

2016-2022年中国保健食品 滋补品行业深度调研与发展前景报告

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

《2016-2022年中国保健食品滋补品行业深度调研与发展前景报告》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/E17161Y4HS.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

保健食品是食品的一个种类，具有一般食品的共性。《保健食品注册与备案管理办法》自2016年7月1日正式施行，严格定义：保健食品是指声称具有特定保健功能或者以补充维生素、矿物质为目的的食品，即适宜于特定人群食用，具有调节机体功能，不以治疗疾病为目的，并且对人体不产生任何急性、亚急性或者慢性危害的食品。

专家指出，传统广告+商超路线已经不再适合保健品的发展。保健品一方面需要培育市场信任度，另一方面需要一个很好的零售终端来保障信誉。目前国际上最先进的保健品营销方式是连锁经营，这也是杜绝假冒伪劣产品最有效的方法，靠连锁店的方式来共同推动保健品行业的信誉。随着中国保健品服务营销的整合和规范，保健品连锁经营的未来是与各种服务营销手段实现有机地结合，而成为一个最优化的终端载体。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国保健食品滋补品行业深度调研与发展前景报告》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，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

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 2016-2022年中国宏观经济发展环境展望 25

第三节 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 2015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 2016-2022年保健食品滋补品产品需求预测 34

第四章 保健食品滋补品产业经济运行分析 35

第一节 营运能力分析 35

第二节 偿债能力分析 35

第三节 2011-2015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 2011-2015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 2015年中国保健食品滋补品行业市场运行分析 37

第一节 2015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 2015年影响保健食品滋补品行业发展的因素 40

第三节 2015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、2016-2022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 2016-2022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 健康元药业集团股份有限公司 57

- 一、企业简介 57
- 二、产品介绍 57
- 三、经营情况 57
- 四、企业优劣势分析 58

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、企业优劣势分析 62
- 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、企业优劣势分析 68

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、企业优劣势分析 71

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、企业优劣势分析 75

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、保健食品滋补品市场增长潜力分析 84
- 二、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、2016-2022年我国保健食品滋补品市场竞争趋势 93
- 二、2016-2022年保健食品滋补品行业竞争格局展望 95
- 三、2016-2022年保健食品滋补品行业竞争策略分析 96
- 四、2016-2022年保健食品滋补品企业竞争策略分析 98

第十一章 2016-2022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	2016-2022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 2016-2022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 4：2010-2015年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 5：2010-2015年我国国民生产总值统计 单位：亿元 22

图表 6：2010-2015年全社会固定资产投资统计 单位：亿元 23

图表 7：2015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 8：2010-2015年我国货物进出口额统计 单位：亿美元 25

图表 9：2010-2015年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 10：2010-2015年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 11：2010-2015年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 12：2010-2015年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 13：2010-2015年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 14：2010-2015年我国保健食品滋补品毛利率分析 34

图表 15：2010-2015年我国保健食品滋补品行业产销率分析 34

图表 16: 2016-2022年保健食品滋补品产品市场规模预测 单位：亿元 35

图表 17：2010-2015年我国保健食品滋补品行业经营能力分析 35

图表 18：2010-2015年我国保健食品滋补品行业偿债能力分析 35

图表 19：2010-2015年我国保健食品滋补品总资产利润率分析 36

图表 20：2010-2015年我国保健食品滋补品销售利润率分析 36

图表 21：2010-2015年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 22：2010-2015年保健食品滋补品行业利润总额及增长率分析 单位：千元 37

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/baojianpin/E17161Y4HS.html>