

2022-2028年中国营养品行业竞争格局分析及投资 发展研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2022-2028年中国营养品行业竞争格局分析及投资发展研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/202109/974752.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

营养品是指可以补充人体欠缺及损失的营养成分的物品，类型分为基本型、健康型、选择性，如大豆异黄酮、海豹油、蜂王浆。

基本营养有维生素、矿物质、纤维、乳酸菌、蛋白质、卵磷脂、EPA、DHA、胶原蛋白、软骨素等。这些成分是人体的构成要素，是保持身体健康所“不可或缺的营养素”。

智研咨询发布的《2022-2028年中国营养品行业竞争格局分析及投资发展研究报告》共十章。首先介绍了营养品行业市场发展环境、营养品整体运行态势等，接着分析了营养品行业市场运行的现状，然后介绍了营养品市场竞争格局。随后，报告对营养品做了重点企业经营状况分析，最后分析了营养品行业发展趋势与投资预测。您若想对营养品产业有个系统的了解或者想投资营养品行业，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：

第一章国内营养品行业品牌发展环境分析

第一节产品/行业特征

第二节经济环境特征

第三节政策环境分析

一、国家宏观调控政策分析

二、营养品行业相关政策分析

（一）行业主管部门和管理体制

（二）营养食品行业政策法规

（三）营养食品行业相关规划

第四节营养品行业竞争分析

一、国内外品牌竞争格局

二、行业进入壁垒分析

三、可替代品威胁分析

四、贴牌加工产品市场威胁分析

第五节营养品行业技术环境分析

第二章国内营养品行业品牌产品市场规模分析

第一节2017-2021年营养品市场规模分析

一、企业数量增长

二、资产规模增长

三、销售规模增长

四、利润规模增长

第二节2021年中国营养品区域结构分析

第三节营养品区域市场规模分析

一、东北地区市场规模分析

二、华北地区市场规模分析

三、华东地区市场规模分析

四、华中地区市场规模分析

五、华南地区市场规模分析

六、西部地区市场规模分析

第三章国内营养品行业品牌需求与消费者偏好调查

第一节中国维生素和膳食补充剂零售规模

一、中国维生素零售规模

二、中国膳食补充剂零售规模

第二节2021年部分营养品产品价格情况

第三节营养品产品目标客户群体调查

一、受访者性别分布

二、受访者年龄占比

三、受访者家庭收入情况

四、受访者职业状况分析

第四节营养品产品的品牌市场调查

一、营养品品牌渗透率

（一）综合营养补品

（二）多种维生素营养补品

二、营养品品牌最经常服用比例

（一）综合营养补品

（二）多种维生素营养补品

第五节营养品使用者生活态度调查

一、品牌观

二、广告观

三、购物投资观

四、饮食生活观

五、个性时尚观

六、工作成就观

七、科技环保观

第四章国内营养品行业品牌产品市场供需渠道分析

第一节销售渠道特征分析

一、供需渠道定义

二、供需渠道特征

三、供需渠道结构

第二节销售渠道对营养品行业品牌发展的重要性

第三节营养品行业销售渠道的重要环节分析

一、批发商

二、零售商

三、代理商

第四节营养品行业重点品牌渠道特征分析

第五节销售渠道发展趋势分析

一、渠道运作趋势发展

二、渠道支持趋势发展

三、渠道格局趋势发展

四、渠道结构扁平化趋势发展

第六节销售渠道策略分析

一、直接渠道或间接渠道的营销策略

二、长渠道或短渠道的营销策略

三、宽渠道或窄渠道的营销策略

四、单一销售渠道和多销售渠道策略

五、传统销售渠道和垂直销售渠道策略

第五章国内营养品所属行业进出口市场情况分析

第一节2017-2021年国内营养品所属行业进出口分析

一、2017-2021年国内营养品所属行业进口分析

二、2017-2021年国内营养品所属行业出口分析

第二节2022-2028年国内营养品所属行业进出口市场预测分析

一、2022-2028年国内营养品所属行业进口预测

第六章国内营养品行业优势品牌企业分析

第一节国内营养品行业主要企业市场表现

一、产品销售量对比

二、产品市场占有率对比

第二节雅培(广州)营养品有限公司

一、企业基本情况介绍

二、企业经营状况分析

三、企业营销渠道建设

四、企业发展战略分析

第三节康宝莱（中国）保健品有限公司

一、企业基本情况介绍

二、企业经营状况分析

三、企业营销渠道建设

四、企业发展战略分析

第四节广东汤臣倍健生物科技股份有限公司

一、企业基本情况介绍

二、企业经营状况分析

三、企业营销渠道建设

四、企业发展战略分析

第五节上海雀巢有限公司

一、企业基本情况介绍

二、企业经营状况分析

三、企业营销渠道建设

四、企业发展战略分析

第六节西安力邦制药有限公司

一、企业基本情况介绍

二、企业经营状况分析

三、企业营销渠道建设

四、企业发展战略分析

第七章国内营养品行业品牌竞争格局分析

第一节营养品行业历史竞争格局概况

第二节营养品行业企业集中度分析

第三节2022-2028年国内营养品行业品牌竞争格局展望

第八章2022-2028年国内营养品行业品牌发展预测

第一节2022-2028年营养品行业品牌市场财务数据预测

第二节2022-2028年营养品行业需求预测

第三节2022-2028年营养品行业投资机会

第四节影响营养品行业发展的主要因素

第五节营养品行业投资风险及控制策略分析

第九章2022-2028年国内营养品行业品牌投资价值与投资策略分析

第一节行业SWOT模型分析

第二节 营养品行业发展的PEST分析

- 一、现有企业间竞争
- 二、新进入者的威胁
- 三、替代品威胁分析
- 四、上游供应商议价能力
- 五、下游客户的议价能力

第三节 营养品行业投资价值分析

- 一、2022-2028年营养品市场趋势总结
- 二、2022-2028年营养品市场发展空间
- 三、2022-2028年营养品产业政策趋向
- 四、2022-2028年营养品技术革新趋势
- 五、2022-2028年营养品价格走势分析

第四节 营养品行业投资策略分析

- 一、重点投资品种分析
 - (一) 蜂类营养品
 - (二) 氨基酸营养品
 - (三) 孕妇营养品
- 二、重点投资地区分析
- 三、项目投资建议

第十章 国内营养品行业总结及企业经营战略建议

第一节 营养品行业问题总结

- 一、食品安全问题
- 二、行业监管问题
- 三、市场营销问题

第二节 2022-2028年营养品行业企业的标杆管理

第三节 2022-2028年营养品行业企业的资本运作模式

- 一、营养品行业企业的兼并及收购建议
- 二、营养品行业企业的融资方式选择建议

第四节 2022-2028年营养品市场营销实施建议

第五节 营养品市场的重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题 (ZYZS)

图表目录：

图表1 营养食品产品分类情况

图表2 2017-2021年中国营养品制造行业企业数量增长情况统计

图表3 2017-2021年中国营养品制造行业资产总额增长情况统计

图表4 2017-2021年中国营养品制造行业销售收入增长情况统计

图表5 2017-2021年中国营养品制造行业利润总额增长情况统计

图表6 2021年中国营养品制造行业销售收入区域结构分布

图表7 2017-2021年中国维生素零售额增长趋势图

图表8 2017-2021年中国维生素细分产品零售额统计

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202109/974752.html>