

2015-2020年中国保健食品 滋补品企业投资项目指引及风险预警报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2015-2020年中国保健食品滋补品企业投资项目指引及风险预警报告》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.abaogao.com/b/baojianpin/C97161WW98.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

报告目录

第一章 保健食品滋补品行业发展概述 12

第一节 行业界定 12

一、行业经济特性 12

二、主要细分行业 12

三、产业链结构分析 13

第二节 保健食品滋补品行业发展成熟度 15

一、行业发展周期分析 15

二、行业及其主要子行业成熟度分析 16

第三节 保健食品滋补品市场特征分析 17

一、市场规模 17

二、产业关联度 17

三、影响需求的关键因素 17

四、国内和国际市场 19

五、主要竞争因素 20

第二章 保健食品滋补品经济环境及产业发展环境分析 22

第一节 中国宏观经济历史运行情况 22

一、GDP历史变动轨迹 22

二、固定资产投资历史变动轨迹 22

三、进出口贸易历史变动轨迹 25

第二节 2015-2020年中国宏观经济发展环境展望 25

第三节 金融危机对保健食品滋补品行业的影响 28

第四节 发展环境分析 28

一、政策环境 28

二、社会环境 30

三、技术环境 30

第三章 保健食品滋补品行业供求状况分析 31

第一节 整体生产能力 31

第二节 产值分布特征及变化	31
第三节 产品供给分析	32
第四节 当前市场容量及增长速度	32
第五节 2014年保健食品滋补品业整体销售能力	33
一、工业销售产值	33
二、销售收入	33
三、利润率	34
四、产销率	34
第六节 2015-2020年保健食品滋补品产品需求预测	34

第四章 保健食品滋补品运行分析 35

第一节 营运能力分析	35
第二节 偿债能力分析	35
第三节 2010-2014年盈利能力分析	36
一、资产利润率	36
二、销售利润率	36
第四节 2010-2014年发展能力分析	37
一、资产年均增长率	37
二、利润增长率	37

第五章 2014年中国保健食品滋补品行业市场运行分析 37

第一节 2014年中国保健食品滋补品行业基本概况	37
一、保健食品滋补品市场分析	37
二、保健食品滋补品进出口数量和金额	38
三、我国保健食品滋补品出口面临的挑战	39
四、保健食品滋补品大型高端产品发展情况	39
第二节 2014年影响保健食品滋补品行业发展的因素	40
一、经济危机	40
二、反倾销税限制	40
三、成本的上涨	40
四、人民币升值	41
第三节 2014年中国保健食品滋补品行业供需情况	41

- 一、 保健食品滋补品企业的发展机遇 41
- 二、 大型保健食品滋补品等产品自主研发情况 41
- 三、 保健食品滋补品企业产业优化与战略调整情况 42
- 四、 2015-2020年保健食品滋补品行业发展预测 44

第六章 保健食品滋补品销售市场分析 45

- 第一节 保健食品滋补品国内营销模式分析 45
- 第二节 行业价格竞争方式分析 46
- 第三节 保健食品滋补品国内销售渠道分析 48
- 第四节 保健食品滋补品行业国际化营销模式分析 48
- 第五节 保健食品滋补品重点销售区域分析 50
- 第六节 保健食品滋补品内部与外部流通量分析 51

第七章 保健食品滋补品市场价格及价格走势分析 52

- 第一节 保健食品滋补品年度价格变化分析 52
- 第二节 保健食品滋补品月度价格变化分析 52
- 第三节 保健食品滋补品各厂家价格分析 53
- 第四节 保健食品滋补品市场价格驱动因素分析 55
- 第五节 2015-2020年我国保健食品滋补品市场价格预测 56

第八章 国内保健食品滋补品行业重点企业分析 57

- 第一节 健康元集团股份有限公司 57
 - 一、 企业简介 57
 - 二、 产品介绍 57
 - 三、 经营情况 57
 - 四、 未来发展趋势 57
 - 五、 企业优劣势分析 58
 - 六、 企业投资情况调查 58
 - 七、 企业产品特征现状及趋势分析 58
 - 八、 企业最新动态研究 59
 - 九、 企业战略发展分析 59
- 第二节 广东汤臣倍健生物科技股份有限公司 60

- 一、企业简介 60
- 二、产品介绍 60
- 三、经营情况 61
- 四、未来发展趋势 61
- 五、企业优劣势分析 62
- 六、企业投资情况调查 62
- 七、企业产品特征现状及趋势分析 62
- 八、企业最新动态研究 65
- 九、企业战略发展分析 66
- 第三节 山东东阿阿胶股份有限公司 67
 - 一、企业简介 67
 - 二、产品介绍 67
 - 三、经营情况 67
 - 四、未来发展趋势 68
 - 五、企业优劣势分析 68
 - 六、企业投资情况调查 68
 - 七、企业产品特征现状及趋势分析 69
 - 八、企业最新动态研究 69
 - 九、企业战略发展分析 70
- 第四节 上海交大昂立股份有限公司 70
 - 一、企业简介 70
 - 二、产品介绍 70
 - 三、经营情况 71
 - 四、未来发展趋势 71
 - 五、企业优劣势分析 71
 - 六、企业投资情况调查 72
 - 七、企业产品特征现状及趋势分析 72
 - 八、企业最新动态研究 73
 - 九、企业战略发展分析 73
- 第五节 海南椰岛股份有限公司 73
 - 一、企业简介 73
 - 二、产品介绍 73

- 三、经营情况 74
- 四、未来发展趋势 74
- 五、企业优劣势分析 75
- 六、企业投资情况调查 75
- 七、企业产品特征现状及趋势分析 75
- 八、企业最新动态研究 76
- 九、企业战略发展分析 76

第九章 保健食品滋补品消费者调查分析 77

第一节 保健食品滋补品市场调查对象情况分析 77

- 一、不同收入水平消费者偏好调查 77
- 二、年龄结构调查 77
- 三、不同地区的消费者偏好调查 78

第二节 保健食品滋补品消费者消费习惯调查 79

- 一、保健食品滋补品产品消费者购买频次调查 79
- 二、消费者对保健食品滋补品价格认同情况调查 79
- 三、消费者购买渠道情况调查 80

第三节 保健食品滋补品消费者品牌状况调查 81

- 一、消费者品牌忠诚度调查 81
- 二、消费者的消费理念调研 81
- 三、消费者对保健食品滋补品品牌偏好调查 82
- 四、消费者对保健食品滋补品品牌的首要认知渠道 83

第十章 保健食品滋补品企业竞争策略分析 84

第一节 保健食品滋补品市场竞争策略分析 84

- 一、2014年保健食品滋补品市场增长潜力分析 84
- 二、2014年保健食品滋补品主要潜力品种分析 85
- 三、现有保健食品滋补品产品竞争策略分析 89
- 四、潜力保健食品滋补品品种竞争策略选择 91
- 五、典型企业产品竞争策略分析 91

第二节 保健食品滋补品企业竞争策略分析 92

- 一、金融危机对保健食品滋补品行业的影响 92

- 二、金融危机后保健食品滋补品行业竞争格局的变化 93
- 三、2015-2020年我国保健食品滋补品市场竞争趋势 93
- 四、2015-2020年保健食品滋补品行业竞争格局展望 95
- 五、2015-2020年保健食品滋补品行业竞争策略分析 96
- 六、2015-2020年保健食品滋补品企业竞争策略分析 98

第十一章 2015-2020年保健食品滋补品行业竞争格局展望 99

第一节 保健食品滋补品行业的发展周期 99

- 一、保健食品滋补品行业的经济周期 99
- 二、保健食品滋补品行业的增长性与波动性 100
- 三、保健食品滋补品行业的成熟度 101

第二节 保健食品滋补品行业历史竞争格局综述 101

- 一、保健食品滋补品行业集中度分析 101
- 二、保健食品滋补品行业竞争程度 101

第三节 中国保健食品滋补品市行业SWOT分析与对策 102

- 一、优势 102
- 二、劣势 103
- 三、威胁 104
- 四、机遇 105
- 五、发展我国保健食品滋补品工业的建议 106

第十二章 2015-2020年我国保健食品滋补品行业发展趋势预测 107

第一节 保健食品滋补品行业产量预测 107

第二节 保健食品滋补品行业销售收入预测 108

第三节 保健食品滋补品行业总资产预测 108

第四节 保健食品滋补品行业工业总产值预测 109

第五节 我国保健食品滋补品行业市场未来发展的走向预测 109

第六节 中国保健食品滋补品企业面对市场竞争采取的措施 111

第十三章 保健食品滋补品行业发展趋势及投资战略研究 112

第一节 保健食品滋补品行业发展趋势分析 112

- 一、市场发展趋势 112

二、行业竞争趋势 112

三、渠道分布趋势 112

四、市场趋势分析 113

第二节 保健食品滋补品行业发展战略研究 113

一、战略综合规划 113

二、技术开发战略 114

三、业务组合战略 114

四、区域战略规划 115

五、产业战略规划 115

六、竞争战略规划 116

第十四章 公司对行业投资机会与风险分析 116

第一节 2015-2020年中国保健食品滋补品行业投资机会 116

一、市场前景 116

二、投资机会 116

第二节 保健食品滋补品行业投资效益分析 117

一、投资状况分析 117

二、投资效益分析 117

三、投资趋势预测 118

四、投资方向 119

五、投资的建议 120

六、新进入者应注意的障碍因素分析 120

第三节 影响保健食品滋补品行业发展的主要因素 120

一、有利因素分析 120

二、稳定因素分析 121

三、不利因素分析 122

四、行业发展面临的挑战分析 122

五、行业发展面临的机遇分析 122

第四节 保健食品滋补品行业投资风险及控制策略分析 123

一、市场风险及控制策略 123

二、政策风险及控制策略 123

三、经营风险及控制策略 124

- 四、行业技术风险及控制策略 124
- 五、同业竞争风险及控制策略 124
- 六、其他风险及控制策略 124

图表目录

- 图表 1：中国保健食品细分行业现状 12
- 图表 2：保健食品产业链构成 14
- 图表 3：中国保健食品产业生命周期 16
- 图表 4：2008-2014年3季度保健食品滋补品行业市场规模及增长率分析 单位：亿元 17
- 图表 5：2004-2014年二季度我国国民生产总值统计 单位：亿元 22
- 图表 6：2006-2014年上半年全社会固定资产投资统计 单位：亿元 23
- 图表 7：2014年分行业城镇固定资产投资及其增长速度 单位：亿元 23
- 图表 8：2006-2014年上半年我国货物进出口额统计 单位：亿美元 25
- 图表 9：2008-2014年3季度我国保健食品滋补品行业产能规模及增长率分析 单位：亿元 31
- 图表 10：2008-2014年3季度我国保健食品滋补品行业供应规模及增长率分析 单位：亿元 32
- 图表 11：2008-2014年3季度我国保健食品滋补品行业市场容量及增长率分析 单位：亿元 33
- 图表 12：2007-2014年3季度我国保健食品滋补品行业工业销售产值及增长率分析 单位：千元
33
- 图表 13：2007-2014年3季度我国保健食品滋补品行业销售收入及增长率分析 单位：千元 33
- 图表 14：2007-2014年3季度我国保健食品滋补品毛利率分析 34
- 图表 15：2007-2014年3季度我国保健食品滋补品行业产销率分析 34
- 图表 16：2010-2014年保健食品滋补品产品市场规模预测 单位：亿元 35
- 图表 17：2007-2014年3季度我国保健食品滋补品行业经营能力分析 35
- 图表 18：2007-2014年3季度我国保健食品滋补品行业偿债能力分析 35
- 图表 19：2007-2014年3季度我国保健食品滋补品总资产利润率分析 36
- 图表 20：2007-2014年3季度我国保健食品滋补品销售利润率分析 36
- 图表 21：2007-2014年3季度保健食品滋补品行业总资产及增长率分析 单位：千元 37
- 图表 22：2007-2014年3季度保健食品滋补品行业利润总额及增长率分析 单位：千元 37
- 图表 23：我国保健食品滋补品行业销售渠道情况 48
- 图表 24：我国保健食品滋补品各区域市场份额占比情况 51
- 图表 25：2007-2014年我国保健食品滋补品价格走势 52
- 图表 26：2014年1-9月我国保健食品滋补品价格走势 53

- 图表 27：部分保健食品滋补品价格及厂家 53
- 图表 28：2008-2014年上半年健康元集团经营指标统计 单位：元 57
- 图表 29：健康元集团股份有限公司优劣势分析 58
- 图表 30：2008-2014年健康元集团资产增减情况统计 单位：元 58
- 图表 31：2008-2014年上半年广东汤臣倍健生物科技股份有限公司经营情况 单位：元 61
- 图表 32：广东汤臣倍健生物科技股份有限公司优劣势分析 62
- 图表 33：2008-2014年上半年山东东阿阿胶股份有限公司经营情况 单位：元 67
- 图表 34：山东东阿阿胶股份有限公司优劣势分析 68
- 图表 35：2008-2014年山东东阿阿胶股份有限公司资产增减情况统计 单位：元 68
- 图表 36：2008-2014年上半年上海交大昂立股份有限公司经营情况 单位：元 71
- 图表 37：上海交大昂立股份有限公司优劣势分析 71
- 图表 38：2008-2014年交大昂立企业资产增减情况统计 元 72
- 图表 39：2008-2014年上半年海南椰岛股份有限公司经营情况 单位：元 74
- 图表 40：海南椰岛股份有限公司优劣势分析 75
- 图表 41：2008-2014年海南椰岛股份有限公司资产增减情况统计 元 75
- 图表 42：不同收入水平消费者对保健食品滋补品的关注度 77
- 图表 43：不同年龄水平消费者对保健食品滋补品的关注度 78
- 图表 44：不同地区消费者对保健食品滋补品的关注度 78
- 图表 45：保健食品滋补品产品消费者购买频次调查 79
- 图表 46：消费者对保健食品滋补品价格认同情况 80
- 图表 47：保健食品滋补品消费者购买渠道调查 80
- 图表 48：消费者对保健食品滋补品的忠诚度 81
- 图表 49：我国保健食品滋补品消费者品牌偏好 83
- 图表 50：消费者对保健食品滋补品首要认知渠道 83
- 图表 51：行业的经济周期发展 100
- 图表 52：2015-2020年我国保健食品滋补品行业产能规模预测 亿元 108
- 图表 53：2015-2020年我国保健食品滋补品行业销售收入预测 亿元 108
- 图表 54：2015-2020年我国保健食品滋补品行业总资产预测 亿元 109
- 图表 55：2015-2020年我国保健食品滋补品行业总产值预测 亿元 109
- 图表 56：影响保健食品滋补品行业发展有利因素分析 120
- 图表 57：影响保健食品滋补品行业发展稳定因素分析 121
- 图表 58：影响保健食品滋补品行业发展不利因素分析 122

图表 59：健食品滋补品行业发展面临的挑战分析 122

图表 60：健食品滋补品行业发展面临的机遇分析 122

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/baojianpin/C97161WW98.html>