

2016-2022年中国保健品市 场全景调查与市场前景预测报告

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年中国保健品市场全景调查与市场前景预测报告》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/U72719WG3G.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

截止2015年10月我国营养保健食品行业规模以上企业数量达到534家，其中59家企业出现亏损，亏损企业亏损金额为4.19亿元。

2015年10月我国营养保健食品行业资产总额达到1250.52亿元；我国营养保健食品行业总产值为1974.02亿元；2015年前十月我国营养保健食品行业销售收入为1924.06亿元，行业利润总额为287.48亿元。

根据国家统计局与中国海关数据：2015年我国保健品行业总产值为2288.23亿元，行业企业销售收入为2180.46亿元。而同期国内保健品出口金额为17.97亿元，进口金额为69.74亿元，依次推算2015年我国国内保健品消费市场规模为2232.23亿元，较上年同期增长12.3%。

中国保健品产业经过多年快速发展，已经逐渐壮大。虽然仍面临诸多挑战，但是，中国保健食品产业的发展前景是光明的。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者群体多元化、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。

《2016-2022年中国保健品市场全景调查与市场前景预测报告》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，报告对中国保健品行业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：

第一章 保健食品的相关概述

第一节 保健食品阐述

一、保健食品的功用

二、保健食品与一般食品的区别

三、保健食品的外延

第二节 保健食品的分类

第三节 中国保健食品的历程

一、发展起步阶段

- 二、启动成长阶段
- 三、竞争发展阶段
- 四、“信任危机”阶段
- 五、“盘整复兴”阶段

第二章 2013-2015年全球保健食品运行状况分析

第一节 2013-2015年世界保健食品运行总况

- 一、世界保健食品所处发展阶段
- 二、世界保健食品发展现状分析
- 三、世界保健食品市场监管分析
- 四、世界保健食品标识内容的现状分析
- 五、全球膳食营养补充剂的行业概况
- 六、世界保健食品市场动态分析

第二节 2013-2015年日本保健食品的细分化管理

- 一、特定保健用食品
- 二、营养机能食品
- 三、健康食品

第三节 2013-2015年世界其它地区保健食品发展动态分析

- 一、美国提高保健食品行业门槛
- 二、韩国保健食品市场发展现状
- 三、欧洲的保健品市场现状及特点
- 四、台湾保健食品市场分析
- 五、全球主要国家益生菌市场分析

第四节 2016-2022年世界营养保健食品市场发展趋势探析

- 一、全球保健食品发展趋势分析
- 二、黄酮类保健食品成市场新宠

第三章 2013-2015年中国保健食品运行环境解析

第一节 2013-2015年中国经济环境分析

- 一、中国GDP增长总体情况分析
- 二、中国全社会固定资产投资分析
- 三、中国社会消费品零售总额分析

四、中国城乡居民收入与消费分析

五、中国对外贸易发展形势分析

六、中国宏观经济运行情况分析

第二节 2013-2015年中国保健食品行业政策环境分析

一、保健食品主管部门和监管体制

二、中国保健食品行业相关法律法规

三、《食品安全法》促进保健品市场规范

四、《保健食品产品技术要求规范》实施

五、《保健食品监督管理条例》有望出台

第三节 2013-2015年中国营养保健食品社会环境分析

一、人口城市化带来巨大需求

二、经济成长带来消费升级

三、消费观念的变化拉动需求

四、老人和儿童市场快速成长

五、“亚健康”人群迅速增长

第四章 2013-2015年中国保健食品业运行新态势分析

第一节 2013-2015年中国保健品业运行综述

一、中国保健品市场规模分析

二、中国保健品四大营销模式分析

三、中国保健品行业备受外资青睐

四、连锁加盟将成保健品营销主流

第二节 2013-2015年中国保健食品行业运行透析

一、中国保健食品行业发展历程

二、我国保健食品市场现状分析

三、保健食品行业进入严管时代

四、保健食品监督管理条例将出台

第三节 2013-2015年中国保健食品市场需求分析

一、保健食品总体需求状况分析

二、膳食营养补充剂市场发展情况

三、中国益生菌市场分析

第四节 2013-2015年中国保健食品发展存在的问题分析

- 一、产品定位与功能结构不合理
- 二、保健食品行业监管尚存漏洞
- 三、保健食品虚假宣传误导消费
- 四、产品质量水平参差不齐

第五节 2013-2015年中国保健食品发展对策与建议

第五章 2013-2015年中国营养保健食品行业经济运行状况

第一节 2013-2015年中国营养保健食品行业发展分析

- 一、中国营养保健食品行业发展概况
- 二、中国营养保健食品行业发展概况

第二节 2013-2015年中国营养保健食品行业总体规模分析

- 一、中国营养保健食品行业企业规模分析
- 二、中国营养保健食品行业人员规模统计
- 三、中国营养保健食品行业资产规模分析
- 四、中国营养保健食品行业负债规模分析
- 五、中国营养保健食品行业市场规模分析

第三节 2013-2015年中国营养保健食品行业供需平衡分析

- 一、中国营养保健食品行业产成品分析
- 二、中国营养保健食品行业供给区域分布
- 三、中国营养保健食品行业销售产值分析
- 四、中国营养保健食品行业需求区域分布

第四节 2013-2015年中国营养保健食品行业投资状况分析

- 一、中国营养保健食品行业投资增长分析
- 二、中国营养保健食品行业投资区域分布

第五节 2013-2015年中国营养保健食品行业总体结构特征分析

- 一、中国营养保健食品行业经济类型结构
- 二、中国营养保健食品企业规模结构分析
- 三、中国营养保健食品行业区域结构特征

第六章 2013-2015年中国营养保健食品行业经济运行效益分析

第一节 2013-2015年中国营养保健食品行业获利能力分析

第二节 2013-2015年中国营养保健食品行业经营效益分析

- 一、中国营养保健食品行业偿债能力分析
- 二、中国营养保健食品行业盈利能力分析
- 三、中国营养保健食品行业毛利率分析
- 四、中国营养保健食品行业运营能力分析

第三节 2013-2015年中国营养保健食品行业成本费用分析

- 一、中国营养保健食品行业销售成本分析
- 二、中国营养保健食品行业销售费用分析
- 三、中国营养保健食品行业管理费用分析
- 四、中国营养保健食品行业财务费用分析

第七章 2013-2015年中国营养保健食品行业区域结构分析

第一节 2013-2015年中国主要区域营养保健食品行业发展分析

- 一、华北地区营养保健食品行业发展情况
- 二、东北地区营养保健食品行业发展情况
- 三、华东地区营养保健食品行业发展情况
- 四、华中地区营养保健食品行业发展情况
- 五、华南地区营养保健食品行业发展情况
- 六、西南地区营养保健食品行业发展情况
- 七、西北地区营养保健食品行业发展情况

第二节 2013-2015年中国重点省区营养保健食品行业发展分析

- 一、广东省营养保健食品行业发展分析
- 二、山东省营养保健食品行业发展分析
- 三、江苏省营养保健食品行业发展分析
- 四、浙江省营养保健食品行业发展分析
- 五、北京市营养保健食品行业发展分析

第八章 2011-2015年中国营养保健食品行业经济运行状况

第一节 2011-2015年中国营养保健食品行业发展分析

- 一、中国营养保健食品行业发展概况
- 二、2014年中国营养保健食品行业发展概况
- 三、2015年中国营养保健食品行业发展概况

第二节 2011-2015年中国营养保健食品行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、资产规模增长分析

三、销售规模增长分析

四、利润规模增长分析

第三节 2011-2015年中国营养保健食品行业结构分析

一、企业数量结构分析

二、资产规模结构分析

三、销售规模结构分析

四、利润规模结构分析

第四节 2011-2015年中国营养保健食品行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、主要费用统计

第五节 2011-2015年中国营养保健食品行业运营效益分析

一、偿债能力分析

二、盈利能力分析

三、运营能力分析

第九章 2013-2015年中国保健食品市场消费调研分析

第一节 影响保健食品需求的因素

一、消费者认知

二、消费者收入

三、保健食品的消费心理

四、保健食品功效夸大

五、消费者对保健食品产生信任危机

第二节 2013-2015年中国保健食品市场消费调研

一、保健食品市场最受关注十大品牌

二、保健食品功效关注调研

三、保健食品价格敏感度调研

四、保健食品的食用频率

第三节 2013-2015年中国保健食品需求结构分析

一、城乡需求结构

二、不同群体需求结构

- 1、儿童
 - 2、女性
 - 3、老年人
- 三、地域差异

- 1、东部地区
- 2、中部地区
- 3、西部地区

四、各线城市差异

- 1、一线城市--以上海、北京为例
- 2、二线城市--以杭州、沈阳为例

第十章 2013-2015年中国保健食品消费市场分析

第一节 2013-2015年中国保健食品消费者分析

- 一、现代人的保健观念
- 二、保健食品消费者消费行为分析
- 三、保健食品消费群体分析

第二节 2013-2015年中国保健食品消费者市场分析

- 一、中老年保健食品市场发展分析
- 二、女性保健食品市场发展状况分析
- 三、儿童青少年保健食品市场发展状况

第三节 2013-2015年中国保健食品热点产品市场分析

- 一、“改善皮肤水份”功能保健食品市场分析
- 二、“增加骨密度”功能保健食品市场分析
- 三、“排铅”功能保健食品市场分析
- 四、“抗疲劳”功能保健食品市场分析
- 五、抗辐射功能保健食品市场
- 六、补血、补脑类保健品产品市场分析
- 七、降血糖雷保健食品产品市场分析

第十一章 2013-2015年中国保健食品企业营销策略分析

第一节 2013-2015年中国保健食品营销策略分析

- 一、保健食品营销战略四大致命误解

二、注重产品品质

三、把承诺落在实处

四、注重消费者感受

五、树立良好的营销心态

第二节 2013-2015年中国保健食品产业销售渠道分析

一、药店

二、超市

三、电子商务

四、直销

第三节 2013-2015年中国保健品市场营销案例解析

第四节 2013-2015年中国保健品市场营销策略建议

一、理性回归---从严谨的市调开始

二、产品延伸---1+1大于2

三、精准定位---创造差异诉求

四、善用媒介---科学投放策略

五、终端制胜---软硬兼施见真功

六、广告创新---实效的增值之道

七、范式变革---企业角色转换

八、品牌营销---直面市场未来

九、科技应用---技术创新促发展

第十二章 2013-2015年中国保健食品市场竞争态势分析

第一节 2013-2015年中国保健食品竞争总况

一、保健食品市场竞争概况

二、保健食品品牌竞争分析

三、保健食品营销渠道竞争

第二节 2013-2015年中国保健食品行业集中度分析

一、行业资产集中度分析

二、行业销售集中度分析

三、行业利润集中度分析

第三节 2016-2022年中国保健食品竞争趋势分析

第十三章 2013-2015年中国营养保健食品重点企业竞争力分析

第一节 上海交大昂立股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经济指标分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业运营能力分析
- 七、企业成长能力分析
- 八、企业成本费用分析
- 九、企业发展战略及未来展望

第二节 广东汤臣倍健生物科技股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经济指标分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业运营能力分析
- 七、企业成长能力分析
- 八、企业成本费用分析
- 九、企业发展战略及未来展望

第三节 宝健(中国)日用品有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成本费用分析

第四节 完美(中国)日用品有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成本费用分析

第五节 北京澳特舒尔保健品开发有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成本费用分析

第六节 康宝莱（中国）保健品有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成本费用分析

第七节 岳阳市本草生物工程有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成本费用分析

第八节 广州黄振龙凉茶有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成本费用分析

第九节 南京九蜂堂蜂产品有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成本费用分析

第十节 深圳市博康保健品有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成本费用分析

第十一节 蓬莱华泰保健品有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成本费用分析

第十二节 江西汪氏蜜蜂园有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成本费用分析

第十三节 无锡健特药业有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成本费用分析

第十四节 无锡健特生物工程有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成本费用分析

第节 中健行集团有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成本费用分析

第十六节 南方李锦记有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成本费用分析

第十七节 深圳万基药业有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成本费用分析

第十八节 天津天狮生物发展有限公司

一、公司基本情况

- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成本费用分析

第十四章 2016-2022年中国营养保健食品行业前景预测分析

第一节 2016-2022年中国营养保健食品行业发展趋势分析

- 一、保健食品功能发展趋向专一化
- 二、中药保健食品具有独特的发展优势
- 三、高新技术生产保健食品是未来发展方向
- 四、基因食品将成为未来保健食品发展主流

第二节 2016-2022年中国营养保健食品市场预测分析

- 一、中国营养保健食品市场前景分析
- 二、营养保健食品市场规模预测分析
- 三、卫生与健康包装食品零售规模预测（zyyzg）

第三节 2016-2022年中国营养保健食品市场盈利预测分析

第十五章 2016-2022年中国营养保健食品产业投资机会与风险分析

第一节 2016-2022年中国营养保健食品行业投资环境分析

- 一、营养保健食品市场拉动
- 二、营养保健食品科技推动
- 三、营养保健食品管理带动

第二节 2016-2022年中国营养保健食品行业投资机会分析

- 一、营养保健食品投资吸引力分析
- 二、营养保健食品行业投资区域分析

第三节 2016-2022年中国营养保健食品行业投资风险分析

- 一、政策监管风险
- 二、市场竞争风险
- 三、原料市场风险
- 四、食品安全风险

第四节 2016-2022年中国营养保健食品投资策略及建议

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/baojianpin/U72719WG3G.html>