

2018年中国营养品市场分析报告- 行业深度调研与发展前景预测

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《2018年中国营养品市场分析报告-行业深度调研与发展前景预测》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/365436365436.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

随着我国经济的不断发展、人们生活水平的不断提高，人们的消费观念和消费水平也有了很大的转变与提升。在这个契机下，营养品行业也得到了快速发展，2016年我国营养品行业的市场规模达到**亿元，2017年市场规模为**亿元，同比增长了**%，从这两年的市场规模发展来看，营养品行业正处于快速发展之中，预计2018年将保持**的增速，达到**亿元。

2012-2017年行业市场规模情况资料来源：观研天下数据中心整理（具体数据详见报告正文）

从营养品行业企业区域分布情况来看，营养品行业内企业区域格局明显，其中华东地区占比**%，华南地区占比**%，华中地区占比**%，华北地区占比**%，西部地区占比**%，东北地区占比**%。

2017年我国行业企业区域格局资料来源：观研天下数据中心整理（具体数据详见报告正文）

观研天下发布的《2018年中国营养品市场分析报告-行业深度调研与发展前景预测》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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发

展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

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

一、产品/行业定义

二、产品分类

第二节 经济环境特征

一、中国GDP增长情况分析

二、社会固定资产投资分析

三、全社会消费品零售总额

四、城乡居民收入增长分析

五、居民医疗保健消费支出

六、城乡居民恩格尔系数

第三节 政策环境分析

一、国家宏观调控政策分析

二、营养品行业相关政策分析

（一）行业主管部门和管理体制

（二）营养食品行业政策法规

（三）营养食品行业相关规划

第四节 营养品行业竞争分析

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分析

第二章 国内营养品行业品牌产品市场规模分析

第一节 2016-2018年营养品市场规模分析

一、企业数量增长

二、资产规模增长

三、销售规模增长

四、利润规模增长

第二节 2018年中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

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 中国维生素和膳食补充剂零售规模

- 一、中国维生素零售规模
- 二、中国膳食补充剂零售规模

第二节 2018年部分营养品产品价格情况

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
- 四、受访者职业状况分析

第四节 营养品产品的品牌市场调查

- 一、营养品品牌渗透率
 - (一) 综合营养补品
 - (二) 多种维生素营养补品
- 二、营养品品牌最经常服用比例
 - (一) 综合营养补品
 - (二) 多种维生素营养补品

第五节 营养品使用者生活态度调查

- 一、品牌观
- 二、广告观
- 三、购物投资观
- 四、饮食生活观
- 五、个性时尚观
- 六、工作成就观
- 七、科技环保观

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、供需渠道特征

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

三、代理商

第四节 营养品行业重点品牌渠道特征分析

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 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 国内营养品行业进出口分析

一、国内营养品行业进口分析

二、国内营养品行业出口分析

第二节 2018-2024年国内营养品行业进出口市场预测分析

一、2018-2024年国内营养品行业进口预测

第六章 国内营养品行业优势品牌企业分析

第一节 国内营养品行业主要企业市场表现

一、产品销售量对比

二、产品市场占有率对比

第二节 雅培（广州）营养品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第三节 康宝莱（中国）保健品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第四节 广东汤臣倍健生物科技股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第五节 上海雀巢有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第六节 西安力邦制药有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

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

第二节 营养品行业企业集中度分析

第三节 2018-2024年国内营养品行业品牌竞争格局展望

第八章 2018-2024年国内营养品行业品牌发展预测

第一节 2018-2024年营养品行业品牌市场财务数据预测

一、2018-2024年营养品行业资产总额预测

二、2018-2024年营养品行业销售收入预测

三、2018-2024年营养品行业利润总额预测

第二节 2018-2024年营养品行业需求预测

一、2018-2024年维生素零售额预测

二、2018-2024年膳食补充剂零售额预测

第三节 2018-2024年营养品行业投资机会

一、2018-2024年营养品行业主要领域投资机会

二、2018-2024年营养品行业出口市场投资机会

第四节 影响营养品行业发展的主要因素

一、2018-2024年影响营养品行业运行的有利因素分析

二、2018-2024年影响营养品行业运行的稳定因素分析

三、2018-2024年影响营养品行业运行的不利因素分析

四、2018-2024年我国营养品行业发展面临的挑战分析

五、2018-2024年我国营养品行业发展面临的机遇分析

第五节 营养品行业投资风险及控制策略分析

一、营养品行业市场风险及控制策略

二、营养品行业政策风险及控制策略

三、营养品行业原料风险及控制策略

四、营养品行业人才风险及控制策略

五、产品注册申请未能获得批准的风险

第九章 2018-2024年国内营养品行业品牌投资价值与投资策略分析

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、威胁分析

第二节 营养品行业发展的PEST分析

一、现有企业间竞争

二、新进入者的威胁

三、替代品威胁分析

四、上游供应商议价能力

五、下游客户的议价能力

第三节 营养品行业投资价值分析

一、2018-2024年营养品市场趋势总结

二、2018-2024年营养品市场发展空间

三、2018-2024年营养品产业政策趋向

四、2018-2024年营养品技术革新趋势

五、2018-2024年营养品价格走势分析

第四节 营养品行业投资策略分析

一、重点投资品种分析

（一）蜂类营养品

（二）氨基酸营养品

（三）孕妇营养品

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

一、食品安全问题

二、行业监管问题

三、市场营销问题

第二节 2018-2024年营养品行业企业的标杆管理

第三节 2018-2024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 2018-2024年营养品市场营销实施建议

一、理性回归---从严谨的市调开始

二、产品延伸---1+1大于

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：营养食品产品分类情况

图表：2016-2018年中国国内生产总值及增长变化趋势图

图表：2016-2018年国内生产总值构成及增长速度统计

图表：2016-2018年中国全社会固定资产投资增长趋势图

图表：2016-2018年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图

图表：2016-2018年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图

图表：2016-2018年中国城乡居民医疗保健支出统计

图表：营养品行业主管部门与管理体制情况

图表：2016-2018年中国营养保健食品领域主要政策法规

图表：“十三五”食品工业发展主要指标

图表：2016-2018年中国营养品制造行业企业数量增长情况统计

图表：2016-2018年中国营养品制造行业资产总额增长情况统计

图表：2016-2018年中国营养品制造行业销售收入增长情况统计

图表：2016-2018年中国营养品制造行业利润总额增长情况统计

图表：2018年中国营养品制造行业销售收入区域结构分布

图表详见正文（GYZQPT）

详细请访问：<https://baogao.chinabaogao.com/baojianpin/365436365436.html>