

2015-2022年中国老年保健品行业分析与投资战略咨询报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2015-2022年中国老年保健品行业分析与投资战略咨询报告》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/R1003/201507/27-185052.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

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

中国保健食品行业兴起于80年代，发展至今，经历了几次大起大落。随着社会进步和经济发展，人类对自身的健康日益关注。20世纪90年代以来，全球居民的健康保健消费逐年攀升，对营养保健品的需求十分旺盛。在按国际标准划分的15类国际化产业中，医药保健是世界贸易增长最快的五个行业之一，保健食品的销售额每年以10%以上的速度增长。

报告目录：

第一部分老年保健品产业深度分析

第一章老年保健品行业发展综述1

第一节老年保健品行业定义及分类1

一、行业定义1

二、行业主要产品分类1

第二节老年保健品行业特征分析1

一、产业链分析1

二、老年保健品行业在国民经济中的地位2

三、老年保健品行业生命周期分析5

1、行业生命周期理论基础5

2、老年保健品行业生命周期8

第三节最近3-5年中国老年保健品行业经济指标分析9

一、赢利性9

二、成长速度9

三、进入壁垒 / 退出机制10

四、风险性17

五、竞争激烈程度指标17

第二章我国老年保健品行业运行分析19

第一节我国老年保健品行业发展状况分析19

一、我国老年保健品行业发展阶段19

二、我国老年保健品行业发展总体概况20

三、我国老年保健品行业发展特点分析21

四、我国老年保健品行业商业模式分析22

第二节2014-2015年老年保健品行业发展现状23

一、2014-2015年我国老年保健品行业市场规模23

二、2014-2015年我国老年保健品行业发展分析24

三、2014-2015年中国老年保健品企业发展分析24

第三节老年保健品产品价格分析25

一、2014-2015年老年保健品价格走势25

二、影响老年保健品产品价格的关键因素分析25

1、市场竞争因素25

2、成本费用因素25

3、产品创新因素25

4、成本26

三、2015-2022年老年保健品产品价格变化趋势30

四、主要老年保健品企业价位及价格策略31

第三章我国老年保健品行业整体运行指标分析45

第一节2014-2015年中国老年保健品行业总体规模分析45

一、企业数量结构分析45

二、人员规模状况分析46

三、行业资产规模分析47

四、行业市场规模分析47

第二节2014-2015年中国老年保健品行业产销情况分析48

一、我国老年保健品行业工业总产值48

二、我国老年保健品行业工业销售产值48

三、我国老年保健品行业产销率48

第三节2014-2015年中国老年保健品行业财务指标总体分析49

一、行业盈利能力分析49

二、行业偿债能力分析51

三、行业营运能力分析52

四、行业发展能力分析53

第四章我国老年保健品行业供需形势分析55

第一节老年保健品行业生产分析55

- 一、2014-2015年老年保健品行业生产规模及增速55
- 二、2015-2022年老年保健品行业产量产能变化趋势56
- 三、老年保健品行业区域生产分析56
- 第二节2014-2015年我国老年保健品行业需求情况57
 - 一、老年保健品行业需求市场57
 - 二、老年保健品行业客户结构57
- 第三节老年保健品产品市场应用及需求预测57
 - 一、老年保健品产品应用市场总体需求分析57
 - 1、老年保健品产品应用市场需求特征57
 - 2、老年保健品产品应用市场需求总规模58
 - 二、2015-2022年老年保健品行业领域需求量预测58
 - 1、2015-2022年老年保健品行业领域需求产品功能预测58
 - 2、2015-2022年老年保健品行业领域需求产品市场格局预测58
 - 三、重点行业老年保健品产品需求分析预测59

第五章我国老年保健品行业进出口结构分析61

第一节老年保健品行业进出口市场分析61

- 一、老年保健品行业进出口综述61
 - 1、中国老年保健品进出口的特点分析61
 - 2、中国老年保健品进出口地区分布状况61
 - 3、中国老年保健品进出口的贸易方式及经营企业分析62
 - 4、中国老年保健品进出口政策与国际化经营67
- 二、老年保健品行业出口市场分析68
 - 1、2014-2015年行业出口总额分析68
 - 2、2014-2015年行业出口产品结构68
- 三、老年保健品行业进口市场分析68
 - 1、2014-2015年行业进口总额分析68
 - 2、2014-2015年行业进口产品结构69

第二节中国老年保健品进出口面临的挑战及对策69

- 一、中国老年保健品进出口面临的挑战69
- 二、中国老年保健品行业未来进出口展望69
- 三、中国老年保健品产品进出口对策70

第二部分老年保健品产业结构分析

第六章老年保健品行业产业结构分析72

第一节老年保健品产业结构分析72

一、市场细分充分程度分析72

二、各细分市场领先企业排名72

三、各细分市场占总市场的结构比例73

四、领先企业的结构分析（所有制结构）73

第二节产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析73

一、产业价值链的构成73

二、产业链条的竞争优势与劣势分析74

第三节产业结构发展预测75

一、产业结构调整指导政策分析75

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素75

三、中国老年保健品行业参与国际竞争的战略市场定位75

四、产业结构调整方向分析76

第七章我国老年保健品行业产业链分析77

第一节老年保健品行业产业链分析77

一、产业链结构分析77

二、主要环节的增值空间77

三、与上下游行业之间的关联性77

第二节老年保健品上游行业分析77

一、老年保健品产品成本构成77

二、2014-2015年上游行业发展现状77

三、2015-2022年上游行业发展趋势79

四、上游供给对老年保健品行业的影响81

第三节老年保健品下游行业分析81

一、老年保健品下游行业分布81

二、2014-2015年下游行业发展现状82

三、2015-2022年下游行业发展趋势83

四、下游需求对老年保健品行业的影响90

第八章我国老年保健品行业渠道分析及策略91

第一节老年保健品行业渠道分析91

一、渠道形式及对比91

二、各类渠道对老年保健品行业的影响91

三、主要老年保健品企业渠道策略研究94

第二节老年保健品行业用户分析96

一、老年消费者的购买心理特点96

1、消费观念成熟96

2、对保健品的使用追求简单方便96

3、对保健品的价格追求真实96

4、对提供服务的期望热情耐心97

二、城市老年消费者购买行为分析97

1、购买行为分析97

2、消费方式分析98

3、信息收集分析98

4、购买决策分析98

第三节老年保健品行业营销策略分析99

一、中国老年保健品营销概况99

二、老年保健品营销策略探讨99

三、老年保健品营销发展趋势101

第三部分老年保健品行业竞争格局分析

第九章我国老年保健品行业竞争形势及策略107

第一节行业总体市场竞争状况分析107

一、老年保健品行业竞争波特五力模型分析107

1、产业内部的竞争107

2、潜在进入者108

3、替代品的威胁109

4、买方的议价能力109

5、供应商的议价能力110

二、老年保健品行业企业间竞争格局分析110

三、老年保健品行业集中度分析110

四、老年保健品行业SWOT分析111

1、优势111

2、劣势111

3、威胁114

4、机遇115

第二节中国老年保健品行业竞争格局综述116

一、老年保健品行业竞争概况116

1、中国老年保健品行业竞争格局116

2、老年保健品行业未来竞争格局和特点118

3、老年保健品市场进入及竞争对手分析119

二、中国老年保健品行业竞争力分析119

1、我国老年保健品行业竞争力剖析119

2、我国老年保健品企业市场竞争的优势120

3、国内老年保健品企业竞争能力提升途径120

三、老年保健品市场竞争策略分析121

第十章老年保健品行业领先企业经营形势分析123

第一节健康元药业集团股份有限公司123

一、企业概况123

二、企业优势分析124

三、2014-2015年经营状况125

四、2015-2022年发展规划128

第二节上海交大昂立股份有限公司129

一、企业概况129

二、企业优势分析129

三、2014-2015年经营状况131

四、2015-2022年发展规划134

第三节山东东阿阿胶股份有限公司134

一、企业概况134

二、企业优势分析136

三、2014-2015年经营状况137

四、2015-2022年发展规划140

第四节哈药集团股份有限公司142

一、企业概况142

二、企业优势分析143

三、2014-2015年经营状况143

四、2015-2022年发展规划147

第五节汤臣倍健股份有限公司147

一、企业概况147

二、企业优势分析148

三、2014-2015年经营状况149

四、2015-2022年发展规划151

第六节江中药业股份有限公司153

一、企业概况153

二、企业优势分析153

三、2014-2015年经营状况154

四、2015-2022年发展规划157

第七节红桃K集团159

一、企业概况159

二、企业优势分析160

三、2014-2015年经营状况161

四、2015-2022年发展规划161

第八节瑞年国际有限公司162

一、企业概况162

二、企业优势分析163

三、2014-2015年经营状况164

四、2015-2022年发展规划166

第九节上海黄金搭档生物科技有限公司167

一、企业概况167

二、企业优势分析168

三、2014-2015年经营状况168

四、2015-2022年发展规划169

第十节广东康富来药业有限公司169

一、企业概况169

- 二、企业优势分析169
- 三、2014-2015年经营状况170
- 四、2015-2022年发展规划170

第四部分老年保健品行业投资价值研究

第十一章2015-2022年老年保健品行业投资前景171

第一节2015-2022年老年保健品市场发展前景171

- 一、2015-2022年老年保健品市场发展潜力171
- 二、2015-2022年老年保健品市场发展前景展望171
- 三、2015-2022年老年保健品细分行业发展前景分析172

第二节2015-2022年老年保健品市场发展趋势预测172

- 一、2015-2022年老年保健品行业发展趋势172
- 二、2015-2022年老年保健品市场规模预测173
- 三、2015-2022年细分市场发展趋势预测173

第三节2015-2022年中国老年保健品行业供需预测175

- 一、2015-2022年中国老年保健品行业供给预测175
- 二、2015-2022年中国老年保健品行业需求预测176

第四节影响企业生产与经营的关键趋势179

- 一、市场整合成长趋势179
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测180
- 三、企业区域市场拓展的趋势180
- 四、科研开发趋势及替代技术进展183
- 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势183

第十二章2015-2022年老年保健品行业投资环境分析185

第一节老年保健品行业政治法律环境分析185

- 一、行业管理体制分析185
- 二、行业主要法律法规185
- 三、行业相关发展规划186

第二节老年保健品行业经济环境分析199

- 一、国际宏观经济形势分析199
- 二、国内宏观经济形势分析200

三、产业宏观经济环境分析226

第三节老年保健品行业社会环境分析228

一、老年保健品产业社会环境228

二、社会环境对行业的影响228

三、老年保健品产业发展对社会发展的影响228

第四节老年保健品行业技术环境分析229

一、老年保健品技术分析229

二、老年保健品技术发展水平230

三、行业技术发展趋势230

第十三章2015-2022年老年保健品行业投资机会与风险231

第一节老年保健品行业投融资情况231

一、行业资金渠道分析231

二、固定资产投资分析231

三、兼并重组情况分析231

第二节2015-2022年老年保健品行业投资机会232

一、产业链投资机会232

二、细分市场投资机会232

三、重点区域投资机会233

第三节2015-2022年老年保健品行业投资风险及防范233

一、市场竞争风险233

二、政策风险及防范234

三、技术风险及防范241

四、金融风险及防范243

五、贸易风险及防范246

六、财务分析及防范248

第十四章老年保健品行业投资战略研究253

第一节老年保健品行业发展战略研究253

一、战略综合规划253

二、技术开发战略261

三、业务组合战略266

四、区域战略规划268

五、产业战略规划278

六、竞争战略规划280

七、营销品牌战略288

第二节对我国老年保健品品牌的战略思考289

一、企业品牌的重要性289

二、实施品牌战略的意义290

三、企业的品牌战略292

四、品牌的竞争趋势293

五、品牌战略管理的策略294

第三节老年保健品经营策略分析295

一、产品策略295

1、注重核心产品的质量和功效295

2、注重产品设计满足老年消费者的习惯和审美296

3、产品组合要简单而集中297

4、老年保健产品的市场定位应准确297

5、注重老年保健产品品牌的树立和维护298

6、注重老年保健品的包装298

二、价格策略300

1、渗透定价策略300

2、心理定价策略301

3、企业定价与竞争者的定价策略301

三、渠道策略302

1、区域代理的渠道模式303

2、多家代理制渠道的模式303

3、依靠药房销售模式304

四、促销策略305

1、广告媒体的选择306

2、广告表现形式要符合老年人的习惯和审美306

3、广告表现的诉求点要明确307

4、通过广告改变老年人的消费观念308

第四节老年保健品行业投资战略研究309

- 一、2015年老年保健品行业投资战略309
- 二、2015-2022年老年保健品行业投资战略309
- 三、2015-2022年细分行业投资战略311

第十五章研究结论及投资建议312

第一节老年保健品行业研究结论312

第二节老年保健品行业投资价值评估313

第三节老年保健品行业投资建议314

一、行业发展策略建议314

二、行业投资方向建议316

三、行业投资方式建议319

图表目录：

图表：2015年保健品市场企业数量规模结构分析2

图表：2015年保健品市场产值亿元以上企业产值占比分析3

图表：2015年营养保健品市场产值占GDP比重分析4

图表：2015年保健品市场产值结构分析4

图表：2015年老年保健品市场产值占GDP比重分析5

图表：行业发展周期7

图表：产品生命周期7

图表：2010-2015年老年保健品市场规模及增长23

图表：2010-2015年老年保健品产值规模及增长24

图表：2010-2015年保健食品企业数量统计24

图表：2014-2015年老年保健品价格指数分析25

图表：市场定位分析44

图表：2015年保健品行业企业数量类型结构分析45

图表：2010-2015年保健食品企业数量统计46

图表：2010-2015年老年保健品企业平均人员数量46

图表：2010-2015年老年保健品企业资产规模47

图表：2010-2015年老年保健品市场规模及增长47

图表：2015年老年保健品制造工业总产值情况统计48

图表：2015年老年保健品制造工业销售产值情况统计48

图表：2015年老年保健品制造工业产销率情况统计48

图表：2011-2015年老年保健品资产利润率49

图表：2011-2015年老年保健品销售毛利率分析50

图表：2011-2015年老年保健品营业利润率分析50

图表：2011-2015年老年保健品资产负债率分析51

图表：2011-2015年老年保健品流动比率分析51

图表：2011-2015年老年保健品利息保障倍数分析52

图表：2011-2015年老年保健品存货周转率分析52

图表：2011-2015年老年保健品存货周转天数分析53

图表：2011-2015年老年保健品存货周转率分析53

图表：2011-2015年老年保健品存货周转天数分析54

图表：2010-2015年老年保健品市场规模及增长55

图表：2015-2022年老年保健品产量规模及增长56

图表：2015年中国老年保健品出口地区61

图表：2015年中国老年保健品进口地区62

图表：2015年保健品出口额情况统计68

图表：2015年中国保健品出口产品结构68

图表：2015年保健品进口额情况统计68

图表：2015年中国保健品进口产品结构69

图表：老年人保健品领先企业72

图表：2015年老年人保健品产品结构73

图表：2015年健康元药业集团按行业构成经营分析125

图表：2015年健康元药业集团按产品构成经营分析125

图表：2015年健康元药业集团按区域构成经营分析125

图表：2014-2015年健康元药业集团偿债能力分析126

图表：2014-2015年健康元药业集团资本结构分析126

图表：2014-2015年健康元药业集团经营效率分析126

图表：2014-2015年健康元药业集团盈利能力分析127

图表：2014-2015年健康元药业集团发展能力分析127

图表：2014-2015年健康元药业集团现金流分析127

图表：2014-2015年健康元药业集团利润分配分析128

图表：2015年上海交大昂立股份有限公司按行业构成经营分析131

图表：2015年上海交大昂立股份有限公司按产品构成经营分析131

图表：2015年上海交大昂立股份有限公司按区域构成经营分析131

图表：2014-2015年上海交大昂立股份有限公司偿债能力分析132

图表：2014-2015年上海交大昂立股份有限公司资本结构分析132

图表：2014-2015年上海交大昂立股份有限公司经营效率分析132

图表：2014-2015年上海交大昂立股份有限公司获利能力分析133

图表：2014-2015年上海交大昂立股份有限公司发展能力分析133

图表：2014-2015年上海交大昂立股份有限公司现金流分析133

图表：2014-2015年上海交大昂立股份有限公司利润分配分析134

图表：2015年山东东阿阿胶股份有限公司按行业构成经营分析137

图表：2015年山东东阿阿胶股份有限公司按产品构成经营分析137

图表：2015年山东东阿阿胶股份有限公司按区域构成经营分析138

图表：2014-2015年山东东阿阿胶股份有限公司偿债能力分析138

图表：2014-2015年山东东阿阿胶股份有限公司资本结构分析138

图表：2014-2015年山东东阿阿胶股份有限公司经营效率分析139

图表：2014-2015年山东东阿阿胶股份有限公司盈利能力分析139

图表：2014-2015年山东东阿阿胶股份有限公司发展能力分析139

图表：2014-2015年山东东阿阿胶股份有限公司现金流分析140

图表：2014-2015年山东东阿阿胶股份有限公司利润分配分析140

图表：2015年哈药集团股份有限公司按行业构成经营分析143

图表：2015年哈药集团股份有限公司按产品构成经营分析144

图表：2015年哈药集团股份有限公司按区域构成经营分析144

图表：2014-2015年哈药集团股份有限公司偿债能力分析144

图表：2014-2015年哈药集团股份有限公司资本结构分析145

图表：2014-2015年哈药集团股份有限公司经营效率分析145

图表：2014-2015年哈药集团股份有限公司获利能力分析145

图表：2014-2015年哈药集团股份有限公司发展能力分析146

图表：2014-2015年哈药集团股份有限公司现金流分析146

图表：2014-2015年哈药集团股份有限公司利润分配分析146

图表：2015年汤臣倍健股份有限公司按行业构成经营分析149

图表：2015年汤臣倍健股份有限公司按产品构成经营分析150

图表：2015年汤臣倍健股份有限公司按区域构成经营分析150

图表：2014-2015年汤臣倍健股份有限公司盈利能力分析150

图表：2014-2015年汤臣倍健股份有限公司偿债能力分析150

图表：2014-2015年汤臣倍健股份有限公司运营能力分析151

图表：2014-2015年汤臣倍健股份有限公司周转率分析151

图表：2014-2015年汤臣倍健股份有限公司利润分配分析151

图表：2015年江中药业股份有限公司按行业构成经营分析154

图表：2015年江中药业股份有限公司按产品构成经营分析154

图表：2015年江中药业股份有限公司按区域构成经营分析154

图表：2014-2015年江中药业股份有限公司偿债能力分析155

图表：2014-2015年江中药业股份有限公司资本结构分析155

图表：2014-2015年江中药业股份有限公司经营效率分析155

图表：2014-2015年江中药业股份有限公司获利能力分析156

图表：2014-2015年江中药业股份有限公司发展能力分析156

图表：2014-2015年江中药业股份有限公司现金流分析156

图表：2014-2015年江中药业股份有限公司利润分配分析157

图表：2014-2015年瑞年国际有限公司财务指标分析164

图表：2014-2015年瑞年国际有限公司资产负债分析165

图表：2010-2015年瑞年国际有限公司现金流分析165

图表：2010-2015年瑞年国际有限公司综合损益表166

图表：2010-2015年老年保健品市场规模及增长173

图表：2015-2022年老年保健品产量规模及增长175

图表：我国人口结构及老龄化人口发展趋势预测177

图表：我国老年市场容量预测178

图表：2010-2015年中国GDP规模及增长200

图表：2008-2012我国第一产业增加值统计201

图表：2010-2015年我国第二产业增加值统计201

图表：2010-2015年我国第三产业增加值统计202

图表：2011-2012中国GDP季度增长202

图表：2011-2012中国规模以上工业增加值增速203

图表：2015年一季度各省市GDP分析203

图表：2008年-2015年CPI走势分析204

图表：2011-2015年收入与物价扩散指数205

图表：2011-2015年工业生产者出厂价格涨跌幅206

图表：2011-2015年工业生产购进价格涨跌幅207

图表：2014-2015年CPI和PPI走势分析207

图表：2006-2012消费品零售销售和城镇居民家庭人均可支配收入对比分析208

图表：2015年中国各省市城镇居民家庭分析209

图表：2015年原材料进价指数分析212

图表：2015年消费价格指数分析212

图表：2011-2012中国固定资产投资（不含农户）增速215

图表:2010-2015年固定投资分析215

图表：2015年固定投资分析216

图表：2015年国房景气指数216

图表：2010-2015年中国贸易总额规模及增长219

图表：2010-2015年中国贸易进出口情况对比220

图表：2010-2015年中国进出口贸易差额规模及增长220

图表：2010-2015年一般贸易和加工贸易变化情况分析221

图表：2010-2015年我国一般贸易进出口的月度变化221

图表：2015年加工贸易和外商投资企业进口设备的月度增长变化222

图表：2015年我国实际使用外资及用于加工贸易的外资月度变化222

图表：2015年中国出口国别结构223

图表：2015年中国出口国别结构223

图表：2011-2015年中国进口国别结构224

图表：2015年中国与主要贸易伙伴的贸易差额224

图表：1996-2015年劳动密集型产品出口225

图表：1995-2015年不同地区的出口贸易份额的变化225

图表：1995-2015年不同地区的进口贸易份额的变化226

图表：2011-2015年中国服务贸易进出口情况226

图表：确定公司战略目标的步骤256

图表：制定公司战略规划的步骤256

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R10/R1003/201507/27-185052.html>