3.1 市场发展概况6.3.2 用药市场规模6.3.3 市场消费分析6.3.4 市场开发要点6.3.5 市场发展潜力6.4 视力健康保健品6.4.1 视力健康现状6.4.2 细分市场需求6.4.3 企业竞争格局6.4.4 企业情况6.4.5 市场政策机遇6.5 健脑益智保健品6.5.1 产品相关概述6.5.2 产品品类分析6.5.3 产品研发技术6.5.4 细分产品发展6.5.5 市场前景展望6.6 补血类保健品6.6.1 市场发展概述6.6.2 市场发展现状6.6.3 市场开拓策略6.7 美容护理类保健品6.7.1 市场发展状况6.7.2 发展障碍因素6.7.3 市场发展战略6.8 其他功能保健品发展状况6.8.1 肠道健康保健品6.8.2 改善睡眠保健品6.8.3 传统滋补类保健品 第七章
2021-2023年中国营养素补充剂类保健食品细分市场分析7.1 B族维生素类7.1.1 B族维生素类别划分7.1.2 B族维生素市场价格7.1.3 B族维生素主要品牌7.1.4 B族维生素产品动态7.2 膳食补充类保健品7.2.1 产品相关概述7.2.2 市场发展规模7.2.3 市场竞争格局7.2.4 企业发展7.2.5 市场发展障碍7.2.6 市场发展前景7.3 胶原蛋白市场7.3.1 应用领域分析7.3.2 市场运行现状7.3.3 市场规模情况7.3.4 保健功能情况7.3.5 市场发展展望7.4 其他营养素类保健品7.4.1 补钙类保健品7.4.2 蛋白粉保健品7.4.3 氨基酸保健品 第八章
2021-2023年中国中草药保健品细分市场分析8.1 中草药保健品发展综述8.2 阿胶市场发展状况8.2.1 市场规模状况8.2.2 行业产能产量8.2.3 行业区域分布8.2.4 厂商竞争格局8.2.5 未来发展趋势8.3 蜂王浆市场发展状况8.3.1 产品相关概述8.3.2 行业相关政策8.3.3 产品价格分析8.3.4 产品专利情况8.3.5 产品贸易规模8.3.6 主要品牌情况8.4 丹参保健市场状况分析8.4.1 发展状况概述8.4.2 产品功能效用8.4.3 市场需求分析8.4.4 发展存在问题8.4.5 对策建议解析8.5 枸杞保健品市场发展状况8.5.1 市场规模分析8.5.2 市场供需情况8.5.3 产品贸易情况8.5.4 未来发展趋势8.6 人参保健市场发展潜力 第九章
2021-2023年中国保健饮品细分市场分析9.1 功能饮料市场分析9.1.1 市场发展概况9.1.2 市场规模分析9.1.3 细分市场结构9.1.4 市场竞争格局9.2 运动饮料市场发展分析9.2.1 产品功能概述9.2.2 市场发展现状9.2.3 市场竞争格局9.2.4 市场发展机遇9.3 能量饮料市场发展状况9.3.1 市场消费特点9.3.2 市场消费规模9.3.3 企业市场份额9.3.4 市场竞争分析9.3.5 企业案例分析9.4 植物蛋白饮料市场发展9.4.1 基本概念介绍9.4.2 产品功效分析9.4.3 上下游供应模式9.4.4 行业特征分析9.4.5 品类结构分析9.4.6 市场规模分析9.4.7 消费群体特点9.4.8 企业数量规模9.5 保健饮品其他细分市场9.5.1 益生菌饮料9.5.2 维生素饮料 第十章
2021-2023年中国保健品行业不同消费人群市场分析10.1 老年人保健品市场分析10.1.1 人口老龄化现状10.1.2 老年保健市场规模10.1.3 老年市场消费特点10.1.4 老年市场现存问题10.1.5 老年市场营销策略10.2 儿童保健品市场分析10.2.1 儿童人口数量10.2.2 产品市场状况10.2.3 市场销售情况10.2.4 细分品类销售10.2.5 市场发展潜力10.3 女性保健品市场分析10.3.1 女性健康意识发展10.3.2 女性保健品市场现状10.3.3 女性消费群体特征10.3.4 女性消费品类偏好10.3.5 女性保健新锐品牌10.4 其他人群保健品市场分析10.4.1 青少年10.4.2 孕妇 第十一章
2021-2023年中国保健品市场营销分析11.1 保健品营销总体概况11.1.1 热门营销模式11.1.2 服务营销模式11.1.3 专卖店营销策略11.1.4 专卖店启动方式11.1.5 营销模式多样化需求11.2 中国保健品营销新模式分析11.2.1 目标营销模式11.2.2 网络营销模式11.2.3 知识营销模式11.3 中国保健品营销策略模式透析11.3.1 产品营销关键因素11.3.2 产品营销路径分析11.3.3 市场淡季营销策略11.3.4 产品营销创新策略11.3.5 产品服务营销策略11.4 中国功能保健品营销模式分析11.4.1 现行营销模式概述及成因11.4.2 现行营销模式困境及成因11.4.3 新型营销模式基本构架11.4.4 新型营销模式主要要求11.5 中国保健品营销未来发展趋势透视11.5.1 市场营销裂变特征11.5.2 未来企业营销方向11.5.3 产品营销发展方向11.5.4 保健食品营销主流变化 第十二章 2021-2023年保健品市场销售渠道分析12.1
2021-2023年中国保健品销售市场分析12.1.1 上游厂商分析12.1.2 线上销售情况12.1.3 电商渠道上升12.1.4 线下渠道下降12.2 2021-2023年中国保健品天猫平台销售状况12.2.1 天猫平台保健品销售规模12.2.2 天猫平台保健品品类销售12.2.3 天猫平台保健品竞争格局12.2.4 天猫平台保健品市场价格12.3

2021-2023年中国保健品销售渠道结构分析	12.3.1
销售渠道体系	12.3.2
传统模式现状	12.3.3
直销模式现状	12.3.4
会议营销现状	第十三章
2021-2023年中国保健品行业竞争分析	13.1
2021-2023年中国保健品竞争格局	13.1.1
企业竞争梯队	13.1.2
总体竞争格局	13.1.3
企业注册规模	13.1.4
企业区域分布	13.1.5
企业注册资本	13.1.6
企业上市规模	13.1.7
企业竞争力评价	13.1.8
品牌影响分析	13.2
中国保健品行业三大竞争焦点	13.2.1
品牌竞争	13.2.2
创新差异	13.2.3
产品竞争	13.3
中国保健品波特五力分析	13.3.1
潜在竞争者分析	13.3.2
供应商议价能力	13.3.3
消费者议价能力	13.3.4
现有竞争者威胁	13.3.5
替代品威胁分析	第十四章
保健品行业上市公司运行状况分析	14.1
保健品行业上市公司运行状况分析	14.1.1
保健品行业上市公司规模	14.1.2
保健品行业上市公司分布	14.2
保健品行业财务状况分析	14.2.1
经营状况分析	14.2.2
盈利能力分析	14.2.3
营运能力分析	14.2.4
成长能力分析	14.2.5
现金**分析	第十五章
2020-2023年中国保健品行业重点企业竞争力分析	15.1
东阿阿胶股份有限公司	15.1.1
企业发展概况	15.1.2
经营效益分析	15.1.3
业务经营分析	15.1.4
财务状况分析	15.1.5
核心竞争力分析	15.1.6
公司发展战略	15.1.7
未来前景展望	15.2
汤臣倍健股份有限公司	15.2.1
企业发展概况	15.2.2
经营效益分析	15.2.3
业务经营分析	15.2.4
财务状况分析	15.2.5
核心竞争力分析	15.2.6
公司发展战略	15.2.7
未来前景展望	15.3
哈药集团股份有限公司	15.3.1
企业发展概况	15.3.2
经营效益分析	15.3.3
业务经营分析	15.3.4
财务状况分析	15.3.5
核心竞争力分析	15.3.6
公司发展战略	15.3.7
未来前景展望	15.4
海南椰岛(集团)股份有限公司	15.4.1
企业发展概况	15.4.2
经营效益分析	15.4.3
业务经营分析	15.4.4
财务状况分析	15.4.5
核心竞争力分析	15.4.6
公司发展战略	15.4.7
未来前景展望	15.5
上海交大昂立股份有限公司	15.5.1
企业发展概况	15.5.2
经营效益分析	15.5.3
业务经营分析	15.5.4
财务状况分析	15.5.5
核心竞争力分析	15.5.6
公司发展战略	15.5.7
未来前景展望	15.6
健康元药业集团股份有限公司	15.6.1
企业发展概况	15.6.2
经营效益分析	15.6.3
业务经营分析	15.6.4
财务状况分析	15.6.5
核心竞争力分析	15.6.6
公司发展战略	15.6.7
未来前景展望	15.7
江中药业股份有限公司	15.7.1
企业发展概况	15.7.2
经营效益分析	15.7.3
业务经营分析	15.7.4
财务状况分析	15.7.5
核心竞争力分析	15.7.6
公司发展战略	15.7.7
未来前景展望	15.8
桂林莱茵生物科技股份有限公司	15.8.1
企业发展概况	15.8.2
经营效益分析	15.8.3
业务经营分析	15.8.4
财务状况分析	15.8.5
核心竞争力分析	15.8.6
公司发展战略	15.8.7
未来前景展望	第十六章
2023-2029年中国保健品市场的投资建议	16.1
2021-2023年中国保健品行业投融资分析	16.1.1
行业投融资状况	16.1.2
行业投融资轮次	16.1.3
行业投融资分布	16.1.4
行业投融资主体	16.1.5
行业投融资事件	16.2
中国保健品投资价值评估分析	16.2.1
投资价值综合评估	16.2.2
市场机会矩阵分析	16.2.3
市场进入时机判断	16.3
中国保健品行业投资壁垒分析	16.3.1
竞争壁垒	16.3.2
技术壁垒	16.3.3
资金壁垒	16.3.4
政策壁垒	16.4
2023-2029年保健品行业投资建议及风险提示	16.4.1
行业投资建议	16.4.2
投资风险提示	16.5
保健品行业典型项目投资建设深度解析	16.5.1
项目基本情况	16.5.2
项目投资概算	16.5.3
项目实施进度	16.5.4
投资价值分析	16.5.5
投资收益测算	第十七章
2023-2029年中国保健品行业发展前景及趋势预测	17.1
保健品行业未来发展趋势走向	17.1.1
行业未来走向探析	17.1.2
行业产品发展方向	17.1.3
市场消费主力趋势	17.1.4
市场销售未来趋势	17.1.5
药企跨界布局趋势	17.1.6
行业集中度**趋势	17.2
中国保健品行业发展前景展望	17.2.1
保健品市场升级加快	17.2.2
保健品市场发展潜力	17.2.3
保健品市场发展前景	17.3
2023-2029年中国保健品行业预测分析	17.3.1
2023-2029年中国保健品行业影响因素分析	17.3.2
2023-2029年中国保健品行业市场规模预测	

图表目录	图表
保健品专属批文标识	图表
2016-2022年我国营养保健食品行业相关法律法规	图表
2016-2022年我国营养保健食品行业相关法律法规(二)	图表
国内保健品行业政策和监管发展历程	图表
2015-2022年中国保健品行业发展政策汇总(一)	图表
2015-2022年中国保健品行业发展政策汇总(二)	图表
2015-2022年中国保健品行业发展政策汇总(三)	图表
2015-2022年中国保健品行业发展政策汇总(四)	图表
2015-2022年中国保健品行业发展政策汇总(五)	图表
2011-2022年中国保健品行业发展规划汇总	图表
主要国家保健品监管政策对比	图表
2016-2026年全球主要市场营养保健品规模与增速	图表
2004-2021年日本保健品市场规模	图表
2015-2020年韩国保健食品市场规模	图表
中国保健品行业发展历程	图表
保健品行业产业链	图表
保健品产业链价值曲线	图表
2020年保健食品注册获批情况	图表
2020年保健食品不同受理年份注册数量	图表
2020年保健食品不同地区(省、直辖市、自治区)注册数量	图表

2020年获得保健食品注册批件三的企业 图表 2020年保健食品不同剂型注册数量 图表
2020年保健食品不同保健功能注册数量（一） 图表
2020年保健食品不同保健功能注册数量（二） 图表
2020年保健食品不同保健功能注册数量（三） 图表 2021年保健食品批件发布总体情况 图表
2021年保健食品注册获批情况 图表 2021年保健食品不同地区（省、直辖市、自治区）注册数量 图表
2021年获得保健食品注册批件五的企业 图表 2021年保健食品不同剂型注册数量 图表
2021年申报一种保健功能的保健食品注册数量 图表
2021年申报两种保健功能的保健食品注册数量 图表 2022年保健食品批件发布总体情况 图表
2022年保健食品新产品注册获批情况 图表
2022年保健食品不同地区（省、直辖市、自治区）注册数量 图表
2022年获得保健食品注册批件的企业 图表 2022年保健食品不同剂型注册数量 图表
2022年保健食品不同保健功能注册数量 图表 2022年进口保健食品备案信息 图表
2022年国产保健食品不同地区备案情况 图表 2022年获得国产保健食品备案凭证的企业 图表
2022年国产保健食品不同剂型的备案量 图表 2022年国产保健食品不同功效成分产品的备案量 图表
2022年国产保健食品补充单一营养素产品的备案量 图表
2022年国产保健食品补充两种营养素产品的备案量 图表
2022年国产保健食品补充多种营养素产品的备案量 图表 2022年国产功能性保健食品的备案量 图表
2013-2023年中国保健品行业市场规模统计及预测 图表 2021年中国保健品行业市场规模结构 图表
2013-2021年中国人均医疗保健消费支出及增速 图表 2021-2022年保健食品抽检合格率 图表
2014-2021年保健食品抽检合格率情况统计 图表 2020年中国保健品商超渠道占比情况 图表
2008-2021年中国营养保健食品进出口金额 图表 2021年营养保健食品出口市场情况 图表
2021年营养保健食品不同月份出口情况 图表 2021年营养健康进口市场情况 图表
2021年营养保健食品不同月份的进口情况分析 图表 2021年不同省市营养保健食品出口情况 图表
2015-2021年维生素类产品出口额及出口市场 图表 2017-2021年鱼油类产品出口额及出口市场 图表
保健品产业链 图表 保健食品产业链主要企业 图表 消费者选择“零食化”保健品的主要因素 图表
2021年中国老年人购买保健品主要功效 图表 2021年中国白领群体购买的保健品功能性调查 图表
网购消费群体的特点和启示 图表 中国保健品市场分人群/功能机会分析 图表
线上保健品电商平台主要模式 图表 2018-2021年中国保健品电商销售额 图表
各类保健品企业的发展关键 图表 体重管理与传统减肥差异性 图表
2021年中国保健品行业下体重管理领域市场集中度 图表
2021年中国保健品行业下体重管理领域品牌市场份额 图表
2021年中国保健品行业下运动营养领域市场集中度 图表
2021年中国保健品行业下运动营养领域品牌市场份额 图表 消费者认为有益健康的习惯排名 图表
运动营养保健品消费者情况 图表 2020-2022年重点省市公立医院化学药血脂调节剂TOP10格局 图表
全球主要眼部健康产品 图表 “辅助改善记忆”的保健品主要品种 图表
2019-2020年双11期间补血类保健品消费比例情况 图表 2020年天猫Z世代偏好的口服美容产品TOP5图表
益生菌细分市场占比 图表 消费者主要诉求展开 图表 益生菌热门品牌排行 图表
主要使用场景展开 图表 益生菌市场品牌类型分类 图表
2019-2022年淘宝天猫促进睡眠类保健品+功能食品市场季度销售额同比增速 图表
2019-2022年线上分渠道促进睡眠类保健品+功能食品市场季度销售额同比增速 图表
2021-2022年线上促进睡眠类保健品+功能食品分平台销售额占比 图表
2021年中国传统滋补类保健品市场竞争格局 图表 B族维生素类别划分 图表
2014-2022年维生素B1、B2、B6价格走势 图表 2022年维生素B族品牌榜TOP5图表
2021年中国维生素和膳食补充剂市场份额 图表 2021年汤臣倍健经销模式下企业经营情况 图表
2021年胶原蛋白的应用领域及终端市场规模 图表 2017-2027年中国胶原蛋白产品市场规模及增速 图表
口服胶原蛋白产品趋势 图表 胶原蛋白保健品趋势 图表 2015-2020年中国蛋白粉市场规模及增速 图表
2019-2021年中国阿胶保健品市场规模 图表 2019-2021年中国阿胶行业产量 图表
2020年中国阿胶行业供给市场区域结构 图表 2021年中国阿胶行业消费市场区域结构 图表
2021年国内零售市场阿胶产品销售额竞争格局 图表 2022年阿胶品牌榜中榜 图表
2009-2020年中国驴皮价格走势 图表 2020年中国（大陆）蜂王浆专利数量 图表
2021年我国蜂王浆分国别出口统计情况 图表 2021年我国蜂王浆分地区出口统计情况 图表

2022年蜂王浆品牌榜中榜 图表 丹参的功效 图表 2016-2021年中国枸杞产量及消费量 图表
2021-2023年中国枸杞进出口总额 图表 2021-2023年中国枸杞进出口（总额）结构 图表
2021-2023年中国枸杞贸易顺差规模 图表 2021-2022年中国枸杞进口区域分布 图表
2021-2022年中国枸杞进口市场集中度（分国家） 图表 2022年主要贸易国枸杞进口市场情况 图表
2023年主要贸易国枸杞进口市场情况 图表 2021-2022年中国枸杞出口区域分布 图表
2021-2022年中国枸杞出口市场集中度（分国家） 图表 2022年主要贸易国枸杞出口市场情况 图表
2023年主要贸易国枸杞出口市场情况 图表 2021-2022年主要省市枸杞进口市场集中度（分省市） 图表
2022年主要省市枸杞进口情况 图表 2023年主要省市枸杞进口情况 图表
2016-2021年中国功能饮料市场规模及增速 图表 2016-2021年中国能量饮料及运动饮料市场规模 图表
主要功能饮料企业概况 图表 运动饮料功能时点及功能概述 图表
2021年中国运动饮料销售额TOP品牌 图表 2016-2021年中国能量饮料人均消费额情况 图表
2021年中国能量饮料行业竞争格局（按销量） 图表 2018-2021年东鹏饮料能量饮料业务销量情况 图表
植物蛋白饮料营养丰富 图表 植物蛋白饮料产业链 图表 植物蛋白饮料行业特征 图表
国内植物蛋白饮料产品品种汇总 图表 2016-2020年中国植物蛋白饮料市场规模及增速 图表
2020年植物蛋白饮料消费者性别比例 图表 2020年植物蛋白饮料各年龄消费者比例 图表
2020年植物蛋白饮料各线城市消费者比例 图表
2016-2021年中国植物蛋白饮料相关新增注册企业数量 图表
2014-2024年中国维生素饮料市场规模预测 图表 2017-2021年我国65岁及以上人口数量统计 图表
2014-2020年中国老年保健品市场规模 图表 2014-2020年中国老年人保健品人均花费 图表
2021年中老年群体的健康消费动机排序 图表 2021年中老年群体保健品消费心理 图表
2021年年末人口数及其构成 图表 2021-2022年婴幼儿保健品分平台销售额占比 图表
2021-2022年婴幼儿保健品分平台月度销售额占比 图表
2022年**、京东、天猫婴幼儿保健品分平台子品类销售额占比 图表
2020年双11女性消费保健品渠道 图表 2020年双11保健食品女性消费者年龄分布 图表
2020年双11保健食品女性消费者收入分布 图表 2020年双11保健食品女性消费者城市等级分布 图表
2020年女性保健食品品类划分 图表 女性传统滋补品购买品类TOP5 图表
2013-2021年中国孕妇保健品市场规模 图表
2020-2022年保健品行业阿里渠道全网销售额及同比增速（右轴） 图表
2020-2022年保健品行业阿里渠道全网销售额量价增速拆分 图表
2020-2022年海外保健品阿里渠道全网销售额及同比增速（右轴） 图表
2020-2022年海外保健品阿里渠道全网销售额量价增速拆分 图表
2019-2021天猫平台保健品月度销售额、销量走势 图表
2019-2021天猫平台保健品TOP20品类年度销售额和市占情况（TOP1-10） 图表
2019-2021天猫平台保健品TOP20品类年度销售额和市占情况（TOP11-20） 图表
2019-2021天猫平台保健品TOP20品牌年度销售额和市占情况（TOP1-10） 图表
2019-2021天猫平台保健品TOP20品牌年度销售额和市占情况（TOP11-20） 图表
2021年TOP10品类销售额和均价分布情况 图表 2021年TOP10品牌销售额和均价分布情况 图表
保健品行业销售渠道 图表 2006-2021年商务部批准直销企业数量 图表 会议营销程序 图表
保健品行业国内竞争梯队 图表 2021年中国保健品食品行业总体品牌市场份额占比 图表
2013-2022年中国保健品行业相关企业注册量统计 图表
2022年我国保健品行业相关企业注册省市TOP5 图表 2022年我国各省份保健品行业相关企业注册量 图表
2022年中国保健品行业相关企业注册量统计（不同注册资本） 图表
2022年我国保健品行业相关企业上市情况 图表
中国保健品行业主要企业业务布局及竞争力评价（一） 图表
中国保健品行业主要企业业务布局及竞争力评价（二） 图表
中国保健品行业主要企业业务布局及竞争力评价（三） 图表
中国保健品行业主要企业业务布局及竞争力评价（四） 图表 2021年中国保健品行业排行榜TOP30 图表
保健品行业上市公司名单（前20家） 图表 2017-2021年保健品行业上市公司资产规模及结构 图表
保健品行业上市公司名单 图表 2018-2022年保健品行业上市公司资产规模及结构 图表
保健品行业上市公司上市板分布情况 图表 保健品行业上市公司地域分布情况 图表
2018-2022年保健品行业上市公司营业收入及增长率 图表

2018-2022年保健品行业上市公司净利润及增长率 图表
2018-2022年保健品行业上市公司毛利率与净利率 图表
2018-2022年保健品行业上市公司营运能力指标 图表
2022-2023年保健品行业上市公司营运能力指标 图表
2018-2022年保健品行业上市公司成长能力指标 图表
2022-2023年保健品行业上市公司成长能力指标 图表
2018-2022年保健品行业上市公司销售商品收到的现金占比 图表 东阿阿胶发展历史 图表
2020-2023年东阿阿胶股份有限公司总资产及净资产规模 图表
2020-2023年东阿阿胶股份有限公司营业收入及增速 图表
2020-2023年东阿阿胶股份有限公司净利润及增速 图表
2022年东阿阿胶股份有限公司主营业务分行业、地区 图表
2020-2023年东阿阿胶股份有限公司营业利润及营业利润率 图表
2020-2023年东阿阿胶股份有限公司净资产收益率 图表
2020-2023年东阿阿胶股份有限公司短期偿债能力指标 图表
2020-2023年东阿阿胶股份有限公司资产负债率水平 图表
2020-2023年东阿阿胶股份有限公司运营能力指标 图表 汤臣倍健品牌、产品、渠道历史沿革 图表
汤臣倍健品牌产品推出时间一览表 图表 2020-2023年汤臣倍健股份有限公司总资产及净资产规模 图表
2020-2023年汤臣倍健股份有限公司营业收入及增速 图表
2020-2023年汤臣倍健股份有限公司净利润及增速 图表
2022年汤臣倍健股份有限公司主营业务分行业、地区 图表
2020-2023年汤臣倍健股份有限公司营业利润及营业利润率 图表
2020-2023年汤臣倍健股份有限公司净资产收益率 图表
2020-2023年汤臣倍健股份有限公司短期偿债能力指标 图表
2020-2023年汤臣倍健股份有限公司资产负债率水平 图表
2020-2023年汤臣倍健股份有限公司运营能力指标 图表
2020-2023年哈药集团股份有限公司总资产及净资产规模 图表
2020-2023年哈药集团股份有限公司营业收入及增速 图表
2020-2023年哈药集团股份有限公司净利润及增速 图表
2022年哈药集团股份有限公司主营业务分行业、地区 图表
2020-2023年哈药集团股份有限公司营业利润及营业利润率 图表
2020-2023年哈药集团股份有限公司净资产收益率 图表
2020-2023年哈药集团股份有限公司短期偿债能力指标 图表
2020-2023年哈药集团股份有限公司资产负债率水平 图表
2020-2023年哈药集团股份有限公司运营能力指标 图表
2020-2023年海南椰岛（集团）股份有限公司总资产及净资产规模 图表
2020-2023年海南椰岛（集团）股份有限公司营业收入及增速 图表
2020-2023年海南椰岛（集团）股份有限公司净利润及增速 图表
2022年海南椰岛（集团）股份有限公司主营业务分行业、地区 图表
2020-2023年海南椰岛（集团）股份有限公司营业利润及营业利润率 图表
2020-2023年海南椰岛（集团）股份有限公司净资产收益率 图表
2020-2023年海南椰岛（集团）股份有限公司短期偿债能力指标 图表
2020-2023年海南椰岛（集团）股份有限公司资产负债率水平 图表
2020-2023年海南椰岛（集团）股份有限公司运营能力指标 图表
2020-2023年上海交大昂立股份有限公司总资产及净资产规模 图表
2020-2023年上海交大昂立股份有限公司营业收入及增速 图表
2020-2023年上海交大昂立股份有限公司净利润及增速 图表
2022年上海交大昂立股份有限公司主营业务分行业、地区 图表
2020-2023年上海交大昂立股份有限公司营业利润及营业利润率 图表
2020-2023年上海交大昂立股份有限公司净资产收益率 图表
2020-2023年上海交大昂立股份有限公司短期偿债能力指标 图表
2020-2023年上海交大昂立股份有限公司资产负债率水平 图表

2020-2023年上海交大昂立股份有限公司运营能力指标 图表
2020-2023年健康元药业集团股份有限公司总资产及净资产规模 图表
2020-2023年健康元药业集团股份有限公司营业收入及增速 图表
2020-2023年健康元药业集团股份有限公司净利润及增速 图表
2022年健康元药业集团股份有限公司主营业务分行业、地区 图表
2020-2023年健康元药业集团股份有限公司营业利润及营业利润率 图表
2020-2023年健康元药业集团股份有限公司净资产收益率 图表
2020-2023年健康元药业集团股份有限公司短期偿债能力指标 图表
2020-2023年健康元药业集团股份有限公司资产负债率水平 图表
2020-2023年健康元药业集团股份有限公司运营能力指标 图表 2020年江中药业产品结构 图表
2020-2023年江中药业股份有限公司总资产及净资产规模 图表
2020-2023年江中药业股份有限公司营业收入及增速 图表
2020-2023年江中药业股份有限公司净利润及增速 图表
2022年江中药业股份有限公司主营业务分行业、地区 图表
2020-2023年江中药业股份有限公司营业利润及营业利润率 图表
2020-2023年江中药业股份有限公司净资产收益率 图表
2020-2023年江中药业股份有限公司短期偿债能力指标 图表
2020-2023年江中药业股份有限公司资产负债率水平 图表
2020-2023年江中药业股份有限公司运营能力指标 图表
2020-2023年桂林莱茵生物科技股份有限公司总资产及净资产规模 图表
2020-2023年桂林莱茵生物科技股份有限公司营业收入及增速 图表
2020-2023年桂林莱茵生物科技股份有限公司净利润及增速 图表
2022年桂林莱茵生物科技股份有限公司主营业务分行业、地区 图表
2020-2023年桂林莱茵生物科技股份有限公司营业利润及营业利润率 图表
2020-2023年桂林莱茵生物科技股份有限公司净资产收益率 图表
2020-2023年桂林莱茵生物科技股份有限公司短期偿债能力指标 图表
2020-2023年桂林莱茵生物科技股份有限公司资产负债率水平 图表
2020-2023年桂林莱茵生物科技股份有限公司运营能力指标 图表
2014-2022年中国保健品行业融资整体情况 图表 2014-2022年中国保健品行业投融资单笔融资情况 图表
2015-2022年中国保健品行业投融资轮次情况按事件数量 图表
2022年中国保健品行业投融资区域分布按事件数量 图表
2018-2022年中国保健品行业投资主体分布 图表
2018-2022年我国保健品行业的主要投融资事件（一） 图表
2018-2022年我国保健品行业的主要投融资事件（二） 图表
2018-2022年我国保健品行业的主要投融资事件（三） 图表
2018-2022年我国保健品行业的主要投融资事件（四） 图表
2018-2022年我国保健品行业的主要投融资事件（五） 图表
2018-2022年我国保健品行业的主要投融资事件（六） 图表 保健品行业投资价值综合评价 图表
保健品行业市场机会整体评估表 图表 市场机会矩阵：保健品行业 图表
保健品行业进入时机评价 图表 产业生命周期：保健品行业 图表 投资机会箱：保健品行业 图表
总部生产基地建设项目总投资 图表 总部生产基地建设项目实施进度安排 图表
2014-2020年中国健康素养水平 图表 国内老龄化趋势分析