

2009-2010年中国保健食品行业市场调查及投资预测报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2009-2010年中国保健食品行业市场调查及投资预测报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/6019260192.html>

报告价格：电子版: 6800元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 7200

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

目录

第一章 保健食品产业相关概述

一、保健食品行业概述

(一) 保健食品的分类

(二) 保健食品的特性

二、保健食品与普通食品、药品的区别

(一) 共性

(二) 区别

三、申请《保健食品批准证书》必须提交的资料

第二章 2009-2010年中国保健食品行业发展环境

一、2009-2010年中国经济发展环境

(一) 2009年第一季度中国宏观经济运行情况

(二) 全球金融危机对中国产业格局影响

(三) 中国应对金融危机的措施

二、2009-2010年中国保健食品政策环境

(一) 2009年中国保健食品也将实行召回制度

(二) 我国取消保健食品注册终身制

(三) 国家对保健品广告宣传规定法规

(四) 中国保健食品监督管理简况

三、2009-2010年中国加强保健食品管理的对策建议

第三章 2009-2010年国际保健食品行业发展

一、2009-2010年国际保健食品行业发展轨迹综述

(一) 国际保健食品行业发展历程

(二) 国际保健食品行业发展面临的问题

二、2009-2010年美国保健食品行业发展

(一) 美国保健食品市场特点

(二) 美国提高保健食品行业门槛

(三) FDA延迟推出食品安全新规则

三、2009-2010年日本保健食品行业发展

(一) 日本保健食品市场运行状况

(二) 日本保健食品法规与原料使用概况

(三) 零类食品成为日本保健食品发展新趋向

(四) 日本保健食品取代医药用营养剂

第四章 2007-2009年中国营养、保健食品制造行业主要指标

一、2007-2009年中国营养、保健食品制造行业总体数据

- (一) 2007年中国营养、保健食品制造行业全部企业数据
- (二) 2008年中国营养、保健食品制造行业全部企业数据
- (三) 2009年中国营养、保健食品制造行业全部企业数据

二、2007-2009年中国营养、保健食品制造行业不同规模企业数据

- (一) 2007年中国营养、保健食品制造行业不同规模企业数据
- (二) 2008年中国营养、保健食品制造行业不同规模企业数据
- (三) 2009年中国营养、保健食品制造行业不同规模企业数据

三、2007-2009年中国营养、保健食品制造行业不同所有制企业数据

- (一) 2007年中国营养、保健食品制造行业不同所有制企业数据
- (二) 2008年中国营养、保健食品制造行业不同所有制企业数据
- (三) 2009年中国营养、保健食品制造行业不同所有制企业数据

第五章 2009-2010年中国保健食品行业运行情况

一、2009-2010年中国保健食品市场运行动态

- (一) 中国“玉成红豆杉”保健食品通过美国FDA审批
- (二) 中国十大保健品的现状和未来
- (三) 新资源、高技术、方便剂型的保健品将成为主流

二、2009-2010年中国保健食品市场资源状况

- (一) 保健食品的资源
- (二) 绿色食品仍走俏黑色食品已登场

三、2009-2010年中国农村保健食品市场

- (一) 农村保健食品市场
- (二) 农村医药保健食品市场发展状况
- (三) 未来农村保健食品市场前景

第六章 2009-2010年中国保健食品消费市场

一、2009-2010年中国保健食品消费者

- (一) 现代人的保健观念
- (二) 保健食品消费者消费行为
- (三) 保健食品消费群体

二、2009-2010年中国保健食品消费者市场

- (一) 中老年保健食品市场发展
- (二) 女性保健食品市场发展状况
- (三) 儿童青少年保健食品市场发展状况

三、2009-2010年中国保健食品细分市场

(一) 减肥类产品市场发展

(二) 补肾壮阳类保健食品市场

(三) 中国女性补血养颜市场

(四) 补钙类产品市场现状及趋势

第七章 2009-2010年中国保健食品行业动态及经营策略

一、2009-2010中国连锁保健品药店竞争实战案例

(一) 销售人员专业化培训

(二) 扩建店面，增加品类，提供温情服务

(三) 进行价格战和会员制

(四) 营销规划方案核心思路

二、2009-2010年中国保健食品市场主要经营策略

(一) 保健食品形象的树立

(二) 保健食品的市场定位

(三) 保健食品的功能效果

第八章 2009-2010年中国保健食品企业营销策略

一、2009-2010年中国保健食品营销策略

(一) 保健食品营销战略四大致命误解

(二) 注重产品品质

(三) 把承诺落在实处

(四) 注重消费者感受

二、2009-2010年中国保健食品产业销售渠道

(一) 药店

(二) 超市

(三) 网上购物

第九章 2009-2010年中国保健食品行业竞争情况

一、2009-2010年中国保健食品行业历史竞争格局概况

(一) 保健食品产品类别竞争程度

(二) 保健食品行业竞争程度

二、2009-2010年中国保健食品行业结构

三、2009-2010年中国保健食品市场竞争状况

(一) 健脑类保健品市场竞争白热化

(二) 传统保健品企业与安利竞争

第十章 中国保健食品行业重点企业

一、上海交大昂立股份有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况

二、宝健(中国)日用品有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况

三、卫材(苏州)制药有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况

四、完美(中国)日用品有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况

五、北京澳特舒尔保健品开发有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况

六、康宝莱(中国)保健品有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况

七、岳阳市本草生物工程有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况

八、广州黄振龙凉茶有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况

九、天津阿尔发保健品有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况

十、珠海市筑本有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况

第十一章 2009-2012年中国保健食品行业发展及投资

一、2009-2012年中国保健食品行业发展趋势

(一) 公众自我保健意识加强推动产业发展

(二) 医疗体制改革对产业发展起到助推作用

二、2009-2012年中国保健食品行业市场预测

三、2009-2012年中国保健食品行业投资

(一) 中国保健食品行业投资环境

(二) 中国保健食品行业投资机会

(三) 中国保健食品行业投资风险

图表目录 (部分) :

图表 : 2007-2009年国内生产总值实际增长率 (当季)

图表 : 2007-2009年三大产业增加值增长率 (累计)

图表 : 2007-2009年工业增加值增长率 (当月)

图表 : 2007-2009年城镇投资和房地产开发投资增速反弹

图表 : 2007-2009年社会消费品零售总额增长率

图表 : 2007-2009年居民消费价格指数与工业品出厂价格指数走势图

图表 : 2007-2009年进出口总值增长走势图

图表 : 2007-2009年货币供应量增长走势图

图表 : 2008年1-9月份我国部分行业调整变化 (同比增长率%)

图表 : 2008年1-9月份我国周期性行业调整变化 (同比增长率%)

图表 : 2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长 (同比增长率%)

图表 : 近期公布的刺激经济的政策一览表

图表 : 提高出口退税率的商品清单

图表 : 略.....

更多图表见报告正文

详细请访问 : <http://baogao.chinabaogao.com/shipin/6019260192.html>