

中国保健品市场发展格局与投资趋势分析报告（2012-2016）

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《中国保健品市场发展格局与投资趋势分析报告（2012-2016）》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/139654139654.html>

报告价格：电子版: 7000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

中国报告网发布的《中国保健品市场发展格局与投资趋势分析报告（2012-2016）》内容严谨、数据翔实，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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，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。

第一部分 保健品行业运行现状 1

第一章 保健品行业相关概述 1

第一节 保健品行业定义 1

一、保健品的定义 1

二、保健品的基本特征 1

三、保健品与一般食品的区别 2

四、鉴别保健品的的方法 3

五、保健品与药品的区别 3

第二节 保健品分类介绍 4

第三节 各类保健品主要用途 5

第二章 中国保健品行业运行环境分析 7

第一节 2011-2012年中国经济环境分析 7

一、国民经济运行情况 7

二、消费价格指数CPI、PPI 7

三、全国居民收入情况 10

四、恩格尔系数 11

五、工业发展形势 13

六、固定资产投资情况 14

七、中国汇率调整 15

八、对外贸易&进出口 16

第二节 2011-2012年中国保健品行业政策环境分析 17

一、保健品行业标准 17

二、保健品行业相关政策 18

- 1、《保健食品管理办法》 18
- 2、《保健食品通用卫生要求》 22
- 3、《关于加强保健食品广告监督管理的通知》 24
- 4、《卫生部关于发布生产组合式保健食品规定的通知》 25
- 5、《卫生部关于保健食品管理中若干问题的通知》 26
- 6、《保健食品标识规定》 31
- 7、《卫生部关于开展保健食品功能学检验机构认定的通知》 32

三、保健品政策 35

- 1、国家食品药品监督管理局关于更改核酸类保健食品不适宜人群的通知 35
- 2、国家食品药品监督管理局关于发布保健食品命名规定（试行）的通告 36
- 3、国家食品药品监督管理局关于进一步加强保健食品注册现场核查及试验检验工作有关问题的通知 37
- 4、保健食品注册管理办法（试行） 41
- 5、保健食品良好生产规范 63

四、药品GMP与保健食品GMP区别 75

第三节 2011-2012年中国保健品行业社会环境分析 75

- 一、人口环境分析 75
- 二、教育环境分析 76
- 三、文化环境分析 76
- 四、生态环境分析 78
- 五、中国城镇化率 80
- 六、居民的各种消费观念和习惯 81

第四节 投融资发展环境 84

- 一、金融开放 84
- 二、金融财政政策 91
- 三、金融货币政策 93
- 四、外汇政策 97
- 五、银行信贷政策 107
- 六、股权融资与债券融资 109

第三章 全球保健品行业发展分析 123

第一节 全球保健品市场分析 123

- 一、全球保健品市场分析 123
- 二、全球保健品市场需求分析 123

第二节 全球部分地区保健品市场发展分析 124

- 一、意大利保健品市场发展分析 124
- 二、德国保健品市场发展分析 124
- 三、英国保健品市场发展分析 125
- 四、法国保健品市场发展分析 125
- 五、亚太地区保健品市场发展分析 125
- 第三节 全球主要保健品品牌介绍 126
 - 一、健安喜 126
 - 二、普瑞登 126
 - 三、NEOCELL 127
 - 四、纽曼斯 127
 - 五、安利 128
 - 六、自然之宝 129
 - 七、欧普特蒙 129
- 第四章 中国保健品行业发展现状分析 131
 - 第一节 2011-2012年保健品行业发展现状 131
 - 一、保健品行业发展概况 131
 - 二、保健品行业生产状况分析 132
 - 第二节 2011-2012年保健品企业发展分析 133
 - 一、保健品企业发展动态分析 133
 - 二、保健品企业发展存在的问题 135
 - 三、保健品企业战略发展分析 138
 - 第三节 2011-2012年保健品行业经济运行分析 139
 - 一、2011-2012年保健品行业产值分析 139
 - 二、2011-2012年保健品行业效益分析 140
 - 三、2011-2012年保健品行业进出口分析 140
 - 第四节 2011-2012年保健品市场发展分析 140
 - 一、2011年保健品市场分析 140
 - 二、2011年保健品市场变化分析 143
 - 三、2012-2016年保健品市场走势分析 144
 - 第五节 保健品行业面临的挑战及发展建议 146
 - 一、保健品行业发展面临的难题 146
 - 二、保健品行业发展建议 147
- 第五章 中国保健品消费市场分析 151
 - 第一节 2011-2012年保健品消费者特征分析 151
 - 一、人口结构分析 151

- 二、年龄结构分析 151
- 三、学历结构分析 152
- 四、职业结构分析 152
- 五、收入结构分析 153
- 第二节 2011-2012年保健品消费者对保健品选择的调查 153
 - 一、消费者对保健品种类的选择率调查 153
 - 二、消费者对保健品品牌选择的调查 154
 - 三、消费者对保健品消费满意度调查 154
- 第三节 2011-2012年保健品行业影响消费者选购因素分析 155
 - 一、价格因素 155
 - 二、质量因素 156
 - 三、品牌的影响 157
 - 四、广告的影响程度 157
- 第四节 2011-2012年保健品市场消费者费渠道分析 158
 - 一、连锁药店、社区药店 158
 - 二、普通商场、超市 158
 - 三、批发市场 159
 - 四、医院 159
 - 五、其他渠道 160
- 第六章 中国保健品行业市场营销战略分析 162
 - 第一节 保健品企业营销分析 162
 - 一、保健品市场营销现状 162
 - 二、保健品品牌成功因素分析 163
 - 三、保健品企业营销战略研究 164
 - 第二节 保健品营销渠道分析 171
 - 一、保健品销售渠道构成 171
 - 二、保健品营销渠道策略分析 172
 - 第三节 保健品行业营销策略分析 174
 - 一、服务营销 174
 - 二、文化营销 175
 - 三、教育营销 175
 - 四、活动营销 175
 - 五、直销模式 175
 - 六、顾问营销模式 176
 - 第四节 保健品企业成功营销策略分析 177

- 一、连锁品牌营销策略分析 177
- 二、广告营销策略分析 178
- 三、体育（健康）营销策略分析 178
- 四、电子商务营销策略分析 180
- 五、主题营销策略分析 183
- 六、整体营销策略分析 184
- 第二部分 保健品行业全景调研 185
- 第七章 中国保健品行业发展分析 185
- 第一节 2011年保健品生产加工行业总体规模分析 185
- 一、2011年保健品生产加工企业数量结构分析 185
- 二、2011年保健品生产加工行业生产规模分析 186
- 第二节 2011年保健品生产加工行业产销分析 186
- 第三节 2011年保健品生产加工行业盈利能力分析 186
- 一、保健品生产加工行业销售利润率 186
- 二、保健品生产加工行业成本费用利润率 187
- 三、保健品生产加工行业亏损面 187
- 第四节 2011年保健品生产加工行业偿债能力分析 187
- 一、保健品生产加工行业资产负债比率 187
- 二、保健品生产加工行业利息保障倍数 188
- 第五节 2011年保健品生产加工行业营运能力分析 188
- 一、保健品生产加工行业应收帐款周转率 188
- 二、保健品生产加工行业总资产周转率 188
- 第六节 2011年保健品生产加工行业发展能力分析 188
- 一、保健品生产加工行业总资产增长率 188
- 二、保健品生产加工行业利润总额增长率 189
- 三、保健品生产加工行业主营业务收入增长率 189
- 第七节 2011-2012年保健品市场发展分析 189
- 一、2011年保健品市场运行分析 189
- 二、2011年保健品市场发展分析 190
- 三、2012年保健品市场走势分析 192
- 第八章 中国保健品品行业发展分析 194
- 第一节 2011-2012年保健品行业发展现状 194
- 一、保健品行业的发展史 194
- 二、保健品市场变化分析 208
- 三、保健品质量情况分析 210

四、保健品市场现状分析	213
第二节 2011-2012年保健品市场供需分析	215
一、保健品产值分析	215
二、保健品需求分析	215
三、影响保健品市场需求的因素	217
第九章 中国保健品行业发展分析	219
第一节 2011-2012年保健品市场发展分析	219
一、保健品发展分析	219
二、保健品市场发展有利因素分析	221
三、保健品市场消费特点分析	221
第二节 2011-2012年保健品出口状况分析	222
一、保健品出口数量及金额分析	222
二、保健品主要出口市场分析	223
第三节 2011-2012年保健品行业存在的问题及对策	223
一、保健品产品问题分析	223
二、保健品行业存在的问题	224
三、针对保健品的解难	225
四、保健品行业品牌策略分析	227
五、提高保健品市场竞争力策略分析	229
第三部分 保健品行业竞争格局	232
第十章 中国保健品行业竞争格局分析	232
第一节 2011-2012年保健品行业竞争结构分析	232
一、保健品种类品牌竞争	232
二、保健品技术创新竞争	236
三、保健品销售渠道问题	240
第二节 2011-2012年保健品区域市场格局分析	244
一、国外公司搅动我国保健品市场格局	244
二、国内企业应积极应对挑战	245
第十一章 中国保健品市场竞争分析	246
第一节 2011-2012年保健品行业集中度分析	246
一、保健品市场集中度分析	246
二、保健品区域集中度分析	246
三、保健品企业集中度分析	246
第二节 2011-2012年保健品市场竞争分析	247
一、保健品市场竞争现状分析	247

二、保健品企业竞争动态分析	248
三、保健品行业竞争策略研究	249
第十二章 我国主要保健品行业重点企业分析	253
第一节 湖南九芝堂股份有限公司	253
一、企业基本情况	253
二、2010-2012年企业发展状况分析	253
三、2010-2012年企业财务分析	254
四、2010-2012年企业经营情况	255
五、2012-2016年企业战略及发展趋势分析	257
第二节 深圳市海王生物工程股份有限公司	258
一、企业基本情况	258
二、2010-2012年企业发展状况分析	258
三、2010-2012年企业财务分析	258
四、2010-2012年企业经营情况	260
五、2012-2016年企业战略及发展趋势分析	262
第三节 山东东阿阿胶股份有限公司	264
一、企业基本情况	264
二、2010-2012年企业发展状况分析	265
三、2010-2012年企业财务分析	265
四、2010-2012年企业经营情况	266
五、2012-2016年企业战略及发展趋势分析	269
第四节 江西江中药业股份有限公司	269
一、企业基本情况	269
二、2010-2012年企业发展状况	270
三、2010-2012年企业财务分析	270
四、2010-2012年企业经营情况	271
五、2012-2016年企业战略及发展趋势分析	273
第五节 健康元药业集团股份有限公司	274
一、企业基本情况	274
二、2010-2012年企业发展状况分析	275
三、2010-2012年企业财务分析	275
四、2010-2012年企业经营情况	277
五、2012-2016年企业战略及发展趋势分析	279
第六节 上海交大昂立股份有限公司	279
一、企业基本情况	279

- 二、2010-2012年企业发展状况分析 279
- 三、2010-2012年企业财务分析 280
- 四、2010-2012年企业经营情况 281
- 第七节 汤臣倍健股份有限公司 283
 - 一、企业基本情况 283
 - 二、2010-2012年企业发展状况分析 293
 - 三、2010-2012年企业财务分析 293
 - 四、2010-2012年企业经营情况 295
 - 五、2012-2016年企业战略及发展趋势分析 297
- 第八节 保龄宝生物股份有限公司 297
 - 一、企业基本情况 297
 - 二、2010-2012年企业发展状况分析 297
 - 三、2010-2012年企业财务分析 298
 - 四、2010-2012年企业经营情况 299
 - 五、2012-2016年企业战略及发展趋势分析 301
- 第四部分 保健品行业发展趋势与投资 302
- 第十三章 中国保健品行业发展前景分析 302
 - 第一节 2012-2016年保健品市场发展前景分析 302
 - 一、2012-2016年保健品市场发展潜力分析 302
 - 二、2012-2016年保健品市场发展前景分析 302
 - 第二节 2012-2016年保健品产品市场发展前景分析 303
 - 一、中老年保健品市场前景 303
 - 二、女性补血产品市场空间大 304
 - 三、儿童保健品市场前景广阔 304
- 第十四章 保健品整体行业发展规划分析 306
 - 第一节 2012-2016年保健品行业发展规划分析 306
 - 一、保健品行业发展机会分析 306
 - 二、保健品行业发展机遇分析 307
 - 三、保健品行业发展规划分析 308
 - 第二节 2012-2016年保健品行业投资分析 309
 - 一、保健品市场投资现状 309
 - 二、保健品市场投资机会分析 310
 - 三、对保健品市场投资分析 310
 - 第三节 2012-2016年保健品行业投资风险分析 311
 - 一、2012-2016年保健品行业市场风险预测 311

- 二、2012-2016年保健品行业政策风险预测 311
- 三、2012-2016年保健品行业经营风险预测 312
- 四、2012-2016年保健品行业竞争风险预测 313
- 五、2012-2016年保健品行业其他风险预测 313
- 第四节 2012-2016年保健品行业投资战略分析 314
 - 一、保健品市场投资策略分析 314
 - 二、保健品细分市场投资策略分析 316
 - 三、对保健品行业的投资建议 317
- 第十五章 中国保健品行业发展战略研究 318
 - 第一节 市场策略分析 318
 - 一、保健品价格策略分析 318
 - 二、保健品渠道策略分析 325
 - 第二节 销售策略分析 325
 - 一、媒介选择策略分析 325
 - 二、产品定位策略分析 331
 - 三、企业宣传策略分析 334
 - 第三节 对我国保健品品牌的战略思考 336
 - 一、企业品牌的重要性分析 336
 - 二、保健品实施品牌战略的意义 337
 - 三、保健品企业品牌的现状分析 337
 - 四、我国保健品企业的品牌战略的问题 337
 - 五、保健品品牌战略管理的策略 338
 - 第四节 保健品企业经营管理策略 342
 - 一、成本控制策略 342
 - 二、定价策略 342
 - 三、竞争策略 343
 - 四、并购重组策略 344
 - 五、营销策略 346
 - 六、人力资源 347
 - 七、财务管理 348

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baojianpin/139654139654.html>