

中国中医营养行业运营模式发展态势与市场趋势 研究分析报告

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《中国中医营养行业运营模式发展态势与市场趋势研究分析报告》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/226321226321.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

第一章 中医营养行业发展概况

第一节 中医营养概述

一、行业界定

二、中医营养保健品概述

（一）产品分类

（二）产品开发现状

三、中医食疗概述

第二节 中医营养行业政策环境分析

一、中医营养保健食品行业

（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

二、中医食疗药膳餐饮行业

（一）行业管理体制分析

（二）餐饮食品安全相关政策综述

（三）中国药膳制作及从业资质基本要求

第二章 中国中医营养保健品市场分析

第一节 中国保健品市场分析

一、中国保健品市场现状

二、中国保健食品市场规模

三、中国保健品产品结构

四、保健品细分市场规模

五、中国保健品品牌结构

第二节 中国中医营养保健品市场规模分析

一、中医营养保健品市场规模分析

二、中医营养保健品市场规模预测（2015-2020年）

第三节 中国中医营养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

第三章 中医营养保健品行业产业链分析

第一节 中医营养保健品行业产业链概述

第二节 中医营养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、中药材销售情况分析

四、中药材价格情况分析

第三节 中医营养保健品销售渠道分析

一、商超渠道分析

二、药店渠道分析

三、电商渠道分析

四、团购渠道分析

五、直销渠道分析

第四章 中医营养保健品进出口数据分析

第一节 2013-2015年中医营养保健品进出口情况分析

一、2013-2015年中医营养保健品进口规模分析

二、2013-2015年中医营养保健品出口规模分析

三、2014年医药保健品进口百强企业名单

四、2014年医药保健品出口百强企业名单

第二节 影响中国中医营养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 中国中医营养保健品出口对策及建议

第五章 中国中医食疗餐厅行业分析

第一节 中医食疗餐厅发展环境分析

一、餐饮业发展概况

二、中医食疗餐厅介绍

三、中医食疗餐厅消费人群

四、中医食疗餐厅发展现状

五、餐饮业发展规划分析

第二节 中医食疗餐厅问题及对策

一、存在的问题

二、发展的对策

第三节 中医食疗餐厅运营方案

一、前期经营措施

二、关于营销工作方面

三、关于人员配备及管理方面

第六章 中国中医营养行业竞争格局及战略分析

第一节 中国中医营养行业竞争结构分析

一、行业现有企业间的竞争

二、行业新进入者威胁分析

三、替代产品或服务的威胁

四、上游供应商讨价还价能力

五、下游用户讨价还价的能力

第二节 中国中医营养行业竞争力分析

一、品牌竞争分析

二、成本竞争分析

三、价格竞争分析

四、技术竞争分析

第三节 中医营养企业投资兼并与重组分析

一、国内企业兼并重组发展态势

二、国内中医营养企业并购整合风险

三、中医营养行业并购与重组对策建议

第七章 中医营养分销渠道及营销策略分析

第一节 中医营养分销渠道及策略

一、中医营养市场分销模式比较

（一）直效分销模式

（二）代理经销模式

（三）关联营销模式

（四）混合营销模式

二、中医营养市场分销渠道策略

（一）建立分销体系的必要性

（二）企业分销商的选择策略

（三）制定分销政策考虑要素

（四）企业分销管理要点分析

第二节 中医营养市场营销策略分析

一、市场营销主要模式

二、营销步骤信息需求

三、市场营销策略分析

(一) 产品开发与定位策略

(二) 定价目标与价格策略

(三) 渠道建设与管理策略

(四) 企业品牌策略及运作

(五) 公共关系与推广策略

第八章 中医营养主要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

第九章 2015-2020年中国中医营养行业发展趋势与前景分析

第一节 2015-2020年中国中医营养行业投资环境分析

一、中国宏观环境分析

二、行业政策规划分析

第二节 2015-2020年中国中医营养行业投资前景分析

一、保健品行业发展前景分析

二、中医营养保健品市场趋势分析

三、中医营养保健品市场前景分析

第三节 2015-2020年中国中医营养行业投资风险分析

- 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

第四节 2015-2020年中医营养行业投资策略及建议

第十章 中医营养企业投融资战略规划分析

第一节 中医营养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 中医营养企业发展战略规划的制定原则

- 一、科学性
- 二、实践性
- 三、前瞻性
- 四、创新性
- 五、全面性
- 六、动态性

第三节 中医营养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

第十一章 中国中医营养企业投融资及IPO上市策略指导

第一节 中医营养企业融资渠道与选择分析

- 一、中医营养企业融资方法与渠道简析
- 二、利用股权融资谋划企业发展机遇
- 三、利用政府杠杆拓展企业融资渠道
- 四、适度债权融资配置自身资本结构
- 五、关注民间资本和外资的投资动向

第二节 中医营养企业境内IPO上市目的及条件

- 一、中医营养企业境内上市主要目的
- 二、中医营养企业上市需满足的条件
 - (一) 企业境内主板 IPO 主要条件
 - (二) 企业境内中小板IPO主要条件

(三) 企业境内创业板IPO主要条件

三、企业改制上市中的关键问题

第三节 中医营养企业IPO上市的相关准备

一、企业该不该上市

二、企业应何时上市

三、企业应何地上市

四、企业上市前准备

(一) 企业上市前综合评估

(二) 企业的内部规范重组

(三) 选择并配合中介机构

(四) 应如何选择中介机构

图表详见正文……

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baojianpin/226321226321.html>