

中国保健食品市场深度调查与发展前景分析报告 (2015-2020)

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《中国保健食品市场深度调查与发展前景分析报告（2015-2020）》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/201372201372.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

中国保健食品消费的主要区域依然是集中在北京、上海、广东等经济发达省市。广东作为中国沿海开放城市，又是经济发达地区，消费者对保健品的认识程度和消费能力要高于内地，所以不管是保健食品的生产还是消费，广东地区都处在全国领先的地位，这与当地消费者开放意识和地区经济的发展有密不可分的关系。北京地区保健食品消费规模紧随广东之后，这与其经济地位、人们消费观念相匹配，消费者逐步认识到利用食物中功能成分防病治病、维持健康的重要性，因此保健食品逐渐受到青睐。辽宁是中国保健食品原材料生产的重要地区，人们对保健食材有较为理性准确的认识，而且沈阳飞龙品牌曾深入人心，促使辽宁地区保健食品市场规模不断扩大，进入全国三甲行列。山东和上海既是中国保健食品生产的重要地区，也是保健食品消费的主要区域之一。这与两地对保健知识和营养宣教有很大的关系。上海是中国保健食品生产最集中的城市，其对整个华东地宣传辐射，提升了消费者对保健食品的认识和信赖。

中国报告网《中国保健食品市场深度调查与发展前景分析报告（2015-2020）》主要研究行业市场经济特性（产能、产量、供需），投资分析（市场现状、市场结构、市场特点等以及区域市场分析）、竞争分析（行业集中度、竞争格局、竞争对手、竞争因素等）、工艺技术发展状况、进出口分析、渠道分析、产业链分析、替代品和互补品分析、行业的主导驱动因素、政策环境、重点企业分析（经营特色、财务分析、竞争力分析）、商业投资风险分析、市场定位及机会分析、以及相关的策略和建议。

调研方式和数据来源：观研天下有自己独立研发部门。部门成员分别擅长在中国宏观经济、食品、医药、机械、IT通讯、能源化工等领域进行深入调查研究。定期不定期采访各行业资深人士，并进行约稿。各行业公开信息：业内企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；数据部分来自国家统计局数据，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。

第一章 保健食品业相关概述

第一节 保健食品阐述

- 一、保健食品的功用
- 二、保健食品与一般食品的区别
- 三、保健食品与药品的区别

第二节 保健食品的分类

- 一、原料来源分类
- 二、产品剂型分类

三、保健品功能分类

第三节 中国保健食品的历程

一、起步阶段

二、启动成长阶段

三、竞争发展阶段

四、“信任危机”阶段

五、“盘整复兴”阶段

第二章 全球保健食品运行状况分析

第一节 世界保健食品运行总况

一、世界保健食品所处发展阶段

二、世界保健食品市场监管分析

三、世界保健食品标识内容的现状分析

四、世界保健食品品市场动态分析

第二节 日本保健食品的细分化管理

一、特定保健用食品

二、营养机能食品

三、健康食品

第三节 世界其它地区保健食品发展及动态分析

一、美国提高保健食品行业门槛

二、韩国开发营养保健食品概况

三、加拿大营养保健食品行业发展现状

三、大豆：国际保健食品市场新宠

第三章 中国保健食品运行环境解析

第一节 中国经济环境分析

一、中国GDP分析

二、消费价格指数分析

三、城乡居民收入分析

四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

第二节 中国保健食品政策环境分析

一、食品药品监督管理局印发保健食品安全整顿实施方案

二、《保健食品管理办法》

三、保健（功能）食品通用标准

四、《保健食品检验与评价技术规范》

五、保健食品广告营销新规对产业的影响分析

六、《食品安全法》为保健品行业设门槛

第三节 中国营养保健食品社会环境分析

一、经济增长带动消费升级

二、人口城市化创造巨大的需求

三、消费观念变化拉动需求

四、老人和儿童市场快速成长

五、“亚健康”人群迅速增长的需求

第四章 中国保健食品业运行新态势分析

第一节 中国保健品业运行综述

一、保健品市场进入“冰封”时期

二、保健品行业困境之中被迫转型

三、中国保健品行业备受外资青睐

第二节 中国保健食品业运行透析

一、保健食品市场资源状况

二、保健食品行业进入严管时代

三、保健食品总体需求状况分析

第三节 中国保健食品业发展中存在的问题分析

一、功能结构不尽合理

二、迅速崛起飞快没落、波动较大

三、虚假宣传误导消费

四、产品百花齐放

五、质量水平参差不齐

第五章 中国保健食品消费市场分析

第一节 中国保健食品消费者分析

一、现代人的保健观念

二、保健食品消费者消费行为分析

第二节 中国保健食品消费者市场分析

一、中老年保健食品市场发展分析

二、女性保健食品市场发展状况分析

三、儿童青少年保健食品市场发展状况分析

第三节 中国保健食品热点产品市场分析

一、“改善皮肤水份”功能保健食品市场分析

二、“增加骨密度”功能保健食品市场分析

三、“排铅”功能保健食品市场分析

四、“抗疲劳”功能保健食品市场分析

第六章 中国保健食品企业营销策略分析

第一节 中国保健食品营销策略分析

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

第二节 中国保健食品产业销售渠道分析

一、药店

二、超市

三、网上购物

第三节 中国保健品市场营销案例解析

一、太阳神---CI理念的先行者

二、三株---人海战术的先驱

三、脑白金---礼品概念的最大赢家

四、红桃K---农村市场战略的胜利者

五、太太---创新守住女人阵地

六、安利纽崔莱---科技驱动、明星领跑

第七章 中国保健食品市场竞争态势分析

第一节 中国保健食品竞争总况

一、保健食品竞争力体现

二、保健食品由无序竞争走向品牌竞争

三、保健食品营销渠道竞争

第二节 中国保健食品集中度分析

一、市场集中度分析

二、区域集中度分析

第三节 2015-2020年中国保健食品竞争趋势分析

一、保健食品市场将进一步扩大

二、新资源、高技术、方便剂型的保健食品将成为主流

三、功能更加多样化，单品种功能趋向专一化

第八章 中国营养保健食品重点企业竞争力分析

第一节 上海交大昂立股份有限公司（600530）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 宝健（中国）日用品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 卫材（苏州）制药有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 安利(中国)日用品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 北京澳特舒尔保健品开发有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 健康元

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 岳阳市本草生物工程有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节 广州黄振龙凉茶有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九节 南京九蜂堂蜂产品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十节 深圳市博康保健品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九章 2015-2020年中国营养保健食品产业投资机会与风险分析

第一节 2015-2020年中国营养保健食品行业投资环境分析

一、营养保健食品市场拉动

二、营养保健食品科技推动

三、营养保健食品管理带动

第二节 2015-2020年中国营养保健食品行业投资机会分析

一、营养保健食品行业投资吸引力分析

二、营养保健食品行业投资区域分析

第三节 2015-2020年中国营养保健食品行业投资风险预警

一、政策监管日益加强

二、原材料风险预警

三、行业竞争风险预警

第四节 专家建议

第十章 2015-2020年中国营养保健食品行业运行前景预测分析

第一节 2015-2020年中国营养保健食品行业发展趋势分析

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

第二节 2015-2020年中国营养保健食品行业市场预测分析

一、中国营养保健食品种类供需预测分析

二、中国营养保健食品潜在消费者发展趋势预测分析

三、中国营养保健食品价格发展趋势预测分析

第三节 2015-2020年中国营养保健食品行业盈利预测分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/201372201372.html>