

2017-2022年中国孕妇营养 保健品市场深度评估与发展前景研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国孕妇营养保健品市场深度评估与发展前景研究报告》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/V81894C9IP.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

2013年，中国孕妇营养保健品行业的生产规模约为560亿元，到2016年，这一规模达到698亿元，同比增长率为7.05%。

2013-2016年中国孕妇营养保健品行业生产规模走势

2013年中国孕妇营养保健品行业市场销售规模为540亿元，到2016年底，这一规模达到683亿元，同比2015年上升7.85%。

2013-2016年孕妇营养保健品行业市场销售规模走势

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国孕妇营养保健品市场深度评估与发展前景研究报告》共十四章。首先介绍了孕妇营养保健品行业市场发展环境、孕妇营养保健品整体运行态势等，接着分析了孕妇营养保健品行业市场运行的现状，然后介绍了孕妇营养保健品市场竞争格局。随后，报告对孕妇营养保健品做了重点企业经营状况分析，最后分析了孕妇营养保健品行业发展趋势与投资预测。您若想对孕妇营养保健品产业有个系统的了解或者想投资孕妇营养保健品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一部分孕妇营养保健品行业运行现状

第一章2016年中国孕妇营养保健品行业市场运行形势分析1

第一节2016年中国孕妇营养保健品行业发展概况1

第二节中国孕妇营养保健品行业发展走势5

一、中国孕妇营养保健品行业市场分布情况5

二、中国孕妇营养保健品行业发展趋势分析5

第二章2016年中国孕妇营养保健品产业发展环境分析8

第一节2016年中国宏观经济环境分析8

一、GDP历史变动轨迹分析8

二、固定资产投资历史变动轨迹分析	9
三、消费价格指数CPI、PPI	11
四、全国居民收入情况	12
五、恩格尔系数	14
六、社会消费品零售总额	14
七、对外贸易&进出口	15
八、2017-2022年中国宏观经济发展预测分析	16
第二节中国孕妇营养保健品行业主要法律法规及政策	17
第三节2016年中国孕妇营养保健品产业社会环境发展分析	32
一、中国孕妇营养保健品产业社会环境分析	32
二、2017-2022年社会环境对行业的影响分析	45
第三章2016年中国孕妇营养保健品产业发展现状	46
第一节孕妇营养保健品行业的有关概况	46
一、孕妇营养保健品的定义	46
二、孕妇营养保健品的特点	49
三、孕妇营养保健品的分类	49
第二节孕妇营养保健品的产业链情况	50
一、产业链模型介绍	50
二、孕妇营养保健品行业产业链分析	61
第三节产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析	74
一、产业价值链的构成	74
二、产业链条的竞争优势与劣势分析	74
第四节孕妇营养保健品产品目标客户群体调查	75
一、不同收入水平消费者偏好调查	75
二、不同年龄的消费者偏好调查	75
三、不同地区的消费者偏好调查	76
第四章2016年中国孕妇营养保健品行业技术发展分析	77
第一节中国孕妇营养保健品行业技术发展现状	77
第二节孕妇营养保健品行业技术特点分析	77
第三节孕妇营养保健品行业技术环境特征	79

第四节孕妇营养保健品行业技术发展趋势分析84

第二部分孕妇营养保健品行业全景调研

第五章2016年中国孕妇营养保健品产业运行情况86

第一节中国孕妇营养保健品行业发展状况86

一、2011-2016年孕妇营养保健品行业市场供给分析86

二、2011-2016年孕妇营养保健品行业市场需求分析87

三、2011-2016年孕妇营养保健品行业市场规模分析87

第二节中国孕妇营养保健品行业集中度分析88

一、行业市场区域分布情况88

二、行业市场集中度情况90

三、行业企业集中度分析91

第六章2012-2016年中国孕妇营养保健品市场运行情况92

第一节行业最新动态分析92

一、行业相关动态概述92

二、行业发展热点聚焦93

第二节行业品牌现状分析94

一、消费者对孕妇营养保健品品牌认知度94

二、消费者对营养保健品产品的品牌偏好97

三、消费者对营养保健品品牌的首要认知渠道97

四、营养保健品品牌忠诚度及市场占有率98

第三节行业产品市场价格情况99

第四节不同客户购买相关的态度及影响分析99

一、价格敏感程度99

二、品牌的影响100

三、购买方便的影响100

四、广告的影响程度100

五、包装的影响程度101

第五节行业外资进入现状及对未来市场的威胁101

第七章2015-2016年中国孕妇营养保健品所属行业分析及预测103

第一节2015-2016年中国孕妇营养保健品所属行业总体数据分析	103
一、2015年中国孕妇营养保健品所属行业全部企业数据分析	103
二、2016年中国孕妇营养保健品所属行业全部企业数据分析	104
第二节2017-2022年中国孕妇营养保健品所属行业全部企业数据预测	107
一、2017-2022年中国孕妇营养保健品行业所属行业品牌市场规模预测	107
二、2017-2022年中国孕妇营养保健品行业所属行业总产值预测	107
三、2017-2022年中国孕妇营养保健品行业所属行业利润总额预测	108
四、2017-2022年中国孕妇营养保健品行业所属行业总资产预测	108
五、2017-2022年中国孕妇营养保健品行业所属行业需求预测	109
六、2017-2022年中国孕妇营养保健品行业所属行业供需平衡预测	109
七、2017-2022年中国孕妇营养保健品行业所属行业主要产品进出口预测	110
第三节影响中国孕妇营养保健品行业所属行业发展的主要因素	110
一、2017-2022年影响中国孕妇营养保健品行业所属行业运行的有利因素分析	110
二、2017-2022年影响中国孕妇营养保健品行业所属行业运行的稳定因素分析	110
三、2017-2022年影响中国孕妇营养保健品行业所属行业运行的不利因素分析	111
四、2017-2022年中国孕妇营养保健品行业所属行业发展面临的挑战分析	111
五、2017-2022年中国孕妇营养保健品行业所属行业发展面临的机遇分析	111

第三部分孕妇营养保健品行业竞争格局

第八章2016年中国孕妇营养保健品行业竞争情况112

第一节行业经济指标分析112

- 一、赢利性112
- 二、附加值的提升空间112
- 三、进入壁垒 / 退出机制112
- 四、行业周期120

第二节行业竞争结构分析124

- 一、现有企业间竞争124
- 二、潜在进入者分析125
- 三、替代品威胁分析126
- 四、供应商议价能力127
- 五、客户议价能力127

第三节行业国际竞争力比较128

第九章2016年孕妇营养保健品行业重点生产企业分析130

第一节汤臣倍健股份有限公司130

- 一、企业简介130
- 二、企业经营数据132
- 三、企业竞争优势分析135
- 四、企业发展战略分析138

第二节陕西红星乳业有限公司138

- 一、企业简介138
- 二、企业产品分析139
- 三、企业竞争优势分析141
- 四、企业发展战略分析143

第三节安利（中国）日用品有限公司143

- 一、企业简介143
- 二、企业经营数据145
- 三、企业竞争优势分析145
- 四、企业发展战略分析153

第四节上海交大昂立股份有限公司154

- 一、企业简介154
- 二、企业经营数据156
- 三、企业产品分析159
- 四、企业竞争优势分析159
- 五、企业发展战略分析160

第五节健康元集团股份有限公司160

- 一、企业简介160
- 二、企业经营数据163
- 三、企业竞争优势分析166
- 四、企业发展战略分析166

第六节山东东阿阿胶股份有限公司167

- 一、企业简介167
- 二、企业经营数据170
- 三、企业竞争优势分析173

四、企业发展战略分析177

第七节天士力制药集团股份有限公司178

一、企业简介178

二、企业经营数据181

三、企业竞争优势分析184

四、企业发展战略分析185

第八节江中股份有限公司186

一、企业简介186

二、企业经营数据187

三、企业竞争优势分析190

四、企业发展战略分析191

第九节安琪酵母股份有限公司191

一、企业简介191

二、企业经营数据193

三、企业竞争优势分析196

四、企业发展战略分析197

第十节康宝莱（中国）保健品有限公司198

一、企业简介198

二、企业经营数据199

三、企业竞争优势分析200

第四部分孕妇营养保健品行业趋势预测与投资战略研究

第十章2017-2022年孕妇营养保健品行业发展预测分析202

第一节2017-2022年中国孕妇营养保健品行业未来发展预测分析202

一、中国孕妇营养保健品行业发展方向及投资机会分析202

二、2017-2022年中国孕妇营养保健品行业发展规模分析206

三、2017-2022年中国孕妇营养保健品行业发展趋势分析206

四、2017-2022年中国孕妇营养保健品行业销售渠道发展趋势分析207

五、2017-2022年营养保健品产业政策趋向208

第二节2017-2022年中国孕妇营养保健品行业供需预测210

一、2017-2022年中国孕妇营养保健品行业供给预测210

二、2017-2022年中国孕妇营养保健品行业需求预测211

第三节2017-2022年中国孕妇营养保健品行业价格走势分析211

第十一章2017-2022年中国孕妇营养保健品行业投资风险预警213

第一节中国孕妇营养保健品行业存在问题分析213

第二节中国孕妇营养保健品行业面临的挑战及发展建议217

一、中国孕妇营养保健品行业面临的难题217

二、中国孕妇营养保健品行业发展建议219

第三节中国孕妇营养保健品行业政策投资风险221

一、政策和体制风险221

二、技术发展风险228

三、市场竞争风险230

四、经营管理风险231

五、金融风险236

六、贸易风险及防范239

七、财务分析及防范242

八、进入退出风险246

九、宏观调控风险247

第十二章2017-2022年中国孕妇营养保健品行业发展策略及投资建议254 (ZY GXH)

第一节孕妇营养保健品行业发展策略分析254

一、坚持产品创新的领先战略254

二、坚持品牌建设的引导战略255

三、坚持工艺技术创新的支持战略264

四、坚持市场营销创新的决胜战略268

五、坚持企业管理创新的保证战略272

第二节孕妇营养保健品行业市场的关键客户战略实施275

一、实施关键客户战略的必要性275

二、合理确立关键客户276

三、对关键客户的营销策略277

四、强化关键客户的管理277

五、实施关键客户战略要重点解决的问题279

第三节投资建议280

- 一、投资策略分析280
- 二、重点投资区域建议291
- 三、重点投资产品建议291（ZY GXH）

图表目录：

- 图表：2012-2016年国内生产总值及其增长速度9
- 图表：2012-2016年国内生产总值增长速度（累计同比）9
- 图表：2012-2016年全社会固定资产投资及其增长速度10
- 图表：2016年我国居民消费价格上涨情况（月度同比）12
- 图表：2012-2016年我国城镇居民人均可支配收入实际增长速度（累计同比）13
- 图表：2012-2016年我国农村居民人均收入实际增长速度13
- 图表：2012-2016年社会消费品零售总额及其增长速度14
- 图表：2012-2016年货物进出口总额15
- 图表：2015年末人口数及其构成32
- 图表：2011-2016年城镇新增就业人数34
- 图表：2011-2016年国内生产总值与全部就业人员比例 34
- 图表：2011-2016年城镇居民人均可支配收入35
- 图表：2011-2016年高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数36
- 图表：2011-2016年研究与实验发展（R&D）经费支出37
- 图表：2011-2016年卫生技术人员人数38
- 图表：产业链概念示意51
- 图表：产业链形成图53
- 图表：产业链对接机制的主要内容56
- 图表：产业链三维双立体对接57
- 图表：维度间所调节的要素关系59
- 图表：2011-2016年孕妇营养保健品产量及增长率86
- 图表：2011-2016年孕妇营养保健品销售量及增长87
- 图表：2011-2016年孕妇营养保健品市场规模及增长87
- 图表：中国孕妇营养保健品企业投资规模分布占比88
- 图表：2016年孕妇营养保健品区域消费规模集中度89
- 图表：消费者了解孕妇营业保健品的信息渠道98
- 图表：各个渠道在年龄上的差异98

图表：2017-2022年孕妇营养保健品市场规模预测206

图表：2017-2022年孕妇营养保健品产量预测210

图表：2017-2022年孕妇营养保健品需求量预测211

图表：保健品媒介策略290

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/baojianpin/V81894C9IP.html>