

# 中国营养品产业全景调查及未来五年盈利战略分析报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国营养品产业全景调查及未来五年盈利战略分析报告》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/218337218337.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

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

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 2011-2015年营养品市场规模分析

第二节 2015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 2015-2020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 2011-2015年营养品产量统计分析

第二节 2011-2015年营养品历年消费量统计分析

第三节 2011-2015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调查

- 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 2011-2015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2015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2011-2015年国内营养品行业进出口量分析

##### 一、2011-2015年国内营养品行业进口分析

##### 二、2011-2015年国内营养品行业出口分析

#### 第二节2015-2020年国内营养品行业进出口市场预测分析

##### 一、2015-2020年国内营养品行业进口预测

##### 二、2015-2020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2015-2020年国内营养品行业品牌竞争格局展望

第八章 2015-2020年国内营养品行业品牌发展预测

第一节2015-2020年营养品行业市场财务数据预测

一、2015-2020年营养品行业总产值预测

二、2015-2020年营养品行业利润总额预测

三、2015-2020年营养品行业总资产预测

第二节2015-2020年营养品行业供需预测

一、2015-2020年营养品产量预测

二、2015-2020年营养品需求预测

第三节2015-2020年营养品行业投资机会

一、2015-2020年营养品行业主要领域投资机会

二、2015-2020年营养品行业出口市场投资机会

三、2015-2020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、2015-2020年影响营养品行业运行的有利因素分析

二、2015-2020年影响营养品行业运行的稳定因素分析

三、2015-2020年影响营养品行业运行的不利因素分析

四、2015-2020年我国营养品行业发展面临的挑战分析

五、2015-2020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、2015-2020年营养品行业市场风险及控制策略

二、2015-2020年营养品行业政策风险及控制策略

三、2015-2020年营养品行业经营风险及控制策略

四、2015-2020年营养品行业技术风险及控制策略

五、2015-2020年营养品同业竞争风险及控制策略

六、2015-2020年营养品行业其他风险及控制策略

第九章 2015-2020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、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、2015-2020年营养品市场趋势总结

二、2015-2020年营养品市场发展空间

三、2015-2020年营养品产业政策趋向

四、2015-2020年营养品技术革新趋势

五、2015-2020年营养品价格走势分析

第四节营养品行业投资风险分析

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策略分析

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2015-2020年营养品行业企业的标杆管理

第三节2015-2020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2015-2020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

图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baojianpin/218337218337.html>