

中国保健食品行业“十二五”规划发展指导报告

报告目录及图表目录

一、报告报价

《中国保健食品行业“十二五”规划发展指导报告》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/R07/R0704/201011/03-56401.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

2010年是中国十一五收官之年，起草和编制下一个五年发展规划已列入今年政府工作的重要议事日程。从国务院多部门前期调研透露的信息看，未来五年中国将开启经济与社会的双重转型，以转变发展方式和调整经济结构为主线，部署中国经济社会从外需向内需、从高碳向低碳，从强国向富民的三大转型。

十一五结构调整目标料难实现，转变发展方式进展缓慢，投资和出口仍是中国经济的主要推动力，经济增长严重依赖要素投入，增长效益提高不明显。贸易顺差巨大，国际收支失衡，庞大的外汇占款导致货币发行量激增，引发资产价格泡沫风险。此次国际金融危机后，国际经济环境发生了自二战以来最深刻的变化，外需难以恢复到危机前水平。因此，十二五期间必须有效扩大国内需求，特别是消费需求，减少经济增长对外部需求的过多依赖。同时工业占GDP的比重也达到极限，十二五期间工业化亦很难再提速，规模扩张的工业化模式必然要让位于质量提升的增长模式。

近几年我国保健食品行业发展速度较快，受益于保健食品行业生产技术不断提高以及下游需求市场不断扩大，保健食品行业在国内和国际市场上发展形势都十分看好。虽然受金融危机影响使得保健食品行业近两年发展速度略有减缓，但随着我国国民经济的快速发展以及国际金融危机的逐渐消退，我国保健食品行业重新迎来良好的发展机遇。进入2010年我国保健食品行业面临新的发展形势，由于新进入企业不断增多，上游原材料价格持续上涨，导致行业利润降低，因此我国保健食品行业市场竞争也日趋激烈。面对这一现状，保健食品行业业内企业要积极应对，注重培养创新能力，不断提高自身生产技术，加强企业竞争优势，于此同时保健食品行业内企业还应全面把握该行业的市场运行态势，不断学习该行业最新生产技术，了解该行业国家政策法规走向，掌握同行业竞争对手的发展动态，只有如此才能使企业充分了解该行业的发展动态及自身在行业中所处地位，并制定正确的发展策略以使企业在残酷的市场竞争中取得领先优势。

中国产业研究报告网发布的《中国保健食品行业“十二五”规划发展指导报告》共十二章。首先介绍了中国保健食品行业相关概述，接着分析了中国保健食品行业全球市场发展状况，然后对中国保健食品行业市场运行环境及运行现状进行了重点分析，最后分析了中国保健食品行业的发展趋势及投资前景，并提出相应投资策略。您若想对中国保健食品行业有个系统的了解，透视行业发展现状、锚定未来、战略前瞻、科学规划，寻求技术突破、产业创新、经济发展，为引领下一轮发展打下坚实的基础，本报告是您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。

第一章 保健食品行业相关概述

第一节 保健食品阐述

- 一、保健食品的功用
- 二、保健食品与一般食品的区别
- 三、保健食品的外延

第二节 保健食品的分类

- 一、原料来源分类
- 二、产品剂型分类
- 三、保健品功能分类

第三节 中国保健食品的历程

- 一、起步阶段
- 二、启动成长阶段
- 三、竞争发展阶段
- 四、“信任危机”阶段
- 五、“盘整复兴”阶段

第二章 “十一五”期间保健食品行业全球发展状况分析

第一节 2010年世界保健食品运行总况

- 一、世界保健食品所处发展阶段
- 二、世界保健食品市场监管分析
- 三、世界保健食品标识内容的现状分析
- 四、世界保健食品品市场动态分析

第二节 2010年日本保健食品的细分化管理

- 一、特定保健用食品
- 二、营养机能食品
- 三、健康食品

第三节 2010年世界其它地区保健食品发展及动态分析

- 一、美国提高保健食品行业门槛
- 二、韩国开发营养保健食品概况

三、加拿大营养保健食品行业发展现状

三、大豆：国际保健食品市场新宠

第三章 “十一五”期间中国保健食品行业发展环境分析

第一节 国内宏观经济情况分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2011年中国宏观经济发展预测分析

第二节 中国保健食品行业政策环境分析

一、保健食品行业监管体制分析

二、保健食品行业相关政策分析

第四章 “十一五”期间我国保健食品消费市场分析

第一节 2010年中国保健食品消费者分析

一、现代人的保健观念

二、保健食品消费者消费行为分析

三、保健食品消费群体分析

第二节 2010年中国保健食品消费者市场分析

一、中老年保健食品市场发展分析

二、女性保健食品市场发展状况分析

三、儿童青少年保健食品市场发展状况分析

第三节 2010年中国保健食品热点产品市场分析

一、“改善皮肤水份”功能保健食品市场分析

二、“增加骨密度”功能保健食品市场分析

三、“排铅”功能保健食品市场分析

四、“抗疲劳”功能保健食品市场分析

五、抗辐射功能保健食品市场

六、补血、补脑类保健品产品市场分析

第五章 保健食品行业“十一五”运行新态势分析

第一节 2010年中国保健品业运行综述

一、保健品市场进入“冰封”时期

二、保健品行业困境之中被迫转型

三、中国保健品行业备受外资青睐

第二节 2010年中国保健食品业运行透析

一、保健食品市场资源状况

二、保健食品行业进入严管时代

三、保健食品总体需求状况分析

第三节 2010年中国保健食品业发展中存在的问题分析

一、功能结构不尽合理

二、迅速崛起飞快没落、波动较大

三、虚假宣传误导消费

四、产品百花齐放

五、质量水平参差不齐

第六章 保健食品行业“十一五”规划期间行业运行监测数据分析

第一节 2008-2010年中国保健食品行业总体数据分析

一、2008年中国保健食品行业全部企业数据分析

二、2009年中国保健食品行业全部企业数据分析

三、2010年中国保健食品行业全部企业数据分析

第二节 2008-2010年中国保健食品行业不同规模企业数据分析

一、2008年中国保健食品行业不同规模企业数据分析

二、2009年中国保健食品行业不同规模企业数据分析

三、2010年中国保健食品行业不同规模企业数据分析

第三节 2008-2010年中国保健食品行业不同所有制企业数据分析

一、2008年中国保健食品行业不同所有制企业数据分析

二、2009年中国保健食品行业不同所有制企业数据分析

三、2010年中国保健食品行业不同所有制企业数据分析

第七章 保健食品行业“十二五”规划基本思路分析

第一节 保健食品行业面临的主要问题

第二节 保健食品行业面临的发展形势分析

第三节 保健食品行业“十二五”规划基本思路及基本原则

第四节 保健食品行业“十二五”规划主要目标及主要任务

第五节 保健食品行业“十二五”规划保障措施分析

第八章 集团企业制定“十二五”规划指导

第一节 集团企业制定“十二五”规划主要内容

- 一、“十一五”战略规划回顾和效果评估
- 二、“十二五”规划编制的指导思想和发展思路
- 三、“十二五”规划编制的基本出发点
- 四、“十二五”规划编制的流程
- 五、“十二五”规划编制的基础和方法
- 六、“十二五”规划编制的成果体现
- 七、“十二五”规划编制的内容

第二节 制订战略规划后的战略管理

- 一、战略规划的质询、批准与公布
- 二、战略规划的执行
- 三、战略执行效果的评估
- 四、战略检讨与调整

第九章 保健食品行业“十二五”区域竞争格局研究

第一节 “十二五”保健食品行业区域格局变化预测

第二节 保健食品行业重点区域市场研究

- 一、重点区域市场发展现状
- 二、重点区域市场未来演变趋势

第三节 保健食品行业“十二五”潜在兼并及重组机会预测

- 一、行业兼并重组趋势
- 二、主要企业及地区兼并重组动向预测

第十章 2010年中国营养保健食品重点企业竞争力分析

第一节 上海交大昂立股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 宝健（中国）日用品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 卫材（苏州）制药有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 完美(中国)日用品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 北京澳特舒尔保健品开发有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 康宝莱（中国）保健品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 岳阳市本草生物工程有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节 广州黄振龙凉茶有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九节 南京九蜂堂蜂产品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十节 深圳市博康保健品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十一章 保健食品行业“十二五”发展预测分析

第一节 “十二五”中国营养保健食品行业发展趋势分析

一、公众自我保健意识加强推动产业发展

二、医疗体制改革对产业发展起到助推作用

第二节 “十二五”中国营养保健食品行业市场预测分析

一、中国营养保健食品种类供需预测分析

二、中国营养保健食品潜在消费者发展趋势预测分析

三、中国营养保健食品价格发展趋势预测分析

第三节 2010-2015年中国营养保健食品行业盈利预测分析

第十二章 保健食品行业“十二五”重点项目及投资机会研究

第一节 保健食品行业“十二五”规划重大项目情况

第二节 保健食品行业“十二五”发展趋势分析

一、技术发展预测研究

二、市场发展预测研究

第三节 保健食品行业“十二五”投资重点分析

第四节 保健食品行业“十二五”投资机会分析

第五节 保健食品行业“十二五”投资策略研究

图表目录（部分）：

图表：2005-2010年上半年年国内生产总值

图表：2005-2010年上半年年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年上半年年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2010年上半年年年末国家外汇储备

中国产业研究报告网发布的《中国保健食品行业“十二五”规划发展指导报告》，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、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研究分析。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。

图表：2005-2010年上半年年财政收入

图表：2005-2010年上半年年全社会固定资产投资

图表：2010年上半年年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年上半年年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2010年上半年年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：……

更多图表详见正文……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0704/201011/03-56401.html>