

# 2007-2008年中国营养、保健食品制造行业投资价值及市场竞争分析研究报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2007-2008年中国营养、保健食品制造行业投资价值及市场竞争分析研究报告》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.abaogao.com/b/baojianpin/G35327R3W5.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

[b]2007-2008年中国营养、保健食品制造行业投资价值及市场竞争分析研究报告 内容介绍  
: [/b]

[b]报告目录[/b]

[b]第一章 研究概述 [/b]

第一节 研究目的

第二节 研究范围

第三节 研究区域

第四节 数据来源

第五节 研究方法

[b]第二章 中国营养、保健食品制造行业发展现状与特征分析 [/b]

第一节 营养、保健食品制造行业的概念及分类

第二节 世界营养、保健食品行业的发展阶段与国外营养、保健食品的概况

第三节 中国营养、保健品行业的发展历程

第四节 中国营养、保健食品制造行业特征分析

一、消费特征

二、产品结构特征

三、原材料供给特征

四、产业集中度特征

五、2007年中国营养、保健食品制造行业运行特征

1、2007年中国营养、保健食品制造行业生产特征

2、2007年中国营养、保健食品制造行业进出口特征

3、2007年中国营养、保健食品制造行业产品及原料市场特征

4、2007年中国营养、保健食品制造行业经济效益特征

第五节2007年中国营养、保健食品制造行业发展动态

一、行业发展动态

二、各细分市场发展动态

[b]第三章 2007年中国营养、保健食品制造行业经济运行环境分析 [/b]

第一节 经济运行环境分析

一、2007年中国投资增长状况

二、2007年中国物价运行状况

三、2007年中国工业增长状况

四、2007年中国对外贸易发展状况

五、2007年中国消费增长状况

第二节 国家政策环境分析

一、2007年国家宏观调控政策

二、2008—2010年国家宏观调控政策取向分析

三、行业政策环境分析

[b]第四章2007年中国营养、保健食品制造行业运行状况分析 [/b]

第一节 行业整体情况分析

1、制造业整体效益分析

2、制造业企业情况分析

第二节 行业供需（产销）情况分析

第三节 2007年行业产品进出口形势分析

[b]第五章 2007年中国营养、保健品市场状况与消费行为分析 [/b]

第一节 市场容量与市场增长速度

第二节 市场份额与品牌集中程度

第三节 进口保健品与外资保健品企业概况

第四节 消费者行为调查与分析

[b]第六章 2007年中国营养、保健食品制造行业产业链状况分析 [/b]

第一节 上游产业发展状况分析

第二节 下游产业发展状况分析

第三节 其他相关产业发展状况分析

[b]第七章 国内主要营养、保健食品主要制造企业分析 [/b]

第一节 深圳太太药业有限公司

一、企业概况

二、企业主营范围

三、企业主营构成

四、企业经营状况

第二节 上海交大昂立股份有限公司

一、企业概况

二、企业主营范围

三、企业主营构成

#### 四、企业经营状况

##### 第三节 红桃K集团

###### 一、企业概况

###### 二、企业主营范围

###### 三、企业主营构成

###### 四、企业经营状况

##### 第四节 青岛健特生物投资股份有限公司

###### 一、企业概况

###### 二、企业主营范围

###### 三、企业主营构成

###### 四、企业经营状况

##### 第五节 哈药集团

###### 一、企业概况

###### 二、企业主营范围

###### 三、企业主营构成

###### 四、企业经营状况

##### 第六节 海王集团

###### 一、企业概况

###### 二、企业主营范围

###### 三、企业主营构成

###### 四、企业经营状况

#### [b]第八章2007年中国营养、保健食品制造产业投资状况分析 [/b]

##### 第一节 行业投资现状分析

###### 一、行业活力系数比较及分析（关联产业活力系数、本行业活力系数评定）

###### 二、行业投资收益率比较及分析

###### 1、2007年相关产业投资收益率比较

###### 2、2005—2007行业投资收益率分析

##### 第二节 中国营养、保健食品制造行业行业发展的PEST分析

###### 一、政治和法律环境分析

###### 二、经济发展环境分析

###### 三、社会、文化与自然环境分析

###### 四、技术发展环境分析

### 第三节 中国营养、保健食品制造产业投资风险分析

#### 一、政策风险

#### 二、市场风险

#### 三、金融风险

#### 四、技术风险

#### 五、细分行业风险

### 第四节 中国营养、保健食品制造产业面临的外部威胁分析

#### 一、消费者的威胁

#### 二、潜在进入者的威胁

#### 三、商业流通企业的威胁

#### 四、社会机构与利益团体的威胁

#### 五、替代产品的威胁

### 第五节 中国营养、保健食品制造产业投资机会分析

## [b]第九章 中国营养、保健食品制造行业发展趋势分析及预测 [/b]

### 第一节 行业发展趋势

#### 一、保健品市场将进一步扩大

#### 二、保健品价格总体水平将下降

#### 三、新资源、高技术、方便剂型的保健品将成为主流

#### 四、促销重点将从功效宣传转向保健知识宣传及品牌宣传

#### 五、保健品功能分散化，单种保健品功能专一化

### 第二节 2008—2010年行业运行能力预测

#### 一、2008—2010年行业总资产预测

#### 二、2008—2010年行业工业总产值预测

#### 三、2008—2010年行业产品销售收入预测

#### 四、2008—2010年行业利润总额预测

## [b]第十章 2008—2010年中国营养、保健食品制造行业发展对策建议[/b]

### 第一节 发展现状及存在问题

#### 一、虚假、夸大宣传造成消费者对保健品信任程度降低

#### 二、低水平重复现象严重

#### 三、管理法规不完善

#### 四、假冒伪劣保健品泛滥

### 第二节 应对策略及建议

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/baojianpin/G35327R3W5.html>