

2016-2022年中国保健品市 场运营状况分析及投资前景价值评估报告

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年中国保健品市场运营状况分析及投资前景价值评估报告》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/G35327Z0S5.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

随着国民收入水平的不断提高，人们对于健康的重视程度也越来越高。不少人在健康观念上由“有病才就医”慢慢转变为“未病先预防”，这样的观念改变使得保健品需求近年来不断增长，呈现出一片火热的气象。同时，中国的老龄化程度不断加深。中国逐渐步入老龄化社会的现状加上对健康的更高要求使得保健品的需求量逐年增大，中国保健品行业市场规模迅速扩大。

2013年我国保健品行业的总产值是1624.41亿元，而国内保健品企业的销售收入则为1579.36亿元。2014年，中国保健品销售收入约为1903.51亿元。

《2016-2022年中国保健品市场运营状况分析及投资前景价值评估报告》由智研数据研究中心公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了保健品行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国保健品做了重点企业经营状况分析，并分析了中国保健品行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据。

报告目录：

第一部分 产业环境透视

第一章 2015年中国保健品行业发展环境分析

第一节 2015年中国保健品行业环境分析

一、保健品行业特性，发展方向

二、国外保健品行业发展分析

三、国内保健品行业发展分析

第二节 2015年中国保健品政策环境分析

一、《食品安全法》首次纳入保健品监管

二、《食品安全法》对保健品行业的影响

三、药监局严查保健品行业

四、保健品广告法规分析

第三节 2015年中国保健品社会环境分析

一、人口规模及结构分析

二、中国人口老龄化及健康意识

三、居民收入与消费分析

第四节 2015年中国保健品技术环境分析

一、技术发展现状

二、保健食品技术审评水平

三、保健品生产技术研究发展动向

第五节 2015年中国保健品市场环境变化分析

一、广告对购买决策的影响力变化

二、行业的信任危机对需求的影响

三、产品同质化对需求的影响分析

第二章 保健品行业产业链分析

第一节 保健品产业链模型及特点

一、产业链模型介绍

二、产业链空间分布特点

三、保健品行业产业链介绍

第二节 上游行业分析

一、上游行业发展现状

二、上游行业发展趋势

三、上游行业对保健品行业的影响

第三节 下游行业分析

一、下游行业发展现状

二、下游行业发展趋势

三、下游行业对保健品行业的影响

第二部分 行业运行分析

第三章 2015年中国保健品行业运行态势分析

第一节 2014年中国保健品行业运行总况

一、中国保健品行业发展阶段

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 2015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、《保健品食品注册与备案管理办法》解读
- 四、新《食品安全法》为保健品行业设门槛

第三节 2015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 2015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

第四章 2015年中国保健品行业细分产品市场监测

第一节 2015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、2015年保健品市场占有份额

第二节 2015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 2015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 2015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 2015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

第五章 2015年中国保健品需求与消费状况分析

第一节 2015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 2015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、保健品市场影响因素
- 三、保健品消费者购买行为分析

第三节 2015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

第六章 2015年中国保健品进出口贸易市场综述

第一节 2015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 2015年我国医药保健品进出口形势分析

- 一、医药保健品出口特点
- 二、2015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

第七章 2015年中国保健品市场营销解析

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 2015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 2015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

第三部分 行业竞争格局

第八章 2015年中国保健品行业竞争格局分析

第一节 2015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

第九章 中国保健品重点企业竞争力同比分析

第一节 健康元药业集团股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2015-2016年经营状况分析
- 四、2016-2022年公司发展战略分析

第二节 东阿阿胶股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2015-2016年经营状况分析
- 四、2016-2022年公司发展战略分析

第三节 哈药集团股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2015-2016年经营状况分析
- 四、2016-2022年公司发展战略分析

第四节 海南椰岛（集团）股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2015-2016年经营状况分析
- 四、2016-2022年公司发展战略分析

第五节 上海交大昂立股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2015-2016年经营状况分析

四、2016-2022年公司发展战略分析

第六节 北京双鹭药业股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2015-2016年经营状况分析

四、2016-2022年公司发展战略分析

第七节 海王集团

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2015-2016年经营状况分析

四、2016-2022年公司发展战略分析

第八节 浙江康恩贝制药股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2015-2016年经营状况分析

四、2016-2022年公司发展战略分析

第九节 天津天士力股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2015-2016年经营状况分析

四、2016-2022年公司发展战略分析

第十节 贵州益佰制药股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2015-2016年经营状况分析

四、2016-2022年公司发展战略分析

第四部分 行业发展前景

第十章 2016-2022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

第五部分 行业投资战略

第十一章 保健品行业投资战略研究

第一节 品牌战略思考

一、保健品品牌的重要性

二、保健品实施品牌战略的意义

三、企业的品牌战略

四、品牌的竞争趋势

五、品牌战略管理的策略

第二节 企业经营管理策略

一、成本控制策略

二、定价策略

三、竞争策略

四、并购重组策略

五、营销策略

六、人力资源

七、财务管理

八、国际化策略

第三节 行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第四节 企业经营策略分析

一、保健品市场细分策略

二、市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、保健品新产品差异化战略

第十二章 研究结论及投资建议

第一节 保健品行业研究结论

第二节 保健品行业投资价值评估

第三节 保健品行业投资建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

1、老年保健品发展建议

2、补钙保健品发展建议

3、维生素类保健品发展建议

三、行业投资方式建议

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/baojianpin/G35327Z0S5.html>