

# 2008年中国保健品市场研究报告

## 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

《2008年中国保健品市场研究报告》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/X05043J9U5.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]2008年中国[b]保健品[/b]市场研究报告 内容介绍：[/b]

随着社会进步和经济发展，人类对自身的健康日益关注。90年代以来，全球居民的健康消费逐年攀升，对营养医药的需求十分旺盛。在按国际标准划分的15类国际化产业中，医药保健是世界贸易增长最快的五个行业之一，保健食品的销售额每年以13%的速度增长。

而从20世纪80年代起步的中国医药行业的现状和市场运行情况、然后具体介绍了补血产品、美容类医药、减肥医药、降血脂医药、提高免疫力类医药、补钙医药和维生素类医药的发展、随后对医药营销、直销、广告、行业竞争、重点企业运营状况和政策环境进行了分析、最后分析了医药市场的未来发展趋势。是医药企业及相关投资机构全面把握行业发展趋势、准确了解市场运行状况，正确制定企业竞争战略和投资策略的重要参考资料。

### [b]第一章 医药行业相关概述[/b]

#### 第一节 医药相关概述

- 一、医药定义
- 二、医药的基本特征
- 三、医药分类

#### 第二节 保健食品的功能概述

- 一、保健食品的主要功能概括
- 二、保健食品与一般食品、药品的区别
- 三、对保健食品的正确认识

### [b]第二章 国内外医药行业相关政策分析[/b]

#### 第一节 国外部分国家医药行业调研)行业相关政策法规分析

- 一、美国医药行业考察行业政策分析
- 二、韩国医药行业考察行业政策分析
- 三、瑞士医药行业政策分析

#### 第二节 中国医药市场增长分析

#### 第二节 美国医药市场调研市场发展分析

- 一、美国30%以上儿童食用医药
- 二、美国流行中药医药
- 三、美国天然保健食品原料前景看好
- 四、2007年美国保健业发生震荡
- 五、2008年美国医药行业考察行业发展动态

(一) 2008年美国发布医药行业考察行业cGMP规定

(二) 2008年美国大力肃整壮阳医药

### 第三节 日本医药市场发展分析

一、保健食品日本走俏

二、日本医药医药市场规模庞大

三、日本市场上流行的保健食品

### 第四节 韩国医药市场调研市场发展分析

一、韩国健康食品管理现状

二、韩国保健食品市场调研市场状况

三、韩国主要保健食品厂商与主要产品项目

四、韩国保健食品未来趋势

### 第五节 其他国家医药市场发展分析

一、泰国医药市场调研市场分析

二、俄罗斯医药医药市场分析

## [b]第四章 中国医药行业直销分析[/b]

### 第一节 直销与直销法的相关概述

一、直销的定义

二、直销的优点

三、直销的发展由来

四、直销给消费者带来的好处

### 第二节 医药行业直销分析

一、直销立法给医药行业带来的影响

二、医药医药直销大势与升级

### 第三节 医药直销存在的问题及对策

一、医药直销四大风险

二、医药在药店直销策略分析

### 第四节 医药行业的直销趋势

一、中国医药将进入品牌直销

二、直销进入法制时代医药营销面临改革

## [b]第十一章 医药行业广告市场分析[/b]

### 第一节 医药广告市场状况

一、医药市场广告主题的特征及成因分析

二、减肥药品和医药广告市场投放规模减少

三、2007年医药医药广告市场分析

(一) 2007年医药医药广告市场竞争硝烟渐起

(二) 2007年医药医药广告向热点区域集中

第二节 医药广告创新的思想

一、反向思维

二、沟通艺术

三、风格区隔

四、理性迎合

五、层次导引

六、心理感染

七、受众细分

第三节 医药广告市场存在的问题

一、医药医药虚假宣传“四大问题”

二、医药医药传统广告十大缺陷

三、违规的广告宣传阻碍医药市场发展

第四节 医药广告发展策略

一、政府严管下医药摆脱广告瓶颈出路

二、创意成功医药广告的原则

[b]第十二章 医药行业竞争分析[/b]

第一节 我国医药行业发展前景及趋势分析[/b]

第一节 中国医药市场规模

图表 维生素B主要子产品

图表 维生素B主要生产厂家

图表 维生素C主要生产厂家及市场份额

图表 中国主要维生素生产企业

图表 美容养颜类医药广告整体接触率

图表 城市居民家庭购买率列前十位的补充维生素/微量元素类医药

图表 以女性为基准的美容养颜类医药购买率、知名度与购买知名比

图表 以男性为基准的美容养颜类医药购买率、知名度、购买知名比

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/baojianpin/X05043J9U5.html>