

2007年中国保健品行业研究咨询报告

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《2007年中国保健品行业研究咨询报告》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/fangzhi/2871128711.html>

报告价格：电子版: 6300元 纸介版：6800元 电子和纸介版: 7300

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。

14四、保健品的进入退出分析	15第二节	保健品行业新的瓶颈周期
17一、保健品行业进入新的瓶颈周期		17二、突破瓶颈才能快速发展
20三、保健品行业的发展瓶颈	21四、谁来打破瓶颈	22第二部分 行业发展现状分析第三章
国外保健品市场发展情况	25第一节	国外保健食品市场特点与趋势
		25第二节
美国保健品的发展情况	26一、美国保健品概况	26二、美国对进口商品的相关政策
31三、美国保健品政策法规	32第三节	日本保健品的发展情况
		34一、日本保健品概况
34二、日本保健品发展动态	35三、日本消费者需求分析	36第四节 欧洲保健品的发展情况
37一、欧洲保健品市场状况	37二、欧洲保健品相关政策	38第四章
2006-2007年保健品行业的现状	39第一节	2006年保健品市场盘点
		39第二节
2007年保健品行业发展潜力	43第三节	2007年我国保健品业发展状态
46一、业绩不断下滑		
46二、先天不足造成“虚胖”	46三、传统营销模式遭冲击	47四、直销难成救命稻草
48第四节		
我国保健品包装现状	49一、我国保健品包装行业现状分析	49二、国外保健品包装发展趋势
51三、保健食品软包装的现状与发展前景预测	54第五节	2007年我国保健品市场发展现状
59一、2007年保健品市场发展趋势	59二、2007年“诚信年”能否解开保健品业“死结”	
62第六节	我国保健品市场现状	64一、保健产品逐渐成为人们生活中的必需品
64二、目前保健品现存问题	65三、保健品市场的真正需求	66第五章
保健品的热门种类分析	67第一节	减肥类产品市场分析
		67一、减肥类产品市场现状
67二、我国减肥类保健品消费者分析		69三、2006年多样的功能定位是市场主流
73四、2007年中国减肥药市场趋势	75第二节	补钙类产品市场竞争分析
78一、基本状况		
78二、市场竞争情况	80三、补钙企业新的市场竞争策略	83四、补钙市场的发展方向
84第三节	女性补血养颜市场分析	86一、市场发展空间大
		86二、品牌效应好
87三、竞争方式多	87第四节	补肾壮阳类保健品分析
		89一、市场现状
90二、市场机遇		
90第五节	我国维生素行业分析	92一、中国垄断全球维生素市场
92二、近期维生素E价格开始上涨	93三、维生素行业情况分析	94四、维生素市场特点
95五、维生素保健品市场潜力十分广阔	96六、2007年我国维生素产业另辟蹊径	96第六章
保健品营销分析	106第一节	我国保健品的营销现状
106一、我国保健品营销的发展与现状		
106二、保健品营销渠道分析	108三、直销分析	111四、营销模式分析
118第二节		
营销模式面临的挑战	124一、国家政策的变化	124二、媒体与公众的成熟
124三、市场细分化	125四、零售结构的变化及其影响	126五、竞争状态的变化
127六、保健品企业管理方面的缺陷	129第三节	我国保健品营销的短视行为分析
130一、我国保健品营销短视行为的表现		130二、建立长远的保健品营销模式
131三、保健品营销的核心概念	141第四节	保健品营销趋势透视
148一、概念营销竞争的必然		148二、药保健品营销模式创新探讨
155三、保健品行业将进入品牌营销时代		160四、OTC品牌营销的五个标杆
164五、医药保健品OTC市场正上演“终端大战”	167第五节	2007年保健品营销新竞争策略

172一、保健品营销四大策略	172二、2007年口碑营销不容忽视的市场策略
173三、保健品“四位一体”营销模式	177第七章 保健品的进出口分析 182第一节
2006-2007年我国保健品进出口现状	182一、2006年我国保健品行业出口20强企业
182二、2007年1-2月份保健品出口排名	
183三、2007年1-2月份对各地区或国家保健品出口金额排序	
183四、2007年1-2月份各大洲保健品出口金额排序	183第二节 我国保健品进出口形势分析
184一、2006年我国医药保健品进出口形式	
184二、2006年我国医药保健品贸易呈现四大特点	
185三、2006年多种因素促进外贸快速增长	187四、2007我国医药保健品市场形式分析
189第三节 我国保健品出口目标市场分析	194第三部分 需求与消费者分析第八章
保健品行业的环境分析 197第一节 经济运行情况	197一、持续稳定发展的国民经济
197二、我国人口结构现状	199第二节 保健品的政策环境与微观环境分析
200一、宏观环境	200二、微观环境
204第九章 保健品的需求分析	206第一节 保健品需求概况
206一、中国保健食品成长空间广阔	206二、入世的积极影响
207第二节 影响保健品需求的因素	208一、人口结构推动保健品增长
208二、持续发展的经济推动需求	209三、健康观念保证需求
210四、消费人群	210第三节 保健品品牌需求分析
218一、品牌的重要性	218二、品牌传播
225三、保健品品牌仓促死亡的原因诊断	
226第十章 保健品消费者分析	231第一节 消费者形态
231一、消费者的区域差异性	231二、消费者的保健品需要
231三、消费者的消费心理	232第二节 保健品的消费群体分类及其需求特点
232一、消费者购买保健品频率	232二、保健品消费的主角
233三、购买渠道	234第十一章 保健品消费市场分析
236第一节 我国儿童医药保健品消费分析	236一、儿童产品市场现状
236二、市场潜力与需求的盲点	238三、儿童产品需要新“贵族”
238第二节 我国女性保健品市场分析	239第三节 我国中老年医药保健品消费分析
242一、永远的中老年市场	242二、貌似理性的中老年人
244三、老年人对保健品的关注因素和购买情况	245第四部分
行业竞争重点企业分析第十二章	行业内主要企业分析
247第一节 健康元药业集团股份有限公司	247一、公司简介
247二、财务分析	247三、公司现状与最新动向
251第二节 深圳市海王生物工程股份有限公司	252一、公司简介
252二、财务分析	252三、公司现状与最新动向
256第三节 青岛健特生物投资股份有限公司	257一、公司简介
257二、财务分析	258三、公司现状与最新动向
262第四节 山东东阿阿胶股份有限公司	263一、公司概况
263二、财务分析	264三、公司最新动向
271第五节 哈药集团股份有限公司	272一、公司概况
272二、财务分析	274三、公司现状与最新动向
277第六节 上海交大昂立股份有限公司	278一、公司简介
278二、财务分析	279三、公司现状与最新动向
283第七节 北京双鹤药业股份有限公司	284一、公司概况

284二、财务分析 284三、最新动向 289第八节 海南椰岛股份有限公司 290一、公司概况
290二、财务分析 291三、发展方向 295第九节 天狮集团有限公司 296一、公司概况
296二、发展动态 297第十节 进入中国保健品市场的国外企业分析 299一、美国制药集团
299二、美国安利公司 301三、美国如新企业集团 303四、美国康宝莱国际股份有限公司
304第五部分 发展趋势与对策分析第十三章 保健品行业发展趋势与对策 307第一节
保健品行业发展趋势 307一、市场竞争趋向规范 307二、保健品产业发展趋势
310三、2007年保健品市场进入平缓期 314四、农村将成为进一步竞争的重点市场
316五、2007年第三终端的五大趋势 320第二节 企业投资建议以及发展对策
325一、2007年七成保健品企业面临出局 325二、我国保健品企业的应对措施
327三、2007新环境下的医药保健品如何成功突围
338图表目录图表：2006年保健品市场最受关注的部分产品
40图表：2006年保健品关注度情况调查 41图表：2006年保健产品市场供应量情况
42图表：2006年保健品关注度排名与供应数量情况 43图表：各年龄段减肥人群分布情况
69图表：减肥消费者减肥原因情况 70图表：肥胖人群对各种减肥方式的提及率
71图表：影响减肥消费者购买的因素 71图表：减肥人群对各种减肥产品减肥效果的评价
72图表：消费者补钙来源分布 78图表：城市居民家庭购买率列前十位的补钙类保健品
79图表：2006年中国出口维生素的全球区域分布
98图表：2006年部分价格变化的维生素类原料药
99图表：2006年维生素原料总出口规模和增长率
101图表：2006年中国出口量超过千吨的维生素单品种
101图表：2006年中国出口额超过百万美金的维生素单品种
102图表：2006年中国维生素类原料药出口排名前20家公司
103图表：中国部分出口价格在500美金/公斤以上的维生素
103图表：2006年保健品行业出口20强企业名单
182图表：2007年1~2月份保健品出口排名表
183图表：2007年1~2月份各地区或国家保健品出口金额排序
183图表：2007年1~2月份累计各大洲保健品出口金额排序
183图表：2006年中国医药保健品进出口分类
184图表：2007年1~4月份我国中成药出口前10个城市
191图表：2007年1~4月份各地区或国家中成药出口按金额排序
191图表：2007年1~4月份各大洲中成药出口按金额排序
192图表：2007年1~3月广州出口产品列表 192图表：2007年1~3月北京出口产品列表
193图表：2006年-2007年1~3月上海出口产品列表
193图表：2006年-2007年1~3月天津出口产品列表
194图表：2006年健康元药业集团股份有限公司主营构成表

- 247图表：2006-2007年一季度健康元药业集团股份有限公司利润分配表
- 248图表：2006-2007年一季度健康元药业集团股份有限公司每股指标
- 249图表：2006-2007年一季度健康元药业集团股份有限公司获利能力表
- 249图表：2006-2007年一季度健康元药业集团股份有限公司经营能力表
- 249图表：2006-2007年一季度健康元药业集团股份有限公司偿债能力表
- 250图表：2006-2007年一季度健康元药业集团股份有限公司资本结构表
- 250图表：2006-2007年一季度健康元药业集团股份有限公司发展能力表
- 250图表：2006-2007年一季度健康元药业集团股份有限公司现金流量分析表
- 250图表：2006年深圳市海王生物工程股份有限公司主营构成表
- 252图表：2006-2007年一季度深圳市海王生物工程股份有限公司利润分配表
- 253图表：2006-2007年一季度深圳市海王生物工程股份有限公司每股指标
- 254图表：2006-2007年一季度深圳市海王生物工程股份有限公司获利能力表
- 255图表：2006-2007年一季度深圳市海王生物工程股份有限公司经营能力表
- 255图表：2006-2007年一季度深圳市海王生物工程股份有限公司偿债能力表
- 255图表：2006-2007年一季度深圳市海王生物工程股份有限公司资本结构表
- 256图表：2006-2007年一季度深圳市海王生物工程股份有限公司发展能力表
- 256图表：2006-2007年一季度深圳市海王生物工程股份有限公司现金流量分析表
- 256图表：2006年青岛健特生物投资股份有限公司主营业务表
- 258图表：2006-2007年一季度青岛健特生物投资股份有限公司每股指标
- 258图表：2006-2007年一季度青岛健特生物投资股份有限公司获利能力表
- 258图表：2006-2007年一季度青岛健特生物投资股份有限公司经营能力表
- 259图表：2006-2007年一季度青岛健特生物投资股份有限公司偿债能力表
- 259图表：2006-2007年一季度青岛健特生物投资股份有限公司资本结构表
- 259图表：2006-2007年一季度青岛健特生物投资股份有限公司发展能力表
- 260图表：2006-2007年一季度青岛健特生物投资股份有限公司现金流量分析表
- 260图表：2006-2007年一季度青岛健特生物投资股份有限公司利润分配表
- 260图表：2004-2006年山东东阿阿胶股份有限公司阿胶系列销售收入及增长幅度图
- 265图表：2006年山东东阿阿胶股份有限公司主营业务构成图
- 265图表：2006年山东东阿阿胶股份有限公司主营收入季度分布图
- 266图表：2006年山东东阿阿胶股份有限公司主营业务表
- 266图表：2007年一季度山东东阿阿胶股份有限公司利润总额构成图
- 267图表：2006-2007年一季度山东东阿阿胶股份有限公司利润分配表
- 267图表：2006-2007年一季度山东东阿阿胶股份有限公司每股指标
- 268图表：2006-2007年一季度山东东阿阿胶股份有限公司获利能力表
- 269图表：2006-2007年一季度山东东阿阿胶股份有限公司经营能力表

269图表：2006-2007年一季度山东东阿阿胶股份有限公司偿债能力表

269图表：2006-2007年一季度山东东阿阿胶股份有限公司资本结构表

269图表：2006-2007年一季度山东东阿阿胶股份有限公司发展能力表

270图表：2006-2007年一季度山东东阿阿胶股份有限公司现金流量表 270图表：2007-2007年山东东阿阿胶股份有限公司阿胶及系列产品收入和利润的上升走势图

270图表：2006-2007哈药集团股份有限公司主营业务收入表

274图表：2006-2007年一季度哈药集团股份有限公司每股指标

274图表：2006-2007年一季度哈药集团股份有限公司获利能力表

274图表：2006-2007年一季度哈药集团股份有限公司经营能力表

275图表：2006-2007年一季度哈药集团股份有限公司偿债能力表

275图表：2006-2007年一季度哈药集团股份有限公司资本结构表

275图表：2006-2007年一季度哈药集团股份有限公司发展能力表

275图表：2006-2007年一季度哈药集团股份有限公司现金流量表

276图表：2006-2007年一季度哈药集团股份有限公司利润分配表

276图表：2006年上海交大昂立股份有限公司主营业务收入表

279图表：2006-2007年一季度上海交大昂立股份有限公司利润分配表

280图表：2006-2007年一季度上海交大昂立股份有限公司每股指标表

281图表：2006-2007年一季度上海交大昂立股份有限公司获利能力表

281图表：2006-2007年一季度上海交大昂立股份有限公司经营能力表

281图表：2006-2007年一季度上海交大昂立股份有限公司偿债能力表

282图表：2006-2007年一季度上海交大昂立股份有限公司资本结构表

282图表：2006-2007年一季度上海交大昂立股份有限公司发展能力表

282图表：2006-2007年一季度上海交大昂立股份有限公司现金流量分析表

282图表：2006年12月北京双鹤股份有限公司主营业务收入表

284图表：2006年北京双鹤股份有限公司主营业务构成图

285图表：2006年北京双鹤股份有限公司主营收入季度分布图

285图表：2006年北京双鹤股份有限公司利润总额构成图

286图表：2006-2007年一季度北京双鹤股份有限公司利润分配表

286图表：2006-2007年一季度北京双鹤股份有限公司每股指标表

287图表：2006-2007年一季度北京双鹤股份有限公司获利能力表

288图表：2006-2007年一季度北京双鹤股份有限公司经营能力表

288图表：2006-2007年一季度北京双鹤股份有限公司偿债能力表

288图表：2006-2007年一季度北京双鹤股份有限公司资本结构表

288图表：2006-2007年一季度北京双鹤股份有限公司发展能力表

288图表：2006-2007年一季度北京双鹤股份有限公司现金流量分析表

289图表：2006年海南椰岛股份有限公司主营构成表

291图表：2006-2007年一季度海南椰岛股份有限公司利润分配表

291图表：2006-2007年一季度海南椰岛股份有限公司每股指标

292图表：2006-2007年一季度海南椰岛股份有限公司获利能力表

293图表：2006-2007年一季度海南椰岛股份有限公司经营能力表

293图表：2006-2007年一季度海南椰岛股份有限公司偿债能力表

293图表：2006-2007年一季度海南椰岛股份有限公司资本结构表

293图表：2006-2007年一季度海南椰岛股份有限公司发展能力表

294图表：2006-2007年一季度海南椰岛股份有限公司现金流量分析

294图表：美国制药公司生产基地图 300

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2871128711.html>