

2010-2013年中国保健食品市场盈利预测与投资战略研究报告

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《2010-2013年中国保健食品市场盈利预测与投资战略研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/baojianpin/8768587685.html>

报告价格：电子版: 6500元 纸介版：6800元 电子和纸介版: 7000

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

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、保健食品的外延

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 2010年-2015年全球保健食品运行状况分析

第一节 2010年-2015年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 2010年-2015年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 2010年-2015年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

第四节 2010-2013年世界营养保健食品市场发展趋势探析

第三章 2010年-2015年中国保健食品运行环境解析

第一节 2010年-2015年中国经济环境分析

一、中国GDP分析

二、中国CPI指数分析

三、中国汇率调整分析

四、中国城镇居民家庭人均可支配收入分析

五、存贷款利率变化

六、财政收支状况

七、金融危机对中国经济的影响

第二节2010年-2015年中国保健食品政策环境分析

一、《保健食品管理办法》

二、保健（功能）食品通用标准

三、《保健食品检验与评价技术规范》

四、保健食品广告营销新规对产业的影响分析

五、《食品安全法》为保健品行业设门槛

第三节2010年-2015年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 2010年-2015年中国保健食品业运行新态势分析

第一节 2010年-2015年中国保健品业运行综述

一、2010年保健品市场进入“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 2010年-2015年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 2010年-2015年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 2005年-2010年中国营养、保健食品制造行业主要指标监测分析

第一节 2005年-2010年中国营养、保健食品制造行业数据统计与监测分析

- 一、2005年-2010年中国营养、保健食品制造行业企业数量增长分析
- 二、2005年-2010年中国营养、保健食品制造行业从业人数调查分析
- 三、2005年-2010年中国营养、保健食品制造行业总销售收入分析
- 四、2005年-2010年中国营养、保健食品制造行业利润总额分析
- 五、2005年-2010年中国营养、保健食品制造行业投资资产增长性分析

第二节 2010年中国营养、保健食品制造行业最新数据统计与监测分析（按季度更新）

- 一、企业数量与分布
- 二、销售收入
- 三、利润总额
- 四、从业人数

第三节 2010年中国营养、保健食品制造行业投资状况监测（按季度更新）

- 一、行业资产区域分布
- 二、主要省市投资增速对比

第六章 2010年-2015年中国保健食品市场消费调研分析

第一节 影响保健食品需求的因素

- 一、消费者认知
- 二、消费者收入
- 三、保健食品功效夸大
- 四、消费者对保健食品产生信任危机

第二节 2010年-2015年中国保健食品市场消费调研

- 一、保健食品市场最受关注十大品牌
- 二、保健食品功效关注调研
- 三、保健食品价格敏感度调研
- 四、保健食品食用频率

第三节 2010年-2015年中国保健食品需求结构分析

- 一、城乡需求结构
- 二、不同群体需求结构
 - 1、儿童
 - 2、女性
 - 3、老年人
- 三、地域差异
 - 1、东部地区
 - 2、中部地区
 - 3、西部地区

四、各线城市差异

1、一线城市----以上海、北京为例

2、二线城市----以杭州、沈阳为例

第七章 2010年-2015年中国保健食品消费市场分析

第一节 2010年-2015年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

三、保健食品消费群体分析

第二节 2010年-2015年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 2010年-2015年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

五、抗辐射功能保健食品市场

六、补血、补脑类保健品产品市场分析

第八章 2010年-2015年中国保健食品企业营销策略分析

第一节 2010年-2015年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 2010年-2015年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 2010年-2015年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

第四节 2010年-2015年中国保健品市场营销策略建议

一、理性回归---从严谨的市调开始

二、产品延伸---1+1大于2

三、精准定位---创造差异诉求

四、善用媒介---科学投放策略

五、终端制胜---软硬兼施见真功

六、广告创新---实效的增值之道

七、范式变革---企业角色转换

八、品牌营销---直面市场未来

九、科技应用---技术创新促发展

第九章 2010年-2015年中国保健食品市场竞争态势分析

第一节 2010年-2015年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 2010年-2015年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 2010-2013年中国保健食品竞争趋势分析

第十章 2010年-2015年中国营养保健食品重点企业竞争力分析（企业可自选）

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、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

六、企业竞争力分析

第二节 宝健（中国）日用品有限公司

一、企业基本概况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第三节 卫材（苏州）制药有限公司

一、企业基本概况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第四节 完美(中国)日用品有限公司

一、企业基本概况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第五节 北京澳特舒尔保健品开发有限公司

一、企业基本概况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第六节 康宝莱(中国)保健品有限公司

一、企业基本概况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第七节 岳阳市本草生物工程有限公司

一、企业基本概况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第八节 广州黄振龙凉茶有限公司

一、企业基本概况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第九节 南京九蜂堂蜂产品有限公司

一、企业基本概况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第十节 深圳市博康保健品有限公司

一、企业基本概况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第十一节 略.....

第十一章 2010-2013年中国营养保健食品行业运行前景预测分析

第一节 2010-2013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 2010-2013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 2010-2013年中国营养保健食品行业盈利预测分析

第十二章 2010-2013年中国营养保健食品产业投资机会与风险分析

第一节 2010-2013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 2010-2013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 2010-2013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

图表目录：（部分）

图表：2005年-2010年营养、保健食品制造行业企业数量增长趋势图

图表：2005年-2010年中国营养、保健食品制造行业亏损企业数量及亏损面情况变化图

图表：2005年-2010年营养、保健食品制造行业累计从业人数及增长情况对比图

图表：2005年-2010年中国营养、保健食品制造行业销售收入及增长趋势图

图表：2005年-2010年中国营养、保健食品制造行业毛利率变化趋势图

图表：2005年-2010年中国营养、保健食品制造行业利润总额及增长趋势图

图表：2005年-2010年中国营养、保健食品制造行业总资产利润率变化图

图表：2005年-2010年中国营养、保健食品制造行业总资产及增长趋势图

图表：2005年-2010年中国营养、保健食品制造行业亏损企业对比图

- 图表：2010年1-6月中国营养、保健食品制造行业不同规模企业分布结构图
- 图表：2010年1-6月中国营养、保健食品制造行业不同所有制企业比例分布图
- 图表：2010年1-6月中国营养、保健食品制造行业主营业务收入与上年同期对比表
- 图表：2010年1-6月中国营养、保健食品制造行业收入前五位省市比例对比表
- 图表：2010年1-6月中国营养、保健食品制造行业销售收入排名前五位省市对比图
- 图表：2010年1-6月中国营养、保健食品制造行业收入前五位省区占全国比例结构图
- 图表：2010年1-6月中国营养、保健食品制造业主营入同比增速前五省市对比 单位：千元
- 图表：2010年1-6月中国营养、保健食品制造行业主营业务收入增长前五位省市增长趋势
- 图表：2010年1-6月中国营养、保健食品制造行业利润总额及与上年同期对比图
- 图表：2010年1-6月中国营养、保健食品制造行业利润总额前五位省市统计表
- 图表：2010年1-6月中国营养、保健食品制造行业利润总额前五位省市对比图
- 图表：2010年中国营养、保健食品制造行业利润总额增长幅度最快的省市统计表
- 图表：2010年中国营养、保健食品制造行业利润总额增长最快省市变化趋势图
- 图表：2010年1-6月中国营养、保健食品制造行业从业人数与上年同期对比图
- 图表：2010年1-6月中国营养、保健食品制造行业资产总计及与上年同期对比图
- 图表：2010年1-6月中国营养、保健食品制造行业资产总计前五位省市统计表
- 图表：2010年1-6月中国营养、保健食品制造行业资产总计前五省市资产情况对比图
- 图表：2010年1-6月中国营养、保健食品制造行业资产总计前五位省市分布结构图
- 图表：2010年1-6月中国营养、保健食品制造行业资产增长幅度最快的省市统计表
- 图表：2010年1-6月中国营养、保健食品制造行业资产增速前五省市资产总计及增长趋势
- 图表：2005年-2010年上海交大昂立股份有限公司主营业务收入增长趋势图
- 图表：2005年-2010年上海交大昂立股份有限公司净利润增长趋势图
- 图表：2005年-2010年上海交大昂立股份有限公司利润率走势图
- 图表：2005年-2010年上海交大昂立股份有限公司成长能力指标表
- 图表：2005年-2010年上海交大昂立股份有限公司经营能力指标表
- 图表：2005年-2010年上海交大昂立股份有限公司盈利能力指标表
- 图表：2005年-2010年上海交大昂立股份有限公司偿债能力指标表
- 图表：宝健（中国）日用品有限公司销售收入情况
- 图表：宝健（中国）日用品有限公司盈利指标情况
- 图表：宝健（中国）日用品有限公司盈利能力情况
- 图表：宝健（中国）日用品有限公司资产运行指标状况
- 图表：宝健（中国）日用品有限公司资产负债能力指标分析
- 图表：宝健（中国）日用品有限公司成本费用构成情况
- 图表：卫材（苏州）制药有限公司销售收入情况
- 图表：卫材（苏州）制药有限公司盈利指标情况

- 图表：卫材（苏州）制药有限公司盈利能力情况
- 图表：卫材（苏州）制药有限公司资产运行指标状况
- 图表：卫材（苏州）制药有限公司资产负债能力指标分析
- 图表：卫材（苏州）制药有限公司成本费用构成情况
- 图表：完美(中国)日用品有限公司销售收入情况
- 图表：完美(中国)日用品有限公司盈利指标情况
- 图表：完美(中国)日用品有限公司盈利能力情况
- 图表：完美(中国)日用品有限公司资产运行指标状况
- 图表：完美(中国)日用品有限公司资产负债能力指标分析
- 图表：完美(中国)日用品有限公司成本费用构成情况
- 图表：北京澳特舒尔保健品开发有限公司销售收入情况
- 图表：北京澳特舒尔保健品开发有限公司盈利指标情况
- 图表：北京澳特舒尔保健品开发有限公司盈利能力情况
- 图表：北京澳特舒尔保健品开发有限公司资产运行指标状况
- 图表：北京澳特舒尔保健品开发有限公司资产负债能力指标分析
- 图表：北京澳特舒尔保健品开发有限公司成本费用构成情况
- 图表：康宝莱（中国）保健品有限公司销售收入情况
- 图表：康宝莱（中国）保健品有限公司盈利指标情况
- 图表：康宝莱（中国）保健品有限公司盈利能力情况
- 图表：康宝莱（中国）保健品有限公司资产运行指标状况
- 图表：康宝莱（中国）保健品有限公司资产负债能力指标分析
- 图表：康宝莱（中国）保健品有限公司成本费用构成情况
- 图表：岳阳市本草生物工程有有限公司销售收入情况
- 图表：岳阳市本草生物工程有有限公司盈利指标情况
- 图表：岳阳市本草生物工程有有限公司盈利能力情况
- 图表：岳阳市本草生物工程有有限公司资产运行指标状况
- 图表：岳阳市本草生物工程有有限公司资产负债能力指标分析
- 图表：岳阳市本草生物工程有有限公司成本费用构成情况
- 图表：广州黄振龙凉茶有限公司销售收入情况
- 图表：广州黄振龙凉茶有限公司盈利指标情况
- 图表：广州黄振龙凉茶有限公司盈利能力情况
- 图表：广州黄振龙凉茶有限公司资产运行指标状况
- 图表：广州黄振龙凉茶有限公司资产负债能力指标分析
- 图表：广州黄振龙凉茶有限公司成本费用构成情况
- 图表：南京九蜂堂蜂产品有限公司销售收入情况

图表：南京九蜂堂蜂产品有限公司盈利指标情况

图表：南京九蜂堂蜂产品有限公司盈利能力情况

图表：南京九蜂堂蜂产品有限公司资产运行指标状况

图表：南京九蜂堂蜂产品有限公司资产负债能力指标分析

图表：南京九蜂堂蜂产品有限公司成本费用构成情况

图表：深圳市博康保健品有限公司销售收入情况

图表：深圳市博康保健品有限公司盈利指标情况

图表：深圳市博康保健品有限公司盈利能力情况

图表：深圳市博康保健品有限公司资产运行指标状况

图表：深圳市博康保健品有限公司资产负债能力指标分析

图表：深圳市博康保健品有限公司成本费用构成情况

图表：略.....

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baojianpin/8768587685.html>