

中国老年保健品市场竞争现状与销售前景预测报告2023-2029年

产品名称	中国老年保健品市场竞争现状与销售前景预测报告2023-2029年
公司名称	北京中研智业信息咨询有限公司
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（注册地址）
联系电话	010-57126768 15263787971

产品详情

中国老年保健品市场竞争现状与销售前景预测报告2023-2029年【报告编号】：402033【出版时间】：2023年6月【出版机构】：中研智业研究院【交付方式】：EMIL电子版或特快专递【报告价格】：【纸质版】：6500元【电子版】：6800元【纸质+电子】：7000元
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。

第一部分老年保健品产业深度分析第一章老年保健品行业发展综述1第一节老年保健品行业定义及分类1一、行业定义1二、行业主要产品分类1第二节老年保健品行业特征分析1一、产业链分析1二、老年保健品行业在国民经济中的地位2三、老年保健品行业生命周期分析51、行业生命周期理论基础52、老年保健品行业生命周期8第三节*近3-5年中国老年保健品行业经济指标分析9一、赢利性9二、成长速度9三、进入壁垒/退出机制10四、风险性17五、竞争激烈程度指标17第二章我国老年保健品行业运行分析19第一节我国老年保健品行业发展状况分析19一、我国老年保健品行业发展阶段19二、我国老年保健品行业发展总体概况20三、我国老年保健品行业发展特点分析21四、我国老年保健品行业商业模式分析22第二节2022-2023年老年保健品行业发展现状23一、2022-2023年我国老年保健品行业市场规模23二、2022-2023年我国老年保健品行业发展分析24三、2022-2023年中国老年保健品企业发展分析24第三节老年保健品产品价格分析25一、2022-2023年老年保健品价格走势25二、影响老年保健品产品价格的关键因素分析251、市场竞争因素252、成本费用因素253、产品创新因素254、成本26三、2023-2029年老年保健品产品价格变化趋势30四、主要老年保健品企业价位及价格策略31第三章我国老年保健品行业整体运行指标分析45第一节2022-2023年中国老年保健品行业总体规模分析45一、企业数量结构分析45二、人员规模状况分析46三、行业资产规模分析47四、行业市场规模分析47第二节2022-2023年中国老年保健品行业产销情况分析48一、我国老年保健品行业工业总产值48二、我国老年保健品行业工业销售产值48三、我国老年保健品行业产销率48第三节2022-2023年中国老年保健品行业财务指标总体分析49一、行业盈利能力分析49二、行业偿债能力分析51三、行业营运能力分析52四、行业发展能力分析53第四章我国老年保健品行业供需形势分析55第一节老年保健品行业生产分析55一、2022-2023年老年保健品行业生产规模及增速55二、2023-2029年老年保健品行业产量产能变化趋势56三、老年保健品行业区域生产分析56第二节2022-2023年我国老年保健品行业需求情况57一、老年保健品行业需求市场57二、老年保健品行业客户结构57第三节老年保健品产品市场应用及需求预测57一、老年保健品产品应用市场总体需求分析571、老年保健品产品应用市场需求特征572、老年保健品产品应用市场需求总规模58二、2023-2029年老年保健品行业领域需求量预测58

1、2023-2029年老年保健品行业领域需求产品功能预测582、2023-2029年老年保健品行业领域需求产品市场格局预测58三、重点行业老年保健品产品需求分析预测59第五章我国老年保健品行业进出口结构分析61第一节老年保健品行业进出口市场分析61一、老年保健品行业进出口综述611、中国老年保健品进出口的特点分析612、中国老年保健品进出口地区分布状况613、中国老年保健品进出口的贸易方式及经营企业分析624、中国老年保健品进出口政策与国际化经营67二、老年保健品行业出口市场分析681、2022-2023年行业出口总额分析682、2022-2023年行业出口产品结构68三、老年保健品行业进口市场分析681、2022-2023年行业进口总额分析682、2022-2023年行业进口产品结构69第二节中国老年保健品进出口面临的挑战及对策69一、中国老年保健品进出口面临的挑战69二、中国老年保健品行业未来进出口展望69三、中国老年保健品产品进出口对策70第二部分老年保健品产业结构分析第六章老年保健品行业产业结构分析72第一节老年保健品产业结构分析72一、市场细分充分程度分析72二、各细分****企业排名72三、各细分市场占总市场的结构比例73四、**企业的结构分析（所有制结构）73第二节产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析73一、产业价值链的构成73二、产业链条的竞争优势与劣势分析74第三节产业结构发展预测75一、产业结构调整指导政策分析75二、产业结构调整中消费者需求的引导因素75三、中国老年保健品行业参与国际竞争的战略市场定位75四、产业结构调整方向分析76第七章我国老年保健品行业产业链分析77第一节老年保健品行业产业链分析77一、产业链结构分析77二、主要环节的增值空间77三、与上下游行业之间的关联性77第二节老年保健品上游行业分析77一、老年保健品产品成本构成77二、2022-2023年上游行业发展现状77三、2023-2029年上游行业发展趋势79四、上游供给对老年保健品行业的影响81第三节老年保健品下游行业分析81一、老年保健品下游行业分布81二、2022-2023年下游行业发展现状82三、2023-2029年下游行业发展趋势83四、下游需求对老年保健品行业的影响90第八章我国老年保健品行业渠道分析及策略91第一节老年保健品行业渠道分析91一、渠道形式及对比91二、各类渠道对老年保健品行业的影响91三、主要老年保健品企业渠道策略研究94第二节老年保健品行业用户分析96一、老年消费者的购买心理特点961、消费观念成熟962、对保健品的使用追求简单方便963、对保健品的价格追求真实964、对提供服务的期望热情耐心97二、城市老年消费者购买行为分析971、购买行为分析972、消费方式分析983、信息收集分析984、购买决策分析98第三节老年保健品行业营销策略分析99一、中国老年保健品营销概况99二、老年保健品营销策略探讨99三、老年保健品营销发展趋势101第三部分老年保健品行业竞争格局分析第九章我国老年保健品行业竞争形势及策略107第一节行业总体市场竞争状况分析107一、老年保健品行业竞争“波特五力”模型分析1071、产业内部的竞争1072、潜在进入者1083、替代品的威胁1094、买方的议价能力1095、供应商的议价能力110二、老年保健品行业企业间竞争格局分析110三、老年保健品行业集中度分析110四、老年保健品行业SWOT分析1111、优势1112、劣势1113、威胁1144、机遇115第二节中国老年保健品行业竞争格局综述116一、老年保健品行业竞争概况1161、中国老年保健品行业竞争格局1162、老年保健品行业未来竞争格局和特点1183、老年保健品市场进入及竞争对手分析119二、中国老年保健品行业竞争力分析1191、我国老年保健品行业竞争力剖析1192、我国老年保健品企业市场竞争的优势1203、国内老年保健品企业竞争能力提升途径120三、老年保健品市场竞争策略分析121第十章老年保健品****企业经营形势分析123第一节健康元药业集团股份有限公司123一、企业概况123二、企业优势分析124三、2022-2023年经营状况125四、2023-2029年发展规划128第二节上海交大昂立股份有限公司129一、企业概况129二、企业优势分析129三、2022-2023年经营状况131四、2023-2029年发展规划134第三节山东东阿阿胶股份有限公司134一、企业概况134二、企业优势分析136三、2022-2023年经营状况137四、2023-2029年发展规划140第四节哈药集团股份有限公司142一、企业概况142二、企业优势分析143三、2022-2023年经营状况143四、2023-2029年发展规划147第五节汤臣倍健股份有限公司147一、企业概况147二、企业优势分析148三、2022-2023年经营状况149四、2023-2029年发展规划151第六节江中药业股份有限公司153一、企业概况153二、企业优势分析153三、2022-2023年经营状况154四、2023-2029年发展规划157第七节红桃K集团159一、企业概况159二、企业优势分析160三、2022-2023年经营状况161四、2023-2029年发展规划161第八节瑞年国际有限公司162一、企业概况162二、企业优势分析163三、2022-2023年经营状况164四、2023-2029年发展规划166第九节上海黄金搭档生物科技有限公司167一、企业概况167二、企业优势分析168三、2022-2023年经营状况168四、2023-2029年发展规划169第十节广东康富来药业有限公司169一、企业概况169二、企业优势分析169三、2022-2023年经营状况170四、2023-2029年发展规划170第四部分老年保健品行业投资价值研究第十一章2023-2029年老年保健品行业投资前景171第一节2023-2029年老年保健品市场发展前景171一、2023-2029年老年保健品市场发展潜力171二、2023-2029年老年保健品市场发展前景展望171三、2023-2029年老年保健品细分行业发展前景分析172第二节2023-2029年老年保健品市场发展趋势预测172一、2023-2029年老年保健品行业发展趋势172二、2023-2029年老年保健品市场规模预测173三、2023-2029年细分市场发展趋势预测173第三节2023-2029年中国老年保健品行业

供需预测175一、2023-2029年中国老年保健品行业供给预测175二、2023-2029年中国老年保健品行业需求预测176

第四节影响企业生产与经营的关键趋势179一、市场整合成长趋势179二、需求变化趋势及新的商业机遇预测180三、企业区域市场拓展的趋势180四、科研开发趋势及替代技术进展183五、影响企业销售与服务方式的关键趋势183

第十二章2023-2029年老年保健品行业投资环境分析185第一节老年保健品行业政治法律环境分析185一、行业管理体制分析185二、行业主要法律法规185三、行业相关发展规划186

第二节老年保健品行业经济环境分析199一、国际宏观经济形势分析199二、国内宏观经济形势分析200三、产业宏观经济环境分析226

第三节老年保健品行业社会环境分析228一、老年保健品产业社会环境228二、社会环境对行业的影响228三、老年保健品产业发展对社会发展的影响228

第四节老年保健品行业技术环境分析229一、老年保健品技术分析229二、老年保健品技术发展水平230三、行业技术发展趋势230

第十三章2023-2029年老年保健品行业投资机会与风险231第一节老年保健品行业投融资情况231一、行业资金渠道分析231二、固定资产投资分析231三、兼并重组情况分析231

第二节2023-2029年老年保健品行业投资机会232一、产业链投资机会232二、细分市场投资机会232三、重点区域投资机会233

第三节2023-2029年老年保健品行业投资风险及防范233一、市场竞争风险233二、政策风险及防范234三、技术风险及防范241四、金融风险及防范243五、贸易风险及防范246六、财务分析及防范248

第十四章老年保健品行业投资战略研究253第一节老年保健品行业发展战略研究253一、战略综合规划253二、技术开发战略261三、业务组合战略266四、区域战略规划268五、产业战略规划278六、竞争战略规划280七、营销品牌战略288

第二节对我国老年保健品品牌的战略思考289一、企业品牌的重要性289二、实施品牌战略的意义290三、企业的品牌战略292四、品牌的竞争趋势293五、品牌战略管理的策略294

第三节老年保健品经营策略分析295一、产品策略2951、注重核心产品的质量和功效2952、注重产品设计满足老年消费者的习惯和审美2963、产品组合要简单而集中2974、老年保健产品的市场定位应准确2975、注重老年保健产品品牌的树立和维护2986、注重老年保健品的包装298二、价格策略3001、渗透定价策略3002、心理定价策略3013、企业定价与竞争者的定价策略301三、渠道策略3021、区域代理的渠道模式3032、多家代理制渠道的模式3033、依靠药房销售模式304四、促销策略3051、广告媒体的选择3062、广告表现形式要符合老年人的习惯和审美3063、广告表现的诉求点要明确3074、通过广告改变老年人的消费观念308

第四节老年保健品行业投资战略研究309一、2023年老年保健品行业投资战略309二、2023-2029年老年保健品行业投资战略309三、2023-2029年细分行业投资战略311

第十五章研究结论及投资建议312第一节老年保健品行业研究结论312第二节老年保健品行业投资价值评估313

第三节老年保健品行业投资建议314一、行业发展策略建议314二、行业投资方向建议316三、行业投资方式建议319

图表目录

图表：2022年保健品市场企业数量规模结构分析2

图表：2022年保健品市场产值亿元以上企业产值占比分析3

图表：2022年营养保健品市场产值占GDP比重分析4

图表：2022年保健品市场产值结构分析4

图表：2022年老年保健品市场产值占GDP比重分析5

图表：行业发展周期7

图表：产品生命周期7

图表：2017-2023年老年保健品市场规模及增长23

图表：2018-2023年老年保健品产值规模及增长24

图表：2018-2023年保健食品企业数量统计24

图表：2022-2023年老年保健品价格指数分析25

图表：市场定位分析44

图表：2022年保健品行业企业数量类型结构分析45

图表：2018-2023年保健食品企业数量统计46

图表：2018-2023年老年保健品企业平均人员数量46

图表：2018-2023年老年保健品企业资产规模47

图表：2017-2023年老年保健品市场规模及增长47

图表：2022年老年保健品制造工业总产值情况统计48

图表：2022年老年保健品制造工业销售产值情况统计48

图表：2022年老年保健品制造工业产销率情况统计48

图表：2021-2023年老年保健品资产利润率49

图表：2021-2023年老年保健品销售毛利率分析50

图表：2021-2023年老年保健品营业利润率分析50

图表：2021-2023年老年保健品资产负债率分析51

图表：2021-2023年老年保健品流动比率分析51

图表：2021-2023年老年保健品利息保障倍数分析52

图表：2021-2023年老年保健品存货周转率分析52

图表：2021-2023年老年保健品存货周转天数分析53

图表：2021-2023年老年保健品存货周转率分析53

图表：2021-2023年老年保健品存货周转天数分析54

图表：2017-2023年老年保健品市场规模及增长55

图表：2023-2029年老年保健品产量规模及增长56

图表：2022年中国老年保健品出口地区61

图表：2022年中国老年保健品进口地区62

图表：2022年保健品出口额情况统计68

图表：2022年中国保健品出口产品结构68

图表：2022年保健品进口额情况统计68

图表：2022年中国保健品进口产品结构69

图表：老年人保健品**企业72

图表：2022年老年人保健品产品结构73

图表：2022年健康元药业集团按行业构成经营分析125

图表：2022年健康元药业集团按产品构成经营分析125

图表：2022年健康元药业集团按区域构成经营分析125

图表：2022-2023年健康元药业集团偿债能力分析126

图表：2022-2023年健康元药业集团资本结构分析126

图表：2022-2023年健康元药业集团经营效率分析126

图表：2022-2023年健康元药业集团盈利能力分析127

图表：2022-2023年健康元药业集团发展能力分析127

图表：2022-2023年健康元药业集团现金流分析127

图表：2022-2023年健康元药业集团利润分配分析128

图表：2022年上海交大昂立股份有限公司按行业构成经营分析131

图表：2022年上海交大昂立股份有限公司按产品构成经营分析131

: 2022年上海交大昂立股份有限公司按区域构成经营分析131图表：2022-2023年上海交大昂立股份有限公司偿债能力分析132图表：2022-2023年上海交大昂立股份有限公司资本结构分析132图表：2022-2023年上海交大昂立股份有限公司经营效率分析132图表：2022-2023年上海交大昂立股份有限公司获利能力分析133图表：2022-2023年上海交大昂立股份有限公司发展能力分析133图表：2022-2023年上海交大昂立股份有限公司现金流分析133图表：2022-2023年上海交大昂立股份有限公司利润分配分析134图表：2022年山东阿阿胶股份有限公司按行业构成经营分析137图表：2022年山东阿阿胶股份有限公司按产品构成经营分析137图表：2022年山东阿阿胶股份有限公司按区域构成经营分析138图表：2022-2023年山东阿阿胶股份有限公司偿债能力分析138图表：2022-2023年山东阿阿胶股份有限公司资本结构分析138图表：2022-2023年山东阿阿胶股份有限公司经营效率分析139图表：2022-2023年山东阿阿胶股份有限公司盈利能力分析139图表：2022-2023年山东阿阿胶股份有限公司发展能力分析139图表：2022-2023年山东阿阿胶股份有限公司现金流分析140图表：2022-2023年山东阿阿胶股份有限公司利润分配分析140图表：2022年哈药集团股份有限公司按行业构成经营分析143图表：2022年哈药集团股份有限公司按产品构成经营分析144图表：2022年哈药集团股份有限公司按区域构成经营分析144图表：2022-2023年哈药集团股份有限公司偿债能力分析144图表：2022-2023年哈药集团股份有限公司资本结构分析145图表：2022-2023年哈药集团股份有限公司经营效率分析145图表：2022-2023年哈药集团股份有限公司获利能力分析145图表：2022-2023年哈药集团股份有限公司发展能力分析146图表：2022-2023年哈药集团股份有限公司现金流分析146图表：2022-2023年哈药集团股份有限公司利润分配分析146图表：2022年汤臣倍健股份有限公司按行业构成经营分析149图表：2022年汤臣倍健股份有限公司按产品构成经营分析150图表：2022年汤臣倍健股份有限公司按区域构成经营分析150图表：2022-2023年汤臣倍健股份有限公司盈利能力分析150图表：2022-2023年汤臣倍健股份有限公司偿债能力分析150图表：2022-2023年汤臣倍健股份有限公司运营能力分析151图表：2022-2023年汤臣倍健股份有限公司周转率分析151图表：2022-2023年汤臣倍健股份有限公司利润分配分析151图表：2022年江中药业股份有限公司按行业构成经营分析154图表：2022年江中药业股份有限公司按产品构成经营分析154图表：2022年江中药业股份有限公司按区域构成经营分析154图表：2022-2023年江中药业股份有限公司偿债能力分析155图表：2022-2023年江中药业股份有限公司资本结构分析155图表：2022-2023年江中药业股份有限公司经营效率分析155图表：2022-2023年江中药业股份有限公司获利能力分析156图表：2022-2023年江中药业股份有限公司发展能力分析156图表：2022-2023年江中药业股份有限公司现金流分析156图表：2022-2023年江中药业股份有限公司利润分配分析157图表：2022-2023年瑞年国际有限公司财务指标分析164图表：2022-2023年瑞年国际有限公司资产负债分析165图表：2018-2023年瑞年国际有限公司现金流分析165图表：2018-2023年瑞年国际有限公司综合损益表166图表：2017-2023年老年保健品市场规模及增长173图表：2023-2029年老年保健品产量规模及增长175图表：我国人口结构及老龄化人口发展趋势预测177图表：我国老年市场容量预测178图表：2017-2023年中国GDP规模及增长200图表：2017-2023年我国第一产业增加值统计201图表：2017-2023年我国第二产业增加值统计201图表：2017-2023年我国第三产业增加值统计202图表：2021-2023年中国GDP季度增长202图表：2021-2023年中国规模以上工业增加值增速203图表：2023年一季度各省市GDP分析203图表：2016年-2023年CPI走势分析204图表：2017-2023年收入与物价扩散指数205图表：2021-2023年工业生产者出厂价格涨跌幅206图表：2021-2023年工业生产购进价格涨跌幅207图表：2022-2023年CPI和PPI走势分析207图表：2014-2023年消费品零售销售和城镇居民家庭人均可支配收入对比分析208图表：2022年中国各省市城镇居民家庭分析209图表：2022年原材料进价指数分析212图表：2022年消费价格指数分析212图表：2021-2023年中国固定资产投资（不含农户）增速215图表：2017-2023年固定投资分析215图表：2022年固定投资分析216图表：2022年国房景气指数216图表：2017-2023年中国贸易总额规模及增长219图表：2017-2023年中国贸易进出口情况对比220图表：2017-2023年中国进出口贸易差额规模及增长220图表：2017-2023年一般贸易和加工贸易变化情况分析221图表：2017-2023年我国一般贸易进出口的月度变化221图表：2022年加工贸易和外商投资企业进口设备的月度增长变化222图表：2022年我国实际使用外资及用于加工贸易的外资月度变化222图表：2022年中国出口国别结构223图表：2021年中国出口国别结构223图表：2021-2023年中国进口国别结构224图表：2022年中国与主要贸易伙伴的贸易差额224图表：2019-2023年劳动密集型产品出口225图表：2021-2023年不同地区的出口贸易份额的变化225图表：2021-2023年不同地区的进口贸易份额的变化226图表：2021-2023年中国服务贸易进出口情况226图表：确定公司战略目标的步骤256图表：制定公司战略规划的步骤256