

2017-2022年中国营养品行业运营现状及十三五市 场竞争态势报告

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《2017-2022年中国营养品行业运营现状及十三五市场竞争态势报告》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：<https://baogao.chinabaogao.com/baojianpin/261030261030.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：sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

中国报告网发布的《2017-2022年中国营养品行业运营现状及十三五市场竞争态势报告》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、市场前景、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。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管数据库。

报告目录：

第一章国内营养品行业品牌发展环境分析

第一节产品/行业特征

1、产品/行业定义

2、产品分类

第二节经济环境特征

一、中国GDP分析

二、固定资产投资

三、恩格尔系数分析

第三节政策环境特征

一、国家宏观调控政策分析

二、营养品行业相关政策分析

第四节营养品行业竞争特征

一、国内外品牌竞争格局

二、行业进入壁垒分析

三、可替代品威胁分析

四、贴牌加工产品市场威胁分析

第五节营养品行业技术环境特征

第二章国内营养品行业品牌产品市场规模分析

第一节2014-2016年营养品市场规模分析

第二节2016年我国营养品区域结构分析

第三节营养品区域市场规模分析

一、东北地区市场规模分析

二、华北地区市场规模分析

三、华东地区市场规模分析

四、华中地区市场规模分析

五、华南地区市场规模分析

六、西部地区市场规模分析

第四节2017-2022年营养品市场规模预测

第三章国内营养品行业品牌需求与消费者偏好调查

第一节2014-2016年营养品产量统计分析

第二节2014-2016年营养品历年消费量统计分析

第二节2014-2016年国内营养品行业品牌产品平均价格走势分析

第三节营养品产品目标客户群体调查

一、受访者性别分布

二、受访者年龄占比

三、受访者家庭收入情况

第四节营养品产品的品牌市场运营状况分析

一、消费者对营养品品牌认知度宏观调查

二、消费者对营养品产品的品牌偏好调查

三、消费者对营养品品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

第五节不同客户购买相关的态度及影响分析

一、功能

二、质量

三、价格

四、外观

五、服务

第四章国内营养品行业品牌产品市场供需渠道分析

第一节销售渠道特征分析

一、供需渠道定义

二、供需渠道格局

三、供需渠道结构

第二节销售渠道对营养品行业品牌发展的重要性

第三节营养品行业销售渠道的重要环节分析

一、批发商

二、零售商（无店铺零售、店铺零售）

三、代理商

第四节2014-2016年中国营养品行业品牌产品重点区域市场渠道情况分析

第五节销售渠道发展趋势分析

一、渠道运作趋势发展

二、渠道支持趋势发展

三、渠道格局趋势发展

四、渠道结构扁平化趋势发展

第六节销售渠道策略分析

一、直接渠道或间接渠道的营销策略

二、长渠道或短渠道的营销策略

三、宽渠道或窄渠道的营销策略

四、单一销售渠道和多销售渠道策略

五、传统销售渠道和垂直销售渠道策略

第七节销售渠道决策的评估方法

一、销售渠道评估数学模型介绍

二、财务评估法介绍

三、交易成本评估法介绍

四、经验评估法介绍

第八节2016年国内营养品行业品牌产品生产及渠道投资运作模式分析

第五章国内营养品行业进出口市场情况分析

第一节2014-2016年国内营养品行业进出口量分析

一、2014-2016年国内营养品行业进口分析

二、2014-2016年国内营养品行业出口分析

第二节2017-2022年国内营养品行业进出口市场预测分析

一、2017-2022年国内营养品行业进口预测

二、2017-2022年国内营养品行业出口预测

第六章国内营养品行业优势品牌企业分析

第一节安利(中国)日用品有限公司

一、公司及产品概况

二、品牌发展历程

三、公司发展方针

四、近三年企业盈利能力分析

五、近三年公司产品变化

六、公司品牌竞争策略

第二节 康恩贝集团

一、公司及产品概况

二、品牌发展历程

三、近三年公司产品变化

四、公司主要财务指标

第三节 红桃K集团股份有限公司

一、公司及产品概况

二、品牌发展历程

三、近三年公司产品变化

四、公司主要财务指标

第四节 上海交大昂立股份有限公司

一、公司及产品概况

二、品牌发展历程

三、近三年公司产品变化

四、公司主要财务指标

第五节 青海春天药用资源科技利用有限公司

一、公司及产品概况

二、品牌发展历程

三、产品变化

四、公司主要财务指标

第七章 国内营养品行业品牌竞争格局分析

第一节 营养品行业历史竞争格局概况

一、营养品行业集中度分析

二、营养品行业竞争程度分析

第二节 营养品行业企业竞争状况分析

第三节 2017-2022年国内营养品行业品牌竞争格局展望

第八章 2017-2022年国内营养品行业品牌发展预测

第一节 2017-2022年营养品行业品牌市场财务数据预测

一、2017-2022年营养品行业总产值预测

二、2017-2022年营养品行业利润总额预测

三、2017-2022年营养品行业总资产预测

第二节 2017-2022年营养品行业供需预测

一、2017-2022年营养品产量预测

二、2017-2022年营养品需求预测

第三节 2017-2022年营养品行业投资机会

- 一、2017-2022年营养品行业主要领域投资机会
- 二、2017-2022年营养品行业出口市场投资机会
- 三、2017-2022年营养品行业企业的多元化投资机会

第四节影响营养品行业发展的主要因素

- 一、2017-2022年影响营养品行业运行的有利因素分析
- 二、2017-2022年影响营养品行业运行的稳定因素分析
- 三、2017-2022年影响营养品行业运行的不利因素分析
- 四、2017-2022年我国营养品行业发展面临的挑战分析
- 五、2017-2022年我国营养品行业发展面临的机遇分析

第五节营养品行业投资前景及控制策略分析

- 一、2017-2022年营养品行业市场风险及控制策略
- 二、2017-2022年营养品行业政策风险及控制策略
- 三、2017-2022年营养品行业经营风险及控制策略
- 四、2017-2022年营养品行业技术风险及控制策略
- 五、2017-2022年营养品同业竞争风险及控制策略
- 六、2017-2022年营养品行业其他风险及控制策略

第九章2017-2022年国内营养品行业品牌投资价值与投资前景研究分析

第一节行业SWOT模型分析

- 一、优势分析
- 二、劣势分析
- 三、机会分析
- 四、风险分析

第二节营养品行业发展的PEST分析

第三节营养品行业投资价值分析

- 一、2017-2022年营养品市场趋势总结
- 二、2017-2022年营养品市场发展空间
- 三、2017-2022年营养品产业政策趋向
- 四、2017-2022年营养品技术革新趋势
- 五、2017-2022年营养品价格走势分析

第四节营养品行业投资前景分析

- 一、市场竞争风险
- 二、原材料压力风险分析
- 三、技术风险分析
- 四、政策和体制风险
- 五、进入退出风险

第五节营养品行业投资前景研究分析

一、重点投资品种分析

二、重点投资地区分析

三、项目投资建议

第十章业内专家对国内营养品行业总结及企业经营战略建议

第一节营养品行业问题总结

第二节2017-2022年营养品行业企业的标竿管理

第三节2017-2022年营养品行业企业的资本运作模式

一、营养品行业企业的兼并及收购建议

二、营养品行业企业的融资方式选择建议

第四节2017-2022年营养品行业企业营销模式建议

一、营养品行业企业的国内营销模式建议

二、营养品行业企业海外营销模式建议

第五节营养品市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

图表目录：

图表12014-2016年国内生产总值及增长速度

图表22014-2016年全社会固定资产投资及增长速度

图表32016年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度

图表42016年固定资产投资新增主要生产能力

图表52016年房地产开发和销售主要指标完成情况及其增长速度

图表61978-2016中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表72014-2016年中国营养品市场规模分析

图表82016年我国营养品区域市场格局分析

图表92014-2016年东北地区营养品市场规模分析

图表102014-2016年华北地区营养品市场规模分析

图表112014-2016年华东地区营养品市场规模分析

图表122014-2016年华中地区营养品市场规模分析

图表132014-2016年华南地区营养品市场规模分析

图表142014-2016年西部地区营养品市场规模分析

图表152017-2022年中国营养品市场规模预测分析

- 图表162014-2016年中国营养品产量分析
图表172014-2016年中国营养品消费量分析
图表182014-2016年中国营养品行业均价走势分析
图表192016年我国营养品消费者调研参与人数性别情况
图表202016年我国营养品消费者调研参与人数年龄分析
图表212016年我国营养品消费者调研参与人数月收入情况分析
图表22消费者对营养品装品牌认知度调查
图表23消费者对于营养保健品具体功能偏好分析
图表24消费者品牌首要认知渠道调研
图表25消费者经常购买的品牌调查
图表26营养品产品功能影响程度分析
图表27营养品产品质量影响程度分析
图表28营养品产品价格影响程度分析
图表29营养品产品外观影响程度分析
图表30营养品产品服务影响程度分析
图表312014-2016年中国营养品行业进口额分析
图表322014-2016年中国营养品行业出口额分析
图表332017-2022年中国营养品进口额预测分析
图表342017-2022年中国营养品出口额预测分析
图表35康恩贝财务指标分析
图表36近4年红桃K集团股份有限公司资产负债率变化情况
图表37近4年红桃K集团股份有限公司资产负债率变化情况
图表38近4年红桃K集团股份有限公司产权比率变化情况
图表39近4年红桃K集团股份有限公司产权比率变化情况
图表40近4年红桃K集团股份有限公司总资产周转次数变化情况
图表41近4年红桃K集团股份有限公司总资产周转次数变化情况
图表42近4年红桃K集团股份有限公司固定资产周转次数情况
图表43近4年红桃K集团股份有限公司固定资产周转次数变化情况
图表44近4年红桃K集团股份有限公司流动资产周转次数变化情况
图表45近4年红桃K集团股份有限公司流动资产周转次数变化情况
图表46近4年红桃K集团股份有限公司销售利润率变化情况
图表47近4年红桃K集团股份有限公司销售利润率变化情况
图表48交大昂立财务指标分析
图表49近4年青海春天药用资源科技利用有限公司资产负债率变化情况
图表50近4年青海春天药用资源科技利用有限公司资产负债率变化情况

图表51近4年青海春天药用资源科技利用有限公司产权比率变化情况
图表52近4年青海春天药用资源科技利用有限公司产权比率变化情况
图表53近4年青海春天药用资源科技利用有限公司总资产周转次数变化情况
图表54近4年青海春天药用资源科技利用有限公司总资产周转次数变化情况
图表55近4年青海春天药用资源科技利用有限公司固定资产周转次数情况
图表56近4年青海春天药用资源科技利用有限公司固定资产周转次数情况
图表57近4年青海春天药用资源科技利用有限公司流动资产周转次数变化情况
图表58近4年青海春天药用资源科技利用有限公司流动资产周转次数变化情况
图表59近4年青海春天药用资源科技利用有限公司销售利润率变化情况
图表60近4年青海春天药用资源科技利用有限公司销售利润率变化情况
图表612014-2016年中国营养品行业前十家企业市场占有率分析
图表622017-2022年中国营养品行业总产值预测分析
图表632017-2022年中国营养品行业利润总额预测分析
图表642017-2022年中国营养品行业资产规模预测分析
图表652017-2022年中国营养品产量增长性预测分析
图表662017-2022年中国营养品市场需求增长性预测分析
图表672017-2022年影响营养品行业运行的有利因素
图表682017-2022年影响营养品行业运行的稳定因素
图表692017-2022年影响营养品行业运行的不利因素
图表702017-2022年我国营养品行业发展面临的挑战
图表712017-2022年我国营养品行业发展面临机遇
图表722017-2022年营养品行业经营风险及控制策略
图表732017-2022年营养品行业同业竞争风险及控制策略
图表74营养保健品技术应用注意事项分析
图表75营养保健品项目投资注意事项图
图表76营养保健品行业生产开发注意事项
图表77营养保健品销售注意事项

(GYZT)

图表详见正文 • • • • •

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<https://baogao.chinabaogao.com/baojianpin/261030261030.html>