

2012-2016年中国保健品市 场深度调研及投资战略研究报告

报告目录及图表目录

一、报告报价

《2012-2016年中国保健品市场深度调研及投资战略研究报告》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/R07/R0704/201112/26-89020.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

目前市场上的保健品大体可以分为保健食品、保健药品、保健化妆品、保健用品等。随着社会进步和经济发展，人类对自身的健康日益关注。自90年代以来，全球居民的健康消费逐年攀升，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13%的速度增长。在市场需求、技术进步和管理更新的推动下，中国保健品产业发展空间巨大。未来发展将呈现消费群体多元化、保健品销售模式专营化、宣传模式推陈出新以及保健品成日常消费四大趋势。

中国产业研究报告网发布的《2012-2016年中国保健品市场深度调研及投资战略研究报告》共十四章。首先介绍了中国保健品行业市场发展环境、中国保健品整体运行态势等，接着分析了中国保健品行业市场运行的现状，然后介绍了中国保健品市场竞争格局。随后，报告对中国保健品做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国保健品行业发展趋势与投资预测。您若想对保健品产业有个系统的了解或者想投资保健品行业，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 中国保健品行业运行环境分析

第一节 国内保健品经济环境分析

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、2012年中国保健品经济发展预测分析

第二节 中国保健品行业政策环境分析

第二章 中国保健品行业运行新形势分析

第一节 2011年中国保健品行业运行总况

一、中国保健品行业发展三阶段

二、保健品行业困境之中被迫转型

三、产品功能分布情况

四、主要产品概念诉求

第二节 2011年中国保健品行业发展状况分析

- 一、中国保健品行业产值分析
- 二、在新医改春风下保健品市场成香饽饽
- 三、保健品市场进入“冰封”时期
- 四、新《食品安全法》为保健品行业设门槛

第三节 2011年中国保健品行业原材料分析

- 一、我国保健产品主要原料
- 二、主要原料产品分布概况
- 三、水溶性膳食纤维分析及预测
- 四、全球鱼油消费量及价格分析

第四节 2011年中国保健品行业的问题及对策分析

- 一、中国保健品企业发展应返璞归真
- 二、中国保健品企业的研发策略浅析
- 三、保健品企业成功开发产品的四大动力

第三章 中国保健品市场运行动态分析

第一节 2011年中国保健品市场规模分析

- 一、中国保健品企业规模
- 二、都市女性保健品市场规模
- 三、2011年我国保健品市场规模

第二节 2011年中国保健品区域市场分析

- 一、东北地区保健品市场分析
- 二、华北地区保健品市场分析
- 三、华东地区保健品市场分析
- 四、华中地区保健品市场分析
- 五、华南地区保健品市场分析
- 六、西部地区保健品市场分析
- 七、保健品企业区域市场规划策略

第四章 中国保健品需求与消费状况分析

第一节 2011年中国保健品需求与消费状况分析

- 一、辅食、保健品消费市场分析
- 二、中国保健品消费量高价位盘整

第二节 2011年中国保健品市场消费动向分析

一、保健品市场消费者跟风现象

二、保健品市场两极分化趋势

三、保健品消费者购买行为分析

第三节 2011年中国保健品消费者分析

一、老年保健品市场发展分析

二、女性保健品市场发展分析

三、儿童保健品市场发展分析

四、保健品消费人群变化情况

第五章 中国保健品市场产品监测情况分析

第一节 2011年中国保健药品市场运行分析

一、保健药品功能分布

二、保健药品市场开始“清理门户”

三、2011年保健品市场占有份额

第二节 2011年中国保健食品市场产品竞争排名情况

一、保健食品企业竞争力

二、保健食品产品畅销排名

三、保健食品市场占有份额

第三节 2011年中国保健茶市场产品竞争排名情况

一、保健茶企业竞争力

二、保健茶产品畅销排名

三、保健茶市场占有份额

第四节 2011年中国保健酒市场产品竞争排名情况

一、保健酒企业竞争力

二、保健酒产品畅销排名

三、保健酒市场占有份额

第五节 2011年中国保健饮料市场产品竞争排名情况

一、保健饮料企业竞争力

二、保健饮料产品畅销排名

三、保健饮料市场占有份额

第六章 中国保健品行业市场价格走势分析

第一节 2011年中国保健品市场价格波动情况

- 一、春节保健品价格大幅跳水
- 二、影响保健品价格的因素分析
- 三、2011年蜂王浆价格走势分析

第二节 2011年中国保健品原料价格走势分析

- 一、中国中药材价格监测
- 二、红花价格走势分析
- 三、宁夏枸杞价格走势
- 四、2011年中药材价格走势

第七章 中国保健品进出口贸易市场综述

第一节 2011年中国保健品进出口贸易简况

- 一、保健品贸易情况分析
- 二、中国保健品年销售额及增长情况
- 三、保健品B2C电子商务行业分析

第二节 2011年我国医药保健品进出口形势分析

- 一、医药保健品出口“甲流概念”成亮点
- 二、2011年中国医药保健品进出口统计
- 三、医药保健品进出口分省市统计

第八章 中国保健品市场营销分析

第一节 保健品营销的三大要素

- 一、概念设计
- 二、产品利益的挖掘
- 三、产品效果感设计
- 四、保健品广告的四大要素

第二节 2011年中国保健品营销总体概况

- 一、浅谈保健品服务营销
- 二、如何打造保健品专卖店营销
- 三、如何创新保健品营销
- 四、减肥保健品市场营销分析

五、医药保健品营销转型

六、中国保健品营销模式

第三节 2011年中国保健品行业的直销分析

一、直销法的实施给保健品市场带来的影响

二、直销有助于保健品行业发展

三、传统模式与直销模式在保健品领域应用的差异

四、医药保健品的直销分析

五、保健品企业直销案例分析

1、安利保健品的直销

2、天狮集团保健品直销

第四节 未来中国保健品营销趋势透视

一、价值营销将走入保健品行业发展主流

二、医药保健品营销八大趋势

三、医药保健品营销发展的几个新方向

四、保健品企业营销未来方向探析

第九章 中国保健品行业竞争格局分析

第一节 2011年中国保健品竞争总况

一、医药保健产业格局将面临激烈震荡

二、保健酒市场竞争分析

第二节 从OEM观看保健品行业违规竞争

一、OEM是保健品企业必然的选择

二、从OEM透析保健食品行业违规操作的根源

三、保健品行业发展要走出急功近利的误区

第三节 主要产品市场竞争分析

一、各大补血产品品牌竞争回顾

二、补血保健品市场竞争格局

三、减肥保健品市场竞争概况

四、美容养颜类保健品市场竞争分析

第十章 中国保健品重点上市企业分析

第一节 健康元药业集团股份有限公司

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 山东东阿阿胶股份有限公司

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

第三节 哈药集团股份有限公司

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

第四节 海南椰岛(集团)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

第五节 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

第六节 北京双鹭药业股份有限公司

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

第七节 海王集团

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 中国植物提取物运行状况分析

第一节 植物提取物产业相关概述

第二节 2011年中国植物提取物现状综述

一、植物提取物在保健品中的应用

二、中草药、植物提取物提取现状

1、银杏叶提取物

2、金银花提取物

第三节 2011年中国植物药提取物行业技术分析

一、超临界流体萃取技术

二、天然中药提取物AF-8新技术通过鉴定

三、大孔树脂吸附法

四、半仿生提取法

第四节 2011年中国植物药提取物市场动态分析

一、中药提取物产业化需调控和规范

二、厦台药厂签协议 台湾药品有望进军大陆

三、我国植物提取物产业标准化步伐加快

第五节 其它主要产品市场运行分析

一、中药提取物市场分析

二、灵芝提取物市场分析

三、丹参提取物市场分析

四、白芍提取物市场分析

五、白藜芦醇市场分析

六、芝麻脂素市场分析

第十二章 中国植物药提取物上市企业分析

第一节 浙江康恩贝制药股份有限公司

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 四川中汇医药(集团)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

第三节 天津天士力股份有限公司

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

第四节 山东沃华医药科技股份有限公司

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

第五节 青海三普药业股份有限公司

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

第六节 贵州益佰制药股份有限公司

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

第十三章 2012-2016年中国保健品行业发展预测分析

第一节 中国保健品行业发展预测

一、中国保健品发展前景分析

二、中国保健品市场规模将扩大

三、保健品行业主要企业发展前景

四、保健品的药店销售前景分析

第二节 保健品行业总体发展趋势分析

一、保健品行业发展呈现四大趋势

二、细分领域是保健品市场未来发展走向

三、保健品大众化逐渐成新趋势

四、白领将成为保健品消费主力

第三节 保健品主要热门种类发展趋势

- 一、保健品行业绿色天然产品发展空间巨大
- 二、中药保健品将成国际市场上的新宠
- 三、美容养颜类保健品市场发展趋势分析
- 四、氨基酸类保健品市场发展预测
- 五、中国减肥市场四大发展趋势
- 六、中国保健酒行业前景预测
- 七、中草药保健茶市场前景分析
- 八、孕妇保健品市场前景广阔

第十四章 2012-2016年我国保健品行业投资价值与投资策略分析

第一节 2011年中国保健品投资概况

- 一、保健品投资特性
- 二、保健品投资环境分析

第二节 2012-2016年我国保健品行业投资价值分析

- 一、减肥产品投资价值分析
- 二、润肠通便产品投资价值分析
- 三、美容产品投资价值分析
- 四、排铅产品投资价值分析
- 五、补肾产品投资价值分析
- 六、蜂产品行业投资价值分析
- 七、保健品风险规避和操作方法

第三节 2012-2016年中国保健品行业投资风险分析

- 一、保健品直销存在四大风险
- 二、保健品行业社会风险分析
- 三、保健品市场风险化解策略
- 四、保健品行业风险规避之道
- 五、蜂产业投资风险规避策略

第四节 投资策略及建议分析

图表目录（部分）：

图表：2005-2011年国内生产总值

图表：2005-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2011年国家外汇储备

图表：2005-2011年财政收入

图表：2005-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：健康元药业集团股份有限公司主要经济指标走势图

图表：健康元药业集团股份有限公司经营收入走势图

图表：健康元药业集团股份有限公司盈利指标走势图

图表：健康元药业集团股份有限公司负债情况图

图表：健康元药业集团股份有限公司负债指标走势图

图表：健康元药业集团股份有限公司运营能力指标走势图

图表：健康元药业集团股份有限公司成长能力指标走势图

图表：山东东阿阿胶股份有限公司主要经济指标走势图

图表：山东东阿阿胶股份有限公司经营收入走势图

图表：山东东阿阿胶股份有限公司盈利指标走势图

图表：山东东阿阿胶股份有限公司负债情况图

图表：山东东阿阿胶股份有限公司负债指标走势图

图表：山东东阿阿胶股份有限公司运营能力指标走势图

图表：山东东阿阿胶股份有限公司成长能力指标走势图

图表：哈药集团股份有限公司主要经济指标走势图

图表：哈药集团股份有限公司经营收入走势图

图表：哈药集团股份有限公司盈利指标走势图

图表：哈药集团股份有限公司负债情况图

图表：哈药集团股份有限公司负债指标走势图

图表：哈药集团股份有限公司运营能力指标走势图

图表：哈药集团股份有限公司成长能力指标走势图

图表：海南椰岛(集团)股份有限公司主要经济指标走势图

图表：海南椰岛(集团)股份有限公司经营收入走势图

图表：海南椰岛(集团)股份有限公司盈利指标走势图

图表：海南椰岛(集团)股份有限公司负债情况图

图表：海南椰岛(集团)股份有限公司负债指标走势图

图表：海南椰岛(集团)股份有限公司运营能力指标走势图

图表：海南椰岛(集团)股份有限公司成长能力指标走势图

图表：上海交大昂立股份有限公司主要经济指标走势图

图表：上海交大昂立股份有限公司经营收入走势图

图表：上海交大昂立股份有限公司盈利指标走势图

图表：上海交大昂立股份有限公司负债情况图

图表：上海交大昂立股份有限公司负债指标走势图

图表：上海交大昂立股份有限公司运营能力指标走势图

图表：上海交大昂立股份有限公司成长能力指标走势图

图表：北京双鹭药业股份有限公司主要经济指标走势图

图表：北京双鹭药业股份有限公司经营收入走势图

图表：北京双鹭药业股份有限公司盈利指标走势图

图表：北京双鹭药业股份有限公司负债情况图

图表：北京双鹭药业股份有限公司负债指标走势图

图表：北京双鹭药业股份有限公司运营能力指标走势图

图表：北京双鹭药业股份有限公司成长能力指标走势图

图表：海王集团主要经济指标走势图

图表：海王集团经营收入走势图

图表：海王集团盈利指标走势图

图表：海王集团负债情况图

图表：海王集团负债指标走势图

图表：海王集团运营能力指标走势图

图表：海王集团成长能力指标走势图

图表：浙江康恩贝制药股份有限公司主要经济指标走势图

图表：浙江康恩贝制药股份有限公司经营收入走势图

图表：浙江康恩贝制药股份有限公司盈利指标走势图

图表：浙江康恩贝制药股份有限公司负债情况图

图表：浙江康恩贝制药股份有限公司负债指标走势图

图表：浙江康恩贝制药股份有限公司运营能力指标走势图

图表：浙江康恩贝制药股份有限公司成长能力指标走势图

图表：四川中汇医药(集团)股份有限公司主要经济指标走势图

图表：四川中汇医药(集团)股份有限公司经营收入走势图

图表：四川中汇医药(集团)股份有限公司盈利指标走势图

图表：四川中汇医药(集团)股份有限公司负债情况图

图表：四川中汇医药(集团)股份有限公司负债指标走势图

图表：四川中汇医药(集团)股份有限公司运营能力指标走势图

图表：四川中汇医药(集团)股份有限公司成长能力指标走势图

图表：天津天士力股份有限公司主要经济指标走势图

图表：天津天士力股份有限公司经营收入走势图

图表：天津天士力股份有限公司盈利指标走势图

图表：天津天士力股份有限公司负债情况图

图表：天津天士力股份有限公司负债指标走势图

图表：天津天士力股份有限公司运营能力指标走势图

图表：天津天士力股份有限公司成长能力指标走势图

图表：山东沃华医药科技股份有限公司主要经济指标走势图

图表：山东沃华医药科技股份有限公司经营收入走势图

图表：山东沃华医药科技股份有限公司盈利指标走势图

图表：山东沃华医药科技股份有限公司负债情况图

图表：山东沃华医药科技股份有限公司负债指标走势图

图表：山东沃华医药科技股份有限公司运营能力指标走势图

图表：山东沃华医药科技股份有限公司成长能力指标走势图

图表：青海三普药业股份有限公司主要经济指标走势图

图表：青海三普药业股份有限公司经营收入走势图

图表：青海三普药业股份有限公司盈利指标走势图

图表：青海三普药业股份有限公司负债情况图

图表：青海三普药业股份有限公司负债指标走势图

图表：青海三普药业股份有限公司运营能力指标走势图

图表：青海三普药业股份有限公司成长能力指标走势图

图表：贵州益佰制药股份有限公司主要经济指标走势图

图表：贵州益佰制药股份有限公司经营收入走势图

图表：贵州益佰制药股份有限公司盈利指标走势图

图表：贵州益佰制药股份有限公司负债情况图

图表：贵州益佰制药股份有限公司负债指标走势图

图表：贵州益佰制药股份有限公司运营能力指标走势图

图表：贵州益佰制药股份有限公司成长能力指标走势图

图表：略……

通过《2012-2016年中国保健品市场深度调研及投资战略研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0704/201112/26-89020.html>