

# 2015-2020年中国加盟保健品行业市场分析与发展前景研究报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2015-2020年中国加盟保健品行业市场分析与发展前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.chinairr.org/report/R10/R1006/201411/27-171403.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

营养产业也称为营养健康产业，在我国是一个成长性产业。营养产业是经济社会发展跨入新阶段后，为适应消费者全面营养、平衡营养的需要，运用营养学的基本原理和相关技术，进行营养技术开发、营养产品加工制造、营养资源开发利用和营养咨询认证服务等一系列活动的新兴产业。营养产品的基本特点是以食品面貌出现，在人们的日常生活中“不知不觉”地长期发挥营养保障和健康促进作用。营养产品的基本作用包括：对各类人群营养补充和营养失衡的调整；营养相关的人体功能的增强；儿童体格、智力发育的保障；学习认知、劳动能力、思维创造能力的促进；免疫能力健康维护水平的提高；营养相关慢性疾病的预防及辅助治疗；特定人群营养需求的满足；常规性营养保健作用等。

近年来，我国营养保健品市场零售额呈现稳步增长的趋势，到2013年，我国营养保健品市场零售额为699.46亿元，2014年，我国营养保健品市场零售额达到785亿元。

报告目录：

### 第一章 保健品加盟企业概况

#### 一、企业基本情况

- (一) 项目业主信息
- (二) 公司历史沿革
- (三) 公司组织结构
- (四) 公司人员构成

#### 二、企业经营业绩

#### 三、公司管理团队

- (一) 主要团队管理人员
- (二) 团队素质

### 第二章 保健品加盟企业产品及服务

#### 一、企业经营模式

#### 二、企业主要服务产品结构

#### 三、中心卖场与直营保健品加盟店卖场

- (一) 中心卖场规划
- (二) 卖场设计
- (三) 卖场运营管理

(四) 直营卖场保健品加盟店运作计划

#### 四、加盟保健品加盟店

(一) 加盟保健品加盟店经营模式

(二) 加盟业务操作与流程

(三) 加盟成本费用和投资预测

(四) 加盟商利益分析

#### 六、增值服务

(一) 电子商务服务

(二) 物流服务

#### 七、服务质量控制

### 第三章 保健品行业和市场分析

#### 一、产品行业现状及发展前景

(一) 产品行业现状

(二) 产品行业发展前景

(三) 产品商业零售行业现状与发展前景

#### 二、市场分析

(一) 市场潜力

(二) 市场增长预测

(三) 目标市场

(四) 市场份额

#### 三、市场竞争及对策

(一) 市场竞争情况

(二) 竞争对策

#### 四、产业政策

### 第四章 保健品加盟店营销战略与CIS计划

#### 一、营销目标

#### 二、营销策略

(一) 品牌策略

(二) 服务市场定位与组合策略

(三) 价格策略

(四) 销售方式与渠道营销策略

(五) 广告策略

(六) 促销策略

(七) 公关策略

三、营销队伍建设计划

四、CIS计划

(一) 企业CIS战略

(二) 保健品加盟店统一CIS系统

五、售后服务体系

(一) 服务宗旨

(二) 售后服务体系及基本功能

六、文化活动营销策略

第五章 保健品加盟店建设计划

一、建设内容与规模

二、选址及项目地区概况

(一) 保健品加盟店选址

(二) 项目地区简介

三、直营中心卖场建设计划

(一) 建设内容与投资概算

(二) 建设进度

四、保健品加盟店建设计划

(一) 建设内容与规模

(二) 建设进度

(三) 保健品加盟店建设投资概算

五、保健品加盟店商务网建网计划

(一) 保健品加盟店商务网络系统建网目标

(二) 网络设计原则

(三) 网络拓扑结构图

(四) 外部WEB站点

(五) 网络系统投资概算

六、建设成本控制

## 第六章 发展战略及目标

### 一、长期发展战略

### 二、战略发展目标

#### （一）质化目标

#### （二）量化目标

### 三、加盟企业经营发展战略

#### （一）企业总体经营发展战略

#### （二）企业运营体制

#### （三）产品服务发展战略

#### （四）资本运营战略

#### （五）国际发展战略

## 第七章 保健品加盟店管理

### 一、保健品加盟店管理组织结构

#### （一）公司总部机构设置

#### （二）卖场机构设置

### 二、管理机制

#### （一）董事会领导下的总经理负责制

#### （二）人才激励机制

#### （三）财务控制机制

#### （四）监督机制

#### （五）管理信息系统（MIS）

### 三、人力资源计划

#### （一）公司雇员计划

#### （二）教育与培训

### 四、企业文化

#### （一）企业文化建设的重要性

#### （二）企业文化建设的目标

#### （三）企业文化的构成

#### （四）企业文化建设方案

#### （五）企业文化的实现

## 第八章 保健品加盟店财务分析

### 一、营业收入预测

### 二、营业成本与费用规划

#### （一）营业成本

#### （二）营业费用

#### （三）管理费用

#### （四）财务费用

#### （五）总成本费用

### 三、资本支出

### 四、损益表和现金流量表

#### （一）常规假设

#### （二）特定假设

#### （三）利润预测及现金流量表

### 五、财务分析结论

## 第九章 保健品加盟店融资要求及说明

### 一、资金需求及使用计划

#### （一）项目资金需求

#### （二）资金方案

#### （三）要求资金到位时间

### 二、投资建议及股本结构

#### （一）融资方式

#### （二）股权融资及股本结构

### 三、投资者权力的安排

### 四、投资者介入公司业务的程度建议

### 五、风险投资退出方式

## 第十章 保健品加盟店风险及对策

### 一、政策风险及对策

### 二、市场风险及对策

### 三、经营管理风险及对策

### 四、融资风险及对策

## 五、不可抗力及对策

### 第十一章 附件附表

#### 一、附件

- (一) 营业执照影本
- (二) 董事会名单及简历
- (三) 主要经营团队名单及简历
- (四) 专业术语说明
- (五) 专利证书生产许可证鉴定证书等
- (六) 注册商标
- (七) 企业形象设计宣传资料(标识设计、说明书、出版物、包装说明等)
- (八) 演示文稿及报道
- (九) 场地租用证明
- (十) 作业流程图
- (十一) 服务项目市场成长预测图

#### 二、附表

- (一) 主要服务项目目录
- (二) 主要客户名单
- (三) 主要供货商及经销商名单
- (四) 主要设备清单
- (五) 市场调查表
- (六) 预估分析表
- (七) 各种财务报表及财务预估表

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R10/R1006/201411/27-171403.html>