

# 中国中医保健品市场需求预测及投资竞争力调研报告2023-2030年

产品名称	中国中医保健品市场需求预测及投资竞争力调研报告2023-2030年
公司名称	鸿晟信合研究网
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区日坛北路19号楼9层(08)(朝外孵化器0530)
联系电话	18513627985 18513627985

## 产品详情

中国中医保健品市场需求预测及投资竞争力调研报告2023-2030年

【全新修订】：2023年11月

【出版机构】：中赢信合研究网

【内容部分有删减·详细可参中赢信合研究网出版完整信息！】

【报告价格】：[纸质版]:6500元 [电子版]:6800元 [纸质+电子]:7000元 (可以优惠)

【服务形式】：文本+电子版+光盘

【联系人】：何晶晶 顾佳

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

章 中医保健品行业相关概述 10

节 中医保健品行业相关概述 10

一、中医保健品定义 10

二、中医保健品种类 10

三、中医保健品开发现状 10

第二节 中医保健品行业经营模式分析 10

一、采购模式 10

二、销售模式 12

第二章 2023年中医保健品行业发展环境分析 15

第一节 2023年中国经济发展环境分析 15

一、中国GDP增长情况分析 15

二、工业经济发展形势分析 16

三、社会固定资产投资分析 18

四、全社会消费品零售总额 19

五、城乡居民收入增长分析 21

六、居民消费价格变化分析 22

第二节 中国中医保健品行业政策环境分析 23

一、中医保健食品行业监管体制 23

二、中医保健食品行业政策法规 24

三、中医保健食品业进出口政策 25

四、中医保健食品“十四五”规划 26

第三节 中国保健食品行业技术环境分析 26

第三章 2021-2023年中国保健食品行业经济运行分析 28

第一节 2021-2023年中国保健食品行业发展概述 28

一、2021年中国保健食品行业主要经济指标 28

二、2022年中国保健食品行业主要经济指标 29

### 三、2023年中国保健食品行业主要经济指标 30

## 第二节 2021-2023年中国保健食品行业规模分析 31

### 一、保健食品行业企业规模分析 31

### 二、保健食品行业资产增长分析 32

### 三、保健食品行业销售收入分析 32

### 四、保健食品行业利润总额分析 32

## 第三节 2021-2023年中国保健食品行业经营效益分析 33

### 一、偿债能力分析 33

### 二、盈利能力分析 33

### 三、运营能力分析 34

## 第四节 2021-2023年中国保健食品行业成本费用分析 34

### 一、销售成本统计 34

### 二、主要费用统计 35

## 第四章 中国中医保健品市场现状分析 36

### 节 中国保健品市场分析 36

#### 一、中国保健品市场现状 36

#### 二、中国保健品市场规模 37

#### 三、中国保健品产品结构 37

#### 四、中国保健品重点品牌 38

## 第二节 中国中医保健品市场规模分析 38

### 一、中医保健品市场规模分析 38

### 二、中医保健品重点品牌分析 39

### 三、中医保健品市场规模预测（2023-2030年） 39

## 第三节 中国中医保健品细分市场分析 40

### 一、补钙型保健品 40

二、补肾型保健品 44

三、改善睡眠保健品 48

四、儿童膳食补充剂 49

五、滋补养颜保健品 50

第四节 中国中医保健品重点产品分析 50

一、冬虫夏草类产品 50

二、月见草油类产品 51

三、人参类产品 51

四、银杏叶类产品 52

五、保健茶类产品 53

六、固元膏产品 54

第五章 中国中医保健品市场消费群体分析 55

第一节 老年消费群体分析 55

一、老年中医保健品消费人群 55

二、老年中医保健品消费特征 55

三、老年中医保健品产品结构 57

四、老年中医保健品消费潜力 59

第二节 女性中医保健品市场机会分析 60

一、女性中医保健品消费人群 60

二、女性中医保健品消费特征 61

三、女性中医保健品产品结构 61

四、女性中医保健品消费潜力 61

第三节 男性中医保健品市场机会分析 62

一、男性中医保健品消费人群 62

二、男性中医保健品消费特征 63

### 三、男性中医保健品消费潜力 63

## 第四节 亚健康中医保健品市场机会分析 64

### 一、亚健康中医保健品消费人群 64

### 二、亚健康中医保健品消费特征 64

### 三、亚健康中医保健品消费潜力 65

## 第六章 中国中医保健品市场渠道分析 66

### 第一节 商超渠道分析 66

### 第二节 药店渠道分析 66

### 第三节 电商渠道分析 68

### 第四节 团购渠道分析 68

### 第五节 直销渠道分析 69

## 第七章 中国中医保健品行业产业链分析 70

### 第一节 中医保健品行业产业链概述 70

### 第二节 中医保健品上游产业发展状况分析 70

#### 一、中药材产品种类分析 70

#### 二、中药材播种面积分析 71

#### 三、中药材销量情况分析 72

#### 四、中药材价格情况分析 74

### 第三节 中医保健品下游应用需求市场分析 74

#### 一、人口规模结构分析 74

#### 二、居民保健意识提升 76

#### 三、居民医疗保健支出 76

#### 四、疾病护理及亚健康保健 77

## 第八章 中国中医保健品进出口数据分析 78

### 第一节 2021-2023年中医保健品进出口情况分析 78

#### 一、2021-2023年中医保健品进口规模分析 78

#### 二、2021-2023年中医保健品出口规模分析 78

#### 三、2023年中医保健品进口企业名单 78

#### 四、2023年中医保健品出口企业名单 81

### 第二节 影响中国中医保健品出口的因素分析 84

#### 一、政策及标准差异 84

#### 二、技术水平的差异 85

#### 三、中西文化的差异 85

#### 四、国际信誉的影响 86

### 第三节 中国中医保健品出口对策及建议 86

## 第九章 国内中医保健品生产厂商竞争力分析 88

### 第一节 山东东阿阿胶股份有限公司 88

#### 一、企业发展基本情况 88

#### 二、企业主要产品分析 88

#### 三、公司经营情况分析 89

#### 四、企业经济指标分析 90

#### 五、企业销售网络布局 91

#### 六、企业竞争优势分析 92

### 第二节 健康元药业集团股份有限公司 93

#### 一、企业发展基本情况 93

#### 二、企业主要产品分析 93

#### 三、公司经营情况分析 94

#### 四、企业经济指标分析 96

五、企业竞争优势分析 96

六、企业发展战略分析 97

第三节 上海交大昂立股份有限公司 98

一、企业发展基本情况 98

二、企业主要产品分析 98

三、公司经营情况分析 99

四、企业经济指标分析 100

五、企业竞争优势分析 101

六、企业发展战略分析 101

第四节 汤臣倍健股份有限公司 102

一、企业发展基本情况 102

二、企业主要产品分析 102

三、公司经营情况分析 103

四、企业经济指标分析 104

五、企业销售网络布局 105

六、企业发展战略分析 105

第五节 北京同仁堂股份有限公司 106

一、企业发展基本情况 106

二、企业主要产品分析 106

三、公司经营情况分析 107

四、企业经济指标分析 108

五、企业销售网络布局 108

六、企业发展战略分析 109

第六节 广州白云山医药集团股份有限公司 109

一、企业发展基本情况 109

二、企业主要产品分析 110

三、公司经营情况分析 110

四、企业经济指标分析 111

五、企业销售网络布局 112

六、企业发展战略分析 112

第七节 佛山市顺德康富来保健品有限公司 113

一、企业发展基本情况 113

二、企业主要产品分析 113

三、企业竞争优势分析 114

四、企业发展战略分析 114

第十章 2023-2030年中国中医保健品行业发展趋势与前景分析 115

节 2023-2030年中国中医保健品行业投资前景分析 115

一、保健品行业发展前景分析 115

二、中医保健品市场趋势分析 115

三、中医保健品市场前景分析 119

第二节 2023-2030年中国中医保健品行业投资风险分析 119

一、政策监管风险分析 119

二、市场竞争风险分析 120

三、原料市场风险分析 120

四、食品安全风险分析 121

第三节 2023-2030年中医保健品行业投资策略及建议 121

第十一章 中医保健品企业投资战略与客户策略分析 123

节 中医保健品企业发展战略规划背景意义 123

一、企业转型升级的需要 123

二、企业强做大做的需要 123



### 三、企业可持续发展需要 123

## 第二节 中医保健品企业战略规划制定依据 123

### 一、国家产业政策 124

### 二、行业发展规律 124

### 三、企业资源与能力 124

### 四、可预期的战略定位 124

## 第三节 中医保健品企业战略规划策略分析 124

### 一、战略综合规划 124

### 二、技术开发战略 125

### 三、区域战略规划 125

### 四、产业战略规划 126

### 五、营销品牌战略 126

### 六、竞争战略规划 127

## 第四节 中医保健品企业重点客户战略实施 129

### 一、实施重点客户战略的必要性 129

### 二、企业重点客户的鉴别与确定 131

### 三、企业重点客户的开发与培育 132

### 四、重点客户市场营销策略 136

## 图表目录

图表 1 中医药企业直接向厂商采购原材料流程图示 11

图表 2 中医药企业国外采购原材料流程图示 12

图表 3 中医保健品主要销售模式图示 13

图表 4 2018-2023年中国国内生产总值及增长变化趋势图 16

图表 5 2022-2023年国内生产总值构成及增长速度统计 16

图表 6 2022-2023年规模以上工业增加值及增长速度趋势图 17

图表 7 2018-2023年中国全社会固定资产投资增长趋势图 19

图表 8 2018-2023年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 20

图表 9 2023年中国主要消费品零售额及增长速度统计 20

图表 10 2018-2023年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 21

图表 11 2017-2023年中国农村居民人均纯收入及增长趋势图 22

图表 12 2022-2023年中国居民消费价格月度变化趋势图 23

图表 13 保健食品行业主管部门及相关职责 23

图表 14 1996-2023年中国保健食品行业主要政策法规 24

图表 15 2022年中国保健食品制造业经济指标统计 28

图表 16 2023年中国保健食品制造业经济指标统计 29

图表 17 2023年中国保健食品制造业经济指标统计 30

图表 18 2022-2023年中国保健食品制造业企业数量统计 31

图表 19 2021-2023年中国保健食品制造业资产总额统计 32

图表 20 2021-2023年中国保健食品制造业销售收入统计 32

图表 21 2021-2023年中国保健食品制造业利润总额统计 32

图表 22 2021-2023年中国保健食品制造业资产负债率情况 33

图表 23 2021-2023年中国保健食品制造业毛利率情况 33

图表 24 2021-2023年中国保健食品制造业成本费用利润率情况 33

图表 25 2021-2023年中国保健食品制造业资产利润率情况 34

图表 26 2022-2023年中国保健食品制造业运营能力情况 34

图表 27 2021-2023年中国保健食品制造业销售成本统计 34

图表 28 2021-2023年中国保健食品制造业费用统计 35

图表 29 2017-2023年中国保健品零售规模趋势图 37

图表 30 2023年中国保健品产品结构图 37

图表 31 2023年营养保健品品牌份额情况 38

图表 32 2017-2023年中国中医保健品零售规模趋势图 38

图表 33 中国中医保健品品牌 39

图表 34 2023-2030年中医保健品零售规模预测图 39

图表 35 中国补钙型营养保健品品牌渗透率情况统计 40

图表 36 中国补钙型营养保健品品牌购买比例统计 41

图表 37 中国补钙型营养保健食品前10品牌人口性别构成及其渗透率 41

图表 38 中国补钙型营养保健食品前10品牌人口年龄构成及其渗透率 42

图表 39 中国补钙型营养保健食品前10品牌人口婚姻状况构成及其渗透率 43

图表 40 中国补钙型营养保健食品前10品牌家庭人口数构成及其渗透率 43

图表 41 中国补肾型营养保健品品牌渗透率情况统计 44

图表 42 中国补肾型营养保健品品牌购买比例统计 45

图表 43 中国补肾型营养保健食品前10品牌人口性别构成及其渗透率 45

图表 44 中国补肾型营养保健食品前10品牌人口年龄构成及其渗透率 46

图表 45 中国补肾型营养保健食品前10品牌人口婚姻状况构成及其渗透率 47

图表 46 中国补肾型营养保健食品前10品牌家庭人口数构成及其渗透率 48

图表 47 2017-2023年中医改善睡眠产品零售规模统计 49

图表 48 2017-2023年中医儿科膳食补充剂零售规模统计 49

图表 49 2017-2023年中医滋补养颜保健品零售规模统计 50

图表 50 2017-2023年人参类保健品零售规模统计 52

图表 51 2017-2023年银杏叶类保健品零售规模统计 53

图表 52 2017-2023年中国老年人口数量变化趋势图 55

图表 53 1990-2050年中国人口老龄化发展趋势图 55

图表 54 老年人服用健康保健品的频率 56

图表 55 老年人消费健康保健品的来源 56

图表 56 老年人选择服用健康保健品的主要原因 57

图表 57 2016-2023年中国女性人口数及比重 60

图表 58 中国各年龄段女性人口占比 60

图表 59 2016-2023年中国男性人口数及比重 62

图表 60 中国各年龄段性人口占比 62

图表 61 保健品药店渠道占比 67

图表 62 中医保健品产业链图示 70

图表 63 中国中药材播种面积统计 72

图表 64 中国中药材重点品种销售情况 72

图表 65 2017-2023年中国人口总量增长趋势图 75

图表 66 2023年中国人口数量及其构成情况统计 75

图表 67 中国城镇和农村居民家庭平均每人全年医疗保健消费支出统计 76

图表 68 2021-2023年中国中药类保健品进口规模统计 78

图表 69 2021-2023年中国中药类保健品出口规模统计 78

图表 70 2023年中国医药保健品进口企业100强 78

图表 71 2023年中国医药保健品出口企业100强 81

图表 72 山东东阿阿胶股份有限公司主要产品情况 88

图表 73 2023年山东东阿阿胶股份有限公司分行业、分产品情况表 89

图表 74 2023年山东东阿阿胶股份有限公司业务结构情况 90

图表 75 2023年山东东阿阿胶股份有限公司分地区情况表 90

图表 76 2021-2023年山东东阿阿胶股份有限公司收入与利润统计 91

图表 77 2021-2023年山东东阿阿胶股份有限公司资产与负债统计 91

图表 78 健康元药业集团股份有限公司保健产品情况 94

图表 79 2023年健康元药业集团股份有限公司分行业、分产品情况表 95

图表 80 2023年健康元药业集团股份有限公司业务结构情况 95

图表 81 2023年健康元药业集团股份有限公司分地区情况表 95

图表 82 2021-2023年健康元药业集团股份有限公司收入与利润统计 96

图表 83 2021-2023年健康元药业集团股份有限公司资产与负债统计 96

图表 84 上海交大昂立股份有限公司保健产品情况 98

- 图表 85 2023年上海交大昂立股份有限公司分行业、分产品情况表 99
- 图表 86 2023年上海交大昂立股份有限公司业务结构情况 100
- 图表 87 2023年上海交大昂立股份有限公司分地区情况表 100
- 图表 88 2021-2023年上海交大昂立股份有限公司收入与利润统计 100
- 图表 89 2021-2023年上海交大昂立股份有限公司资产与负债统计 101
- 图表 90 汤臣倍健股份有限公司主要产品情况 102
- 图表 91 2023年汤臣倍健股份有限公司分行业、分产品情况表 103
- 图表 92 2023年汤臣倍健股份有限公司业务结构情况 104
- 图表 93 2021-2023年汤臣倍健股份有限公司收入与利润统计 104
- 图表 94 2021-2023年汤臣倍健股份有限公司资产与负债统计 104
- 图表 95 2023年汤臣倍健股份有限公司分地区销售情况情况表 105
- 图表 96 北京同仁堂股份有限公司10大保健产品 106
- 图表 97 2023年北京同仁堂股份有限公司分行业情况表 107
- 图表 98 2021-2023年北京同仁堂股份有限公司收入与利润统计 108
- 图表 99 2021-2023年北京同仁堂股份有限公司资产与负债统计 108
- 图表 100 2023年北京同仁堂股份有限公司分地区情况表 108
- 图表 101 广州白云山医药集团股份有限公司保健产品 110
- 图表 102 2023年广州白云山医药集团股份有限公司分行业、分产品情况表 110
- 图表 103 2023年广州白云山医药集团股份有限公司业务结构情况 111
- 图表 104 2021-2023年广州白云山医药集团股份有限公司收入与利润统计 111
- 图表 105 2021-2023年广州白云山医药集团股份有限公司资产与负债统计 111
- 图表 106 2023年广州白云山医药集团股份有限公司分地区情况表 112
- 图表 107 佛山市顺德康富来药业有限公司基本情况 113
- 图表 108 重点客户管理与企业战略规划 129