2026-2031年全球及中国营养保健食品行业发展前景与投资战略规划分析报告

目 录

CONTENTS

——综述篇——
第1章：营养保健食品行业综述及数据来源说明
1.1 营养保健食品行业界定
1.1.1 营养保健食品的界定
1.1.2 营养保健食品的分类
1.1.3 营养保健食品所处行业
1.1.4 营养保健食品行业监管情况
1、营养保健食品行业监管体系
2、营养保健食品行业主管部门
3、营养保健食品行业自律组织
1.1.5 营养保健食品行业标准
1、营养保健食品行业标准体系
2、营养保健食品行业现行标准汇总
1.2 营养保健食品产业画像
1.2.1 营养保健食品产业链结构梳理
1.2.2 营养保健食品产业链生态全景图谱
1.2.3 营养保健食品产业链区域热力图
1.3 本报告数据来源及统计标准说明
1.3.1 本报告研究范围界定
1.3.2 本报告权威数据来源
1.3.3 研究方法及统计标准
——现状篇——
第2章：全球营养保健食品行业发展现状及区域格局
2.1 全球营养保健食品行业发展历程
2.2 全球营养保健食品行业发展现状
2.2.1 全球营养保健食品市场发展概况
1、全球主要国家营养保健食品概念辨析
2、全球营养保健食品行业供给现状分析
2.2.2 全球中药保健品发展情况
1、中药保健品概述
2、中国中药保健品出口情况
（1）中国中药出口贸易规模
（2）中国中药出口产品结构
（3）中国中药保健品出口规模
3、中国中药保健品海外发展挑战
2.2.3 全球营养保健食品细分市场概况
1、全球益生菌膳食补充剂市场概况
2、全球维生素膳食补充剂市场概况
（1）全球维生素膳食补充剂行业发展历程
（2）全球维生素膳食补充剂市场规模
（3）全球维生素膳食补充剂市场竞争格局
3、全球功能饮料行业发展现状分析
（1）全球功能饮料行业供给状况分析
（2）全球功能饮料行业需求状况分析
2.2.4 全球营养保健食品消费需求分析
2.3 全球营养保健食品市场规模体量
2.4 全球营养保健食品市场竞争格局
2.4.1 全球营养保健食品市场竞争格局
2.4.2 全球营养保健食品市场集中度

2.4.3 全球营养保健食品并购交易态势
2.5 全球营养保健食品区域发展格局
2.5.1 全球营养保健食品区域发展格局
2.5.2 全球营养保健食品国际贸易关系
2.6 国外营养保健食品发展经验借鉴
2.6.1 重点区域市场：美国
1、美国营养保健食品市场规模
2、市场竞争格局
3、市场发展趋势及前景预测
2.6.2 重点区域市场：欧洲
1、欧洲营养保健食品市场结构
2、市场规模
2、市场竞争格局
3、市场发展趋势及前景预测
2.6.3 重点区域市场：日本
1、日本营养保健食品市场结构
2、日本市场发展经验借鉴
2.6.4 重点区域市场：韩国
1、韩国营养保健食品产值规模
2、韩国营养保健食品产品结构
2.7 全球营养保健食品市场前景预测
2.8 全球营养保健食品发展趋势洞悉
第3章：中国营养保健食品行业发展现状及竞争态势
3.1 中国营养保健食品行业发展历程
3.2 中国营养保健食品市场主体分析
3.2.1 营养保健食品市场参与者类型
3.2.2 营养保健食品企业的入场方式
3.3 中国营养保健食品生产模式
3.4 中国营养保健食品市场供给/生产
3.4.1 营养保健食品企业数量统计
3.4.2 营养保健食品备案情况
3.4.3 营养保健食品细分产品概况
1、不同剂型产品备案情况
（1）国产保健食品不同剂型备案情况
（2）进口保健食品不同剂型备案情况
2、不同功效成分产品备案情况
（1）国产保健食品不同功效成分备案情况
（2）进口保健食品不同功效成分备案情况
3.5 中国营养保健食品对外贸易状况
3.5.1 营养保健食品适用海关HS编码
3.5.2 营养保健食品进出口贸易概况
3.5.3 营养保健食品进口贸易概况
1、营养保健食品进口贸易规模
2、营养保健食品进口产品结构
3.5.4 营养保健食品出口贸易概况
1、营养保健食品出口贸易规模
2、营养保健食品出口产品结构
3.6 中国营养保健食品市场需求/销售
3.6.1 营养保健食品销售基本要求
1、资质要求
2、过程管理要求
3、广告和宣传要求
4、标签和说明书
3.6.2 营养保健食品网络销售要求
1、对网络交易经营者的要求
2、对入网食品生产经营者的要求
3.6.3 营养保健食品市场需求特征
3.6.4 营养保健食品市场价格水平
3.7 中国营养保健食品行业盈利情况

3.8 中国营养保健食品市场规模体量
3.9 中国营养保健食品市场竞争态势
3.9.1 营养保健食品市场竞争格局
3.9.2 营养保健食品波特五力模型
3.9.3 营养保健食品市场集中度
3.9.4 营养保健食品外企在华布局
3.9.5 营养保健食品中企全球布局
3.10 中国营养保健食品行业投融资趋势
3.10.1 营养保健食品主要资金来源
3.10.2 营养保健食品行业兼并重组
1、兼并重组汇总
2、兼并重组动因
3、兼并重组案例
4、兼并重组趋势
3.10.3 营养保健食品行业融资动态
1、融资事件统计
2、融资数量情况
3、融资规模情况
4、融资轮次情况
3.11 中国营养保健食品行业发展痛点问题
3.11.1 违规标识虚假宣传
3.11.2 产品种类鱼目混珠，质量无法保证
3.11.3 市场格局分散，缺乏高知名度的国内品牌
第4章：营养保健食品技术及原料设备配套市场分析
4.1 营养保健食品行业竞争壁垒
4.1.1 营养保健食品进入壁垒
1、生产环节壁垒
2、渠道流通壁垒
3、品牌壁垒
4、技术壁垒
4.1.2 营养保健食品行业潜在进入者威胁
4.2 营养保健食品行业技术进展
4.2.1 中国营养保健食品行业关键技术分析
1、中国营养保健食品行业技术特点
2、中国营养保健食品行业关键技术分析
（1）快速溶剂萃取技术（ASE）
（2）中药炮制技术
4.2.2 营养保健食品专利申请分析
1、专利申请情况
2、专利公开情况
3、专利申请人排名
4、中国营养保健食品行业热门技术
4.2.3 营养保健食品生产工艺设计
4.2.4 营养保健食品生产工艺流程
1、维生素膳食补充剂产品生产工艺流程
2、益生菌膳食补充剂生产工艺流程
4.2.5 营养保健食品研发创新动态
1、研发投入
2、研发投入占比
4.2.6 营养保健食品技术研发方向/未来研究重点
1、个性化营养
2、微囊技术
4.3 营养保健食品产品设计开发
4.3.1 营养保健食品基本成分组成
4.3.2 营养保健食品产品设计开发
4.4 营养保健食品成本结构分析
4.4.1 营养保健食品成本结构分析
4.4.2 营养保健食品价格传导机制分析
4.5 营养保健食品的原材料供应

4.5.1 营养保健食品原材料采购模式
4.5.2 中药材原料市场分析
1、中药资源分布情况
2、中药材发展规划
3、中药材产量
4、中药材价格波动
4.5.3 原料药市场分析
1、原料药市场概述
2、原料药市场供给水平分析
3、原料药市场需求水平分析
4、原料药发展趋势
4.5.4 菌类原料市场分析
1、菌类原料概述
2、益生菌菌种/菌株名单
（1）《可用于保健食品的益生菌菌种名单》
（2）《可用于保健食品的真菌菌种名单》
（3）《可用于食品的菌种名单》
（4）《可用于婴幼儿食品的菌种名单》
3、益生菌原料的基本要求
4、中国益生菌菌种研发及国产化现状
5、益生菌价格波动
（1）益生菌粉
（2）添加剂
6、益生菌粉市场概况
4.5.5 生物活性物质类原料市场分析
1、维生素原料市场分析
（1）供给情况
（2）需求情况
（3）维生素市场竞争格局
（4）维生素A价格分析
（5）维生素B族价格分析
（6）维生素C产品价格分析
（7）维生素E产品价格分析
2、蛋白质氨基酸类原料市场分析
3、矿物质原料市场分析
4、低聚糖原料市场分析
4.6 营养保健食品的辅料供应
4.6.1 营养保健食品辅料市场概况
4.6.2 食品添加剂
1、我国食品添加剂的发展
2、食品添加剂市场供给情况
4.6.3 药用辅料
1、我国药用辅料市场的发展
2、我国药用辅料的市场规模
4.7 营养保健食品的质检及设备
4.7.1 营养保健食品质量检验检测
1、检测标准
2、检测项目
4.7.2 营养保健食品第三方检测机构
4.7.3 营养保健食品生产加工设备
1、压片机
2、胶囊填充机
4.8 营养保健食品包装/标识市场
4.8.1 营养保健食品包装/标识要求
4.8.2 营养保健食品包装/标识市场概况
4.9 营养保健食品供应链面临的挑战
第5章：中国营养保健食品细分产品市场发展分析
5.1 营养保健食品行业细分市场发展概况
5.1.1 营养保健食品细分产品分布

5.1.2 营养保健食品细分功效分布
5.2 营养保健食品细分市场：膳食补充剂
5.2.1 膳食补充剂定义
5.2.2 膳食补充剂市场现状
5.2.3 膳食补充剂竞争格局
5.2.4 膳食补充剂发展趋势
5.3 营养保健食品细分市场：运动营养食品
5.3.1 运动营养食品定义
5.3.2 运动营养食品市场现状
5.3.3 运动营养食品竞争格局
5.3.4 运动营养食品发展趋势
5.4 营养保健食品细分市场：中药保健品
5.4.1 中药保健品定义
5.4.2 中药保健品市场现状
1、中国中药保健品市场现状
（1）全国企业数量
（2）区域企业数量
（3）市场规模
（4）发展困境
2、山西中药保健品市场现状
（1）发展现状
（2）企业数量
（3）发展困境
（4）解决措施
5.4.3 中药保健品竞争格局
1、中国中药保健品竞争格局
2、山西省中药保健品竞争格局
（1）企业竞争格局
（2）产品竞争格局
5.4.4 中药保健品发展趋势
5.5 营养保健食品细分市场战略地位分析
第6章：中国营养保健食品消费场景及用户触达
6.1 营养保健食品行业人群需求分布
6.2 营养保健食品行业市场营销策略
6.3 营养保健食品行业销售模式分析
6.4 营养保健食品行业销售渠道分布
6.5 营养保健食品行业直销模式发展
6.5.1 直销业政策与监管
6.5.2 直销牌照批准与审核
6.5.3 单层直销与多层直销解析
6.5.4 直销运作区域性发展
1、营养保健食品直销重点区域
2、影响营养保健食品直销全国性发展的因素
6.5.5 直销模式适应性分析
6.5.6 直销模式优劣势分析
6.5.7 典型直销企业经验借鉴——安利
1、安利直销模式模型建立
2、安利销售渠道模式评价
6.6 营养保健食品行业会议营销模式
6.6.1 会议营销操作程序
6.6.2 会议营销目标群体
6.6.3 会议营销主要企业
6.6.4 会议营销优劣势分析
6.6.5 会议营销转型与调整
6.7 营养保健食品行业线上销售发展
6.7 营养保健食品行业电子商务模式
1、营养保健食品线上电商销售市场概述
2、营养保健食品电子商务销售市场现状
3、营养保健食品电子商务销售市场竞争格局

6.7.2 直播电商渠道发展现状
6.7.3 社交电商渠道发展现状
6.8 营养保健食品行业线下渠道发展
6.8.1 线下渠道概述
6.8.2 药店分销模式
1、零售药店数量
（1）零售药店数量
（2）零售药店销售规模
2、零售药店营养保健食品销售情况
（1）零售药店营养保健食品产品类型
（2）零售药店营养保健食品品牌结构
6.8.3 商超渠道分销模式
1、商超渠道分销概述
2、商超渠道营养保健食品分销现状
6.9 营养保健食品营销模式升级
6.9.1 营养保健食品服务营销
6.9.2 营养保健食品O2O营销模式
1、营养保健食品O2O实施思路
（1）营养保健食品O2O模式主流思路
（2）营养保健食品O2O模式实施关键
2、营养保健食品O2O模式典型案例
6.10 营养保健食品行业消费行为特征总结
6.11 营养保健食品细分消费市场战略地位分析
第7章：全球及中国营养保健食品企业案例解析
7.1 全球及中国营养保健食品企业梳理与对比
7.2 全球营养保健食品企业案例分析
7.2.1 康宝莱国际公司（Herbalife，HLF）
1、企业发展历程及基本信息
2、企业运营状况
3、企业营养保健食品业务布局状况
4、企业营养保健食品业务销售网络布局
5、企业营养保健食品业务市场地位及在华布局
7.2.2 强生公司（Johnson & Johnson Inc）
1、企业发展历程及基本信息
2、企业运营状况
3、企业营养保健食品业务布局状况
4、企业营养保健食品业务销售网络布局
5、企业营养保健食品业务市场地位及在华布局
7.3 中国营养保健食品企业案例分析
7.3.1 汤臣倍健股份有限公司
1、企业基本信息
2、企业经营情况
3、企业保健品产品结构分析
4、企业研发投入
5、营养保健食品相关渠道布局
6、企业业务布局战略&优劣势
7.3.2 厦门金达威集团股份有限公司
1、企业发展历程及基本信息
（1）企业发展历程
（2）企业基本信息
（3）股权结构
2、企业业务架构及经营情况
（1）企业整体业务架构
（2）企业整体业务经营情况
3、企业营养保健食品业务布局及发展状况
（2）企业营养保健食品业务销售布局状况
4、企业营养保健食品业务发展优劣势分析
7.3.3 浙江康恩贝制药股份有限公司
1、企业基本信息

（1）发展历程
（2）基本信息
（3）经营范围及主营业务
2、企业经营情况分析
3、企业营养保健食品品类布局&产销情况
（1）企业营养保健食品产品类型/型号/品牌
（2）企业中药销售网络分布
4、企业业务布局战略&优劣势
7.3.4 广州善元堂健康科技股份有限公司
1、企业基本信息
2、企业经营情况
3、企业产品结构分析
4、企业研发投入
5、营养保健食品产品布局
6、企业业务布局战略&优劣势
7.3.5 杭州民生健康药业股份有限公司
1、企业基本信息
2、企业经营情况
3、企业产品结构分析
4、企业研发投入
5、营养保健食品产品布局
6、企业业务布局战略&优劣势
7.3.6 石药集团新诺威制药股份有限公司
1、企业基本信息
2、企业经营情况
3、企业产品结构分析
4、企业研发投入
5、营养保健食品产品布局
6、营养保健食品渠道布局
7、企业业务布局战略&优劣势
7.3.7 无限极（中国）有限公司
1、企业发展历程及基本信息
（1）企业发展历程
（2）企业基本信息
2、企业业务架构及经营情况
3、企业营养保健食品业务布局及发展状况
（2）企业营养保健食品业务销售布局状况
4、企业营养保健食品业务最新发展动向追踪
5、企业营养保健食品业务发展优劣势分析
7.3.8 健合（中国）有限公司（合生元）
1、企业基本信息
（1）发展历程
（2）基本信息
（3）经营范围及主营业务
2、企业经营情况
（1）企业整体经营情况
（2）企业业务构成情况
3、企业资质能力
4、营养保健食品专利技术
（1）企业研发能力发展概况
（2）企业研发投入力度
（3）企业研发专利技术
5、营养保健食品产品布局
6、营养保健食品渠道布局
7、企业业务布局战略&优劣势
7.3.9 江中药业股份有限公司
1、企业基本信息
2、企业经营情况
3、企业产品结构分析

4、企业研发投入
5、营养保健食品产品布局
6、营养保健食品相关渠道布局
7、企业业务布局战略&优劣势
7.3.10 山东东阿东方阿胶股份有限公司
1、企业发展历程及基本信息
（1）企业发展历程
（2）企业基本信息
2、企业业务架构及经营情况
（1）企业整体业务架构
（2）企业整体业务经营情况
3、企业营养保健食品业务布局及发展状况
（2）企业营养保健食品业务销售布局状况
4、企业营养保健食品业务最新发展动向追踪
5、企业营养保健食品业务发展优劣势分析
——展望篇——
第8章：中国营养保健食品行业政策环境及发展潜力
8.1 营养保健食品行业政策汇总解读
8.1.1 中国营养保健食品行业政策汇总
8.1.2 中国营养保健食品行业发展规划
8.1.3 中国营养保健食品重点政策解读
1、《“健康中国2030”规划纲要》解读
2、《保健食品注册与备案管理办法》解读
8.2 营养保健食品行业PEST分析图
8.3 营养保健食品行业SWOT分析图
8.4 营养保健食品行业发展潜力评估
8.5 营养保健食品行业未来关键增长点
8.5.1 电商渠道建设加速
8.5.2 行业监管严格，发展规范
8.6 营养保健食品行业发展前景预测
8.7 营养保健食品行业发展趋势洞悉
8.7.1 市场竞争趋势
8.7.2 技术创新趋势
8.7.3 细分市场趋势
第9章：中国营养保健食品行业投资机会及策略建议
9.1 营养保健食品行业投资风险预警
9.1.1 营养保健食品行业投资风险预警
1、政策风险
2、市场竞争风险
3、关联产业风险
4、贸易环境风险
5、宏观经济波动风险
9.1.2 营养保健食品行业投资风险应对
9.2 营养保健食品行业投资机会分析
9.2.1 营养保健食品产业链薄弱环节投资机会
1、原料药
2、制药设备
3、零售市场
9.2.2 营养保健食品行业细分领域投资机会
9.2.3 营养保健食品行业区域市场投资机会
9.2.4 营养保健食品产业空白点投资机会
9.3 营养保健食品行业投资价值评估
9.4 营养保健食品行业投资策略建议
9.4.1 海外并购品牌投资
9.4.2 加强产品研发
9.4.3 布局医药电商业务
9.5 营养保健食品行业可持续发展建议
9.5.1 从企业内部角度
9.5.2 从政府监管角度

图表目录

图表1：国家规定保健食品功效
图表2：中国保健食品行业发展产品分类
图表3：国家统计局对营养保健食品行业的分类
图表4：中国营养保健食品行业监管体系
图表5：中国营养保健食品行业主管部门
图表6：中国营养保健食品行业自律组织
图表7：截至2025年中国营养保健食品标准体系建设情况（单位：条）
图表8：截至2025年中国营养保健食品部分现行标准汇总
图表9：营养保健食品产业链结构梳理
图表10：营养保健食品产业链生态全景图谱
图表11：营养保健食品产业链区域热力图
图表12：报告研究范围界定
图表13：报告权威数据来源
图表14：报告研究统计方法
图表15：全球营养保健食品行业发展历程
图表16：全球主要国家对营养保健食品的定义及区别
图表17：全球营养保健食品行业代表性企业保健品业务布局情况
图表18：中国批准的部分中药保健品的组成、功能和质量控制指标
图表19：2014-2025年我国中药类产品出口额及增长情况（单位：亿美元，%）
图表20：2025年中国中药类产品出口结构（按金额）（单位：%）
图表21：2025年中国中药保健品出口规模测算（单位：亿美元）
图表22：2020-2025年全球益生菌膳食补充剂市场谷歌趋势指数
图表23：全球维生素膳食补充剂行业发展历程
图表24：2021-2025年全球维生素和膳食补充剂市场规模（单位：亿美元）
图表25：全球维生素膳食补充剂市场竞争格局
图表26：2025年全球功能饮料企业梳理
图表27：2018-2025年全球功能饮料市场消费量分析（单位：百万升）
图表28：全球营养保健食品市场需求概况
图表29：2019-2025年全球营养保健食品行业市场规模（单位：亿美元）
图表30：2025年全球营养保健食品市场份额排名TOP10企业（单位：%）
图表31：2025年全球营养保健食品市场集中度分析（单位：%）
图表32：2021-2025年全球营养保健食品企业兼并重组主要事件
图表33：2025年全球营养保健食品行业区域发展格局（单位：%）
图表34：全球营养保健食品国际贸易流向
图表35：2019-2025年美国营养保健食品市场规模（单位：亿美元，%）
图表36：2025年美国营养保健食品行业市占率排名TOP10（单位：%）
图表37：2026-2031年美国营养保健食品市场前景预测（单位：亿美元）
图表38：欧洲各主要国家营养保健食品结构
图表39：2019-2025年欧洲营养保健食品市场规模（单位：亿美元，%）
图表40：2025年欧洲维生素和膳食补充剂行业市占率排名TOP10（单位：%）
图表41：2026-2031年欧洲营养保健食品市场前景预测（单位：亿美元）
图表42：2021-2025年日本营养保健食品市场规模（单位：亿美元）
图表43：日本营养保健食品发展经验借鉴
图表44：2017-2025年韩国营养保健食品市场规模（单位：万亿韩元）
图表45：2026-2031年全球营养保健食品行业市场规模预测（单位：亿美元）
图表46：全球营养保健食品行业发展趋势预判
图表47：中国营养保健食品行业发展历程
图表48：中国营养保健食品行业市场主体类型构成
图表49：中国营养保健食品行业企业入场方式分析
图表50：中国营养保健食品主要企业生产模式
图表51：2020-2025年中国营养保健食品生产企业数量（单位：家）
图表52：2025年中国保健食品备案情况（单位：件，%）
图表53：2025年国产保健食品不同剂型备案情况（单位：款）

图表54：2025年进口保健食品不同剂型备案情况（单位：款）
图表55：2025年国产保健食品不同功效成分产品备案情况（单位：款）
图表56：2025年国产保健食品补充单一营养素产品的备案量（单位：款）
图表57：2025年国产功能性保健食品备案量（单位：款）
图表58：2025年进口保健食品不同功效成分产品备案情况（单位：款）
图表59：营养保健食品适用海关HS编码
图表60：2020-2025年中国营养保健食品进出口贸易概况（单位：亿美元）
图表61：2020-2025年中国营养保健食品进口贸易规模（单位：亿美元，%）
图表62：2025年中国营养保健食品进口产品结构（单位：美元，%）
图表63：2020-2025年中国营养保健食品出口贸易规模（单位：亿美元，%）
图表64：2025年中国营养保健食品出口产品结构（单位：美元，%）
图表65：中国营养保健食品销售资质要求
图表66：中国营养保健食品销售过程管理要求
图表67：中国营养保健食品广告和宣传要求
图表68：中国营养保健食品网络销售对网络交易经营者的要求
图表69：中国营养保健食品网络销售对入网食品生产经营者的要求
图表70：2025年营养保健食品市场消费者购买产品类型分布（单位：%）
图表71：2025年中国主要营养保健食品价格情况（单位：元）
图表72：2021-2025年中国营养保健食品主要企业营业收入情况（单位：亿元）
图表73：2021-2025年中国营养保健食品市场规模及增长趋势（单位：亿元，%）
图表74：中国营养保健食品市场竞争格局
图表75：营养保健食品行业波特五力模型分析
图表76：2025年中国营养保健食品市场集中度（单位：%）
图表77：营养保健食品外企在华布局情况
图表78：中国营养保健食品企业全球布局情况
图表79：中国营养保健食品行业资金来源
图表80：2020-2025年中国营养保健食品行业兼并重组事件汇总（单位：亿元，万元）
图表81：中国营养保健食品行业兼并与重组动因分析
图表82：中国营养保健食品上市公司兼并与重组案例分析
图表83：中国营养保健食品行业兼并与重组整体趋势预判
图表84：2021-2025年中国营养保健食品行业投融资事件汇总（单位：万元，亿元）
图表85：2011-2025年中国营养保健食品行业投融资规模（单位：件）
图表86：2011-2025年中国营养保健食品行业投融资规模（单位：亿元）
图表87：2011-2025年中国营养保健食品行业投融资轮次分析（单位：起）
图表88：行业潜在进入者威胁分析
图表89：营养保健食品行业技术特点
图表90：快速溶剂萃取技术（ASE）在活性成分检测中的应用
图表91：中药炮制技术在营养保健食品中的应用
图表92：2016-2025年中国营养保健食品相关专利申请数量（单位：项）
图表93：2016-2025年中国营养保健食品相关专利公开数量（单位：项）
图表94：截至2025年中国营养保健食品专利申请人申请量排名TOP10（单位：项）
图表95：截至2025年中国营养保健食品行业热门技术（单位：项）
图表96：营养保健食品生产工艺设计
图表97：维生素膳食补充剂生产工艺流程图
图表98：益生菌膳食补充剂生产技术路线图
图表99：2021-2025年营养保健食品代表性企业研发投入情况（单位：亿元）
图表100：2021-2025年营养保健食品代表性企业研发投入占营收比重（单位：%）
图表101：营养保健食品原料结构
图表102：营养保健品原料种类
图表103：营养保健食品产品设计开发流程
图表104：营养保健食品代表性企业成本结构分析（单位：%）
图表105：中国营养保健食品行业价格传导机制分析
图表106：中国中药资源分布情况
图表107：《全国道地药材生产基地建设规划（2018—2025年）》产区规划
图表108：2020-2025年中国中药材产量（单位：万吨）
图表109：2008-2025年中国中药材综合200价格指数变动情况
图表110：原料药分类
图表111：2013-2025年年中国化学药品原料药产量（单位：万吨，%）
图表112：中国原料药行业应用场景分布

图表113：中国原料药行业发展趋势分析
图表114：可用于保健食品的益生菌菌种名单
图表115：可用于保健食品的真菌菌种名单
图表116：可用于食品的菌种名单
图表117：可用于婴幼儿食品的菌种名单
图表118：益生菌原料需满足的条件
图表119：中国益生菌菌种市场竞争格局（单位：%）
图表120：2021-2025年部分益生菌粉价格一览（单位：元/袋，元/瓶，元/支）
略·····完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！