

2017-2022年中国中医保健品市场现状调查及十三五发展趋势前瞻报告

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年中国中医保健品市场现状调查及十三五发展趋势前瞻报告》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/255583255583.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: 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《2017-2022年中国中医保健品市场现状调查及十三五发展趋势前瞻报告》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。

报告目录：

第一章中医保健品行业相关概述

第一节中医保健品行业相关概述

一、中医保健品定义

二、中医保健品种类

三、中医保健品开发现状

第二节中医保健品行业经营模式分析

一、采购模式

二、销售模式

第二章2016年中医保健品行业发展环境分析

第一节2016年中国经济发展环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

第二节中国中医保健品行业政策环境分析

一、中医保健食品行业监管体制

二、中医保健食品行业政策法规

三、中医保健食品业进出口政策

四、中医保健食品“十二五”规划

第三节中国保健食品行业技术环境分析

第三章2014-2016年中国保健食品行业经济运行分析

第一节2014-2016年中国保健食品行业发展概述

一、2016年中国保健食品行业主要经济指标

二、2016年中国保健食品行业主要经济指标

三、2016年中国保健食品行业主要经济指标

第二节2014-2016年中国保健食品行业规模分析

一、保健食品行业企业规模分析

二、保健食品行业资产增长分析

三、保健食品行业销售收入分析

四、保健食品行业利润总额分析

第三节2014-2016年中国保健食品行业经营效益分析

一、偿债能力分析

二、盈利能力分析

三、运营能力分析

第四节2014-2016年中国保健食品行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、主要费用统计

第四章中国中医保健品市场现状分析

第一节中国保健品市场分析

一、中国保健品市场现状

二、中国保健品市场规模

三、中国保健品产品结构

四、中国保健品重点品牌

第二节中国中医保健品市场规模分析

一、中医保健品市场规模分析

二、中医保健品重点品牌分析

三、中医保健品市场规模预测

第三节中国中医保健品细分市场分析

一、补钙型保健品

二、补肾型保健品

三、改善睡眠保健品

四、儿童膳食补充剂

五、滋补养颜保健品

第四节中国中医保健品重点产品分析

- 一、冬虫夏草类产品
- 二、月见草油类产品
- 三、人参类产品
- 四、银杏叶类产品
- 五、保健茶类产品
- 六、固元膏产品

第五章中国中医保健品市场消费群体分析

第一节老年消费群体分析

- 一、老年中医保健品消费人群
- 二、老年中医保健品消费特征
- 三、老年中医保健品产品结构
- 四、老年中医保健品消费潜力

第二节女性中医保健品市场机会分析

- 一、女性中医保健品消费人群
- 二、女性中医保健品消费特征
- 三、女性中医保健品产品结构
- 四、女性中医保健品消费潜力

第三节男性中医保健品市场机会分析

- 一、男性中医保健品消费人群
- 二、男性中医保健品消费特征
- 三、男性中医保健品消费潜力

第四节亚健康中医保健品市场机会分析

- 一、亚健康中医保健品消费人群
- 二、亚健康中医保健品消费特征
- 三、亚健康中医保健品消费潜力

第六章中国中医保健品市场渠道分析

第一节商超渠道分析

第二节药店渠道分析

第三节电商渠道分析

第四节团购渠道分析

第五节直销渠道分析

第七章中国中医保健品行业产业链分析

第一节中医保健品行业产业链概述

第二节中医保健品上游产业发展状况分析

一、中药材产品种类分析

二、中药材播种面积分析

三、中药材销量情况分析

四、中药材价格情况分析

第三节中医保健品下游应用需求市场分析

一、人口规模结构分析

二、居民保健意识提升

三、居民医疗保健支出

四、疾病护理及亚健康保健

第八章中国中医保健品进出口数据分析

第一节2014-2016年中医保健品进出口情况分析

一、2014-2016年中医保健品进口规模分析

二、2014-2016年中医保健品出口规模分析

三、2016年中医保健品进口百强企业名单

四、2016年中医保健品出口百强企业名单

第二节影响中国中医保健品出口的因素分析

一、政策及标准差异

二、技术水平的差异

三、中西文化的差异

四、国际信誉的影响

第三节中国中医保健品出口对策及建议

第九章国内中医保健品生产厂商竞争力分析

第一节山东东阿阿胶股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、公司经营情况分析

四、企业经济指标分析

五、企业销售网络布局

六、企业竞争优势分析

第二节健康元药业集团股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、公司经营情况分析

四、企业经济指标分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展战略分析

第三节上海交大昂立股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、公司经营情况分析

四、企业经济指标分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展战略分析

第四节汤臣倍健股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、公司经营情况分析

四、企业经济指标分析

五、企业销售网络布局

六、企业发展战略分析

第五节北京同仁堂股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、公司经营情况分析

四、企业经济指标分析

五、企业销售网络布局

六、企业发展战略分析

第六节广州白云山医药集团股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、公司经营情况分析

四、企业经济指标分析

五、企业销售网络布局

六、企业发展战略分析

第七节佛山市顺德康富来保健品有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第十章2014-2020年中国中医保健品行业发展趋势与前景分析

第一节2014-2020年中国中医保健品行业行业前景调研分析

- 一、保健品行业趋势预测分析
- 二、中医保健品市场趋势分析
- 三、中医保健品市场前景分析

第二节2014-2020年中国中医保健品行业投资前景分析

- 一、政策监管风险分析
- 二、市场竞争风险分析
- 三、原料市场风险分析
- 四、食品安全风险分析

第三节2014-2020年中医保健品行业投资前景研究及建议

第十一章中医保健品企业投资规划建议与客户策略分析

第一节中医保健品企业发展战略规划背景意义

- 一、企业转型升级的需要
- 二、企业强做大做的需要
- 三、企业可持续发展需要

第二节中医保健品企业战略规划制定依据

- 一、国家产业政策
- 二、行业发展规律
- 三、企业资源与能力
- 四、可预期的战略定位

第三节中医保健品企业战略规划策略分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、区域战略规划
- 四、产业战略规划
- 五、营销品牌战略
- 六、竞争战略规划

第四节中医保健品企业重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、企业重点客户的鉴别与确定
- 三、企业重点客户的开发与培育
- 四、重点客户市场营销策略

图表目录：

图表1中医药企业直接向厂商采购原材料流程图示

图表2中医药企业国外采购原材料流程图示

图表3中医保健品主要销售模式图示

图表42014-2016年中国国内生产总值及增长变化趋势图

图表52014-2016年国内生产总值构成及增长速度统计

图表62014-2016年规模以上工业增加值及增长速度趋势图

图表72014-2016年中国全社会固定资产投资增长趋势图

图表82014-2016年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图

图表92016年中国主要消费品零售额及增长速度统计

图表102014-2016年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图

图表112014-2016年中国农村居民人均纯收入及增长趋势图

图表122014-2016年中国居民消费价格月度变化趋势图

图表13保健食品行业主管部门及相关职责

图表141996-2016年中国保健食品行业主要政策法规

图表152016年中国保健食品制造业经济指标统计

图表162016年中国保健食品制造业经济指标统计

图表172016年中国保健食品制造业经济指标统计

图表182014-2016年中国保健食品制造业企业数量统计

图表192014-2016年中国保健食品制造业资产总额统计

图表202014-2016年中国保健食品制造业销售收入统计

图表212014-2016年中国保健食品制造业利润总额统计

图表222014-2016年中国保健食品制造业资产负债率情况

图表232014-2016年中国保健食品制造业毛利率情况

图表242014-2016年中国保健食品制造业成本费用利润率情况

图表252014-2016年中国保健食品制造业资产利润率情况

图表262014-2016年中国保健食品制造业运营能力情况

图表272014-2016年中国保健食品制造业销售成本统计

图表282014-2016年中国保健食品制造业费用统计

图表292014-2016年中国保健品零售规模趋势图

图表302016年中国保健品产品结构图

图表312016年营养保健品品牌份额情况

图表322014-2016年中国中医保健品零售规模趋势图

图表33中国中医保健品品牌

图表342014-2020年中医保健品零售规模预测图

图表35中国补钙型营养保健品品牌渗透率情况统计

图表36中国补钙型营养保健品品牌购买比例统计

图表37中国补钙型营养保健食品前10品牌人口性别构成及其渗透率

- 图表38中国补钙型营养保健食品前10品牌人口年龄构成及其渗透率
- 图表39中国补钙型营养保健食品前10品牌人口婚姻状况构成及其渗透率
- 图表40中国补钙型营养保健食品前10品牌家庭人口数构成及其渗透率
- 图表41中国补肾型营养保健品品牌渗透率情况统计
- 图表42中国补肾型营养保健品品牌购买比例统计
- 图表43中国补肾型营养保健食品前10品牌人口性别构成及其渗透率
- 图表44中国补肾型营养保健食品前10品牌人口年龄构成及其渗透率
- 图表45中国补肾型营养保健食品前10品牌人口婚姻状况构成及其渗透率
- 图表46中国补肾型营养保健食品前10品牌家庭人口数构成及其渗透率
- 图表472014-2016年中医改善睡眠产品零售规模统计
- 图表482014-2016年中医儿科膳食补充剂零售规模统计
- 图表492014-2016年中医滋补养颜保健品零售规模统计
- 图表502014-2016年人参类保健品零售规模统计
- 图表512014-2016年银杏叶类保健品零售规模统计
- 图表522014-2016年中国老年人口数量变化趋势图
- 图表531990-2050年中国人口老龄化发展趋势图
- 图表54老年人服用健康保健品的频率
- 图表55老年人消费健康保健品的来源
- 图表56老年人选择服用健康保健品的主要原因
- 图表572014-2016年中国女性人口数及比重
- 图表58中国各年龄段女性人口占比
- 图表592014-2016年中国男性人口数及比重
- 图表60中国各年龄段性人口占比
- 图表61保健品药店渠道占比
- 图表62中医保健品产业链图示
- 图表63中国中药材播种面积统计
- 图表64中国中药材重点品种销售情况
- 图表652014-2016年中国人口总量增长趋势图
- 图表662016年中国人口数量及其构成情况统计
- 图表67中国城镇和农村居民家庭平均每人全年医疗保健消费支出统计
- 图表682014-2016年中国中药类保健品进口规模统计
- 图表692014-2016年中国中药类保健品出口规模统计
- 图表702016年中国医药保健品进口企业100强
- 图表712016年中国医药保健品出口企业100强
- 图表72山东东阿阿胶股份有限公司主要产品情况

图表732016年山东东阿阿胶股份有限公司分行业、分产品情况表

图表742016年山东东阿阿胶股份有限公司业务结构情况

图表752016年山东东阿阿胶股份有限公司分地区情况表

图表762014-2016年山东东阿阿胶股份有限公司收入与利润统计

图表772014-2016年山东东阿阿胶股份有限公司资产与负债统计

图表78健康元药业集团股份有限公司保健产品情况

图表792016年健康元药业集团股份有限公司分行业、分产品情况表

图表802016年健康元药业集团股份有限公司业务结构情况

图表812016年健康元药业集团股份有限公司分地区情况表

图表822014-2016年健康元药业集团股份有限公司收入与利润统计

图表832014-2016年健康元药业集团股份有限公司资产与负债统计

图表84上海交大昂立股份有限公司保健产品情况

图表852016年上海交大昂立股份有限公司分行业、分产品情况表

图表862016年上海交大昂立股份有限公司业务结构情况

图表872016年上海交大昂立股份有限公司分地区情况表

图表882014-2016年上海交大昂立股份有限公司收入与利润统计

图表892014-2016年上海交大昂立股份有限公司资产与负债统计

图表90汤臣倍健股份有限公司主要产品情况

图表912016年汤臣倍健股份有限公司分行业、分产品情况表

图表922016年汤臣倍健股份有限公司业务结构情况

图表932014-2016年汤臣倍健股份有限公司收入与利润统计

图表942014-2016年汤臣倍健股份有限公司资产与负债统计

图表952016年汤臣倍健股份有限公司分地区销售情况情况表

图表96北京同仁堂股份有限公司10大保健产品

图表972016年北京同仁堂股份有限公司分行业情况表

图表982014-2016年北京同仁堂股份有限公司收入与利润统计

图表992014-2016年北京同仁堂股份有限公司资产与负债统计

图表1002016年北京同仁堂股份有限公司分地区情况表

图表101广州白云山医药集团股份有限公司保健产品

图表1022016年广州白云山医药集团股份有限公司分行业、分产品情况表

图表1032016年广州白云山医药集团股份有限公司业务结构情况

(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：<http://baogao.chinabaogao.com/baojianpin/255583255583.html>