

2016-2022年中国养生保健 品市场前景研究与市场分析预测报告

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年中国养生保健品市场前景研究与市场分析预测报告》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/X05043OHO5.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

随着我国中医药研究技术的逐渐发展，以及国际竞争压力的增大，我国保健食品行业将逐渐沿着传统养生理论和现代技术融合的道路发展。传统的中医药文化是我国保健食品业取之不尽、用之不竭的技术源泉。中国的传统养生文化，实际上在东亚地区，包括日本、韩国、泰国、新加坡等国家，都有非常高程度的认同。用现代的生物和医药技术阐释传统养生理论的精妙内涵，发掘其有效成分，是中国养生保健品业自主创新和获得自主知识产权的独特道路，而且也是最容易取得成功且成本相对较低的道路。

统计显示，全国31个省（区、市）都有养生保健品生产企业，但企业分布不均衡，生产企业最多的省(市)有110家，最少的仅2家，相差几十倍。北京、广东、山东、上海、江苏、浙江这6个沿海省（市）的养生保健品企业的总数约占全国一半，而新疆、宁夏、西藏、青海等中药材资源丰富的西部地区只有23家养生保健品企业，还不到北京的五分之一，说明我国养生保健品企业的地域分布及资源的开发利用都不合理。中国养生保健品80年代开始兴起，历经30多年的发展，已经形成一个千亿元规模的产业。

中国养生保健品消费的主要区域依然是集中在北京、上海、广东等经济发达省市。广东作为中国沿海开放城市，又是经济发达地区，消费者对保健品的认识程度和消费能力要高于内地，所以不管是养生保健品的生产还是消费，广东地区都处在全国领先的地位，这与当地消费者开放意识和地区经济的发展有密不可分的关系。北京地区养生保健品消费规模紧随广东之后，这与其经济地位、人们消费观念相匹配，消费者逐步认识到利用养生对防病治病、维持健康的重要性，因此养生保健品逐渐受到青睐。辽宁是中国养生保健品原材料生产的重要地区，人们对保健材料有较为理性准确的认识，而且沈阳飞龙品牌曾深入人心，促使辽宁地区养生保健品市场规模不断扩大，进入全国三甲行列。山东和上海既是中国养生保健品生产的重要地区，也是养生保健品消费的主要区域之一。这与两地对保健知识和营养宣教有很大的关系。上海是中国养生保健品生产最集中的城市，其对整个华东地宣传辐射，提升了消费者对养生保健品的认识和信赖。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国养生保健品市场前景研究与市场分析预测报告》依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是中国权威的产业研究机构之一，提供各个行业分析，市场分析，市场

预测，行业发展趋势，行业发展现状，及各行业产量、进出口，经营状况等统计数据，中国产业研究、中国研究报告，具体产品有行业分析报告，市场分析报告，年鉴，名录等。

报告目录：

第一部分 养生保健品行业运行现状

第一章 养生保健品行业相关概述 1

第一节 养生保健品行业定义 1

第二节 养生保健品分类介绍 1

一、健康型营养品 1

二、选择性营养品 1

三、基本型营养品 2

第三节 养生保健品主要用途 2

一、用途分析 2

二、保健品不能替代药品 4

第二章 中国养生保健品行业运行环境分析 6

第一节 2015-2016年中国经济环境分析 6

一、国民经济运行情况 6

二、消费价格指数CPI、PPI 15

三、全国居民收入情况 18

四、恩格尔系数 18

五、工业发展形势 18

六、固定资产投资情况 21

七、中国汇率调整 23

八、对外贸易&进出口 24

第二节 2015-2016年中国养生保健品行业政策环境分析 29

一、保健品行业标准 29

二、保健品行业相关政策 30

三、保健品政策 67

四、药品GMP与保健食品GMP区别 76

第三节 2015-2016年中国养生保健品行业社会环境分析 77

一、人口环境分析 77

- 二、教育环境分析 79
- 三、文化环境分析 79
- 四、生态环境分析 80
- 五、中国城镇化率 82
- 六、居民的各种消费观念和习惯 85

第四节 投融资发展环境 89

- 一、金融开放 89
- 二、金融财政政策 92
- 三、金融货币政策 100
- 四、外汇政策 110
- 五、银行信贷政策 113
- 六、股权融资与债券融资 114

第三章 中国养生保健品行业发展现状分析 123

第一节 2015-2016年养生保健品行业发展现状 123

- 一、养生保健品行业发展概况 123
- 二、养生保健品行业生产状况分析 123

第二节 2015-2016年养生保健品企业发展分析 124

- 二、养生保健品企业发展存在的问题 126
- 三、养生保健品企业战略发展分析 128

第三节 2012-2015年养生保健品行业经济运行分析 130

- 一、2012-2015年养生保健品行业产值分析 130
- 二、2012-2015年养生保健品行业效益分析 130
- 三、2012-2015年养生保健品行业进出口分析 131

第四节 2015-2016年养生保健品市场发展分析 131

- 一、2015-2016年养生保健品市场分析 131
- 二、2015-2016年养生保健品市场变化分析 134
- 三、2016-2022年养生保健品市场走势分析 136

第五节 养生保健品行业面临的挑战及发展建议 139

- 一、养生保健品行业发展面临的难题 139
- 二、养生保健品行业发展建议 141

第四章 中国养生保健品消费市场分析 143

第一节 2012-2015年养生保健品消费者特征分析 143

一、人口结构分析 143

二、学历结构分析 144

三、职业结构分析 145

四、收入结构分析 152

第二节 2012-2015年养生保健品消费者对养生保健品选择的调查 153

一、消费者对保健品种类的选择率调查 153

二、消费者对保健品品牌选择的调查 155

三、消费者对保健品消费满意度调查 157

第三节 2012-2015年养生保健品行业影响消费者选购因素分析 158

一、价格因素 158

二、质量因素 160

三、品牌的影响 163

四、广告的影响程度 164

第四节 2012-2015年养生保健品市场消费者费渠道分析 164

一、连锁药店、社区药店 164

二、普通商场、超市 167

三、批发市场 169

四、其他渠道 172

第五章 中国养生保健品行业市场营销战略分析 174

第一节 养生保健品企业营销分析 174

一、养生保健品市场营销现状 174

二、养生保健品品牌成功因素分析 183

三、养生保健品企业营销战略研究 184

第二节 养生保健品营销渠道分析 186

一、养生保健品销售渠道构成 186

二、养生保健品营销渠道策略分析 190

第三节 养生保健品企业成功营销策略分析 200

一、连锁品牌营销策略分析 200

二、广告营销策略分析 202

三、体育（健康）营销策略分析 203

四、电子商务营销策略分析 204

五、主题营销策略分析 211

六、整体营销策略分析 215

第二部分 养生保健品行业全景调研

第六章 中国养生保健品行业数据监测 217

第一节 2012-2015年养生保健品行业总体规模分析 217

一、2012-2015年养生保健品企业数量结构分析 217

二、2012-2015年养生保健品行业生产规模分析 217

第二节 2012-2015年养生保健品行业产销分析 219

一、2012-2015年养生保健品行业产成品情况总体分析 219

二、2012-2015年养生保健品行业产品销售收入总体分析 224

第三节 2012-2015年养生保健品行业盈利能力分析 225

一、养生保健品行业销售利润率 225

二、养生保健品行业成本费用售利润率 225

第四节 2012-2015年养生保健品行业偿债能力分析 226

一、养生保健品行业资产负债比率 226

二、养生保健品行业利息支付倍数 226

第五节 2012-2015年养生保健品行业营运能力分析 227

一、养生保健品行业应收帐款周转率 227

二、养生保健品行业总资产周转率 227

第六节 2012-2015年养生保健品行业发展能力分析 228

一、养生保健品行业总资产增长率 228

二、养生保健品行业利润总额增长率 228

三、养生保健品行业主营业务收入增长率 229

第七章 中国养生保健品药品行业发展分析 231

第一节 2015-2016年养生保健品行业发展现状 231

一、养生保健品行业的发展史 231

二、养生保健品市场变化分析 232

三、养生保健品市场现状分析 232

第二节2015-2016年养生保健品市场供需分析 233

- 一、养生保健品产值分析 233
- 二、养生保健品需求分析 233
- 三、影响养生保健品市场需求的因素 233

第三节 养生保健品行业生产分析 234

- 一、产品及原材料进口、自有比例 234
- 二、国内产品及原材料生产基地分布 234
- 三、产品及原材料产业集群发展分析 236

第八章 中国养生保健品行业发展分析 237

第一节2015-2016年养生保健品市场发展分析 237

- 一、养生保健品发展分析 237
- 二、养生保健品市场发展有利因素分析 238
- 三、养生保健品市场消费特点分析 239

第二节 2012-2015年养生保健品出口状况分析 240

- 一、养生保健品出口数量及金额分析 240
- 二、养生保健品主要出口市场分析 241

第三节2015-2016年养生保健品行业存在的问题及对策 241

- 一、养生保健品产品问题分析 241
- 二、养生保健品行业存在的问题 242
- 三、针对养生保健品的解难 242
- 四、养生保健品行业品牌策略分析 243
- 五、提高养生保健品市场竞争力策略分析 243

第三部分 养生保健品行业竞争格局

第九章 中国养生保健品行业竞争格局分析 246

第一节2015-2016年养生保健品行业竞争结构分析 246

- 一、养生保健品种类品牌竞争 246
- 二、养生保健品技术工艺创新竞争 248
- 三、养生保健品销售渠道竞争 249

第二节2015-2016年养生保健品区域市场格局分析 250

第十章 中国养生保健品市场竞争分析	252
第一节 2015-2016年养生保健品行业集中度分析	252
一、养生保健品市场集中度分析	252
二、养生保健品区域集中度分析	253
三、养生保健品企业集中度分析	254
第二节 2015-2016年养生保健品市场竞争分析	254
一、养生保健品市场竞争现状分析	254
二、养生保健品企业竞争动态分析	255
三、养生保健品行业竞争策略研究	256
第十一章 我国主要养生保健品行业重点企业分析	258
第一节 湖南九芝堂股份有限公司	258
一、企业基本情况	258
二、2015年企业发展状况分析	258
三、2015年企业财务分析	259
四、2015年经营情况分析	264
五、2016-2022年企业战略及发展趋势分析	265
第二节 深圳海王集团	266
一、企业基本情况	266
二、2015年企业发展状况分析	266
三、2015年企业财务分析	267
四、2015年经营情况分析	272
五、2016-2022年企业战略及发展趋势分析	273
第三节 上海交大昂立股份有限公司	274
一、企业基本情况	274
二、2015年企业发展状况分析	274
三、2015年企业财务分析	275
四、2015年经营情况分析	280
五、2016-2022年企业战略及发展趋势分析	281
第四节 健康元药业集团股份有限公司	281
一、企业基本情况	281
二、2015年企业发展状况分析	282

- 三、2015年企业财务分析 283
- 四、2015年经营情况分析 288
- 五、2016-2022年企业战略及发展趋势分析 289
- 第五节 山东东阿阿胶股份有限公司 289
 - 一、企业基本情况 289
 - 二、2015年企业发展状况分析 290
 - 三、2015年企业财务分析 291
 - 四、2015年经营情况分析 295
 - 五、2016-2022年企业战略及发展趋势分析 296

第四部分 养生保健品行业趋势预测

- 第十二章 中国养生保健品行业发展前景分析 297
 - 第一节 2016-2022年养生保健品市场发展前景分析 297
 - 第二节 2016-2022年养生保健品产品市场发展前景分析 297

第十三章 中国养生保健品行业发展趋势分析 299

- 第一节 对养生保健品市场发展预测 299
 - 一、2016-2022年养生保健品市场供给预测 299
 - 二、2016-2022年养生保健品市场销量预测 300
 - 三、2016-2022年养生保健品市场规模预测 302
- 第二节 2016-2022年养生保健品市场发展趋势 302

第五部分 养生保健品行业投资战略研究

- 第十四章 养生保健品整体行业发展规划分析 306
 - 第一节 2016-2022年养生保健品行业发展规划分析 306
 - 一、养生保健品行业发展机会分析 306
 - 二、养生保健品行业发展机遇分析 309
 - 第二节 2016-2022年养生保健品行业投资分析 311
 - 第三节 2016-2022年养生保健品行业投资风险分析 313
 - 一、2016-2022年养生保健品行业市场风险预测 313
 - 二、2016-2022年养生保健品行业政策风险预测 315
 - 三、2016-2022年养生保健品行业经营风险预测 315

- 四、2016-2022年养生保健品行业竞争风险预测 317
- 五、2016-2022年养生保健品行业其他风险预测 319
- 第四节 2016-2022年养生保健品行业投资战略分析 327
 - 一、养生保健品市场投资策略分析 327
 - 二、养生保健品细分市场投资策略分析 328

第十五章 中国养生保健品行业发展战略研究 329

第一节 市场策略分析 329

- 一、养生保健品价格策略分析 329
- 二、养生保健品渠道策略分析 337

第二节 销售策略分析 338

- 一、媒介选择策略分析 338
- 二、产品定位策略分析 339
- 三、企业宣传策略分析 342

第三节 对我国养生保健品品牌的战略思考 346

- 一、企业品牌的重要性分析 346
- 二、养生保健品企业品牌的现状分析 350
- 三、养生保健品品牌战略管理的策略 365

第四节 养生保健品企业经营管理策略 367

- 一、成本控制策略 367
- 二、营销策略 375

图表目录：

图表：2011-2015年国内生产总值增长速度 6

图表：2012-2015年国内生产总值增长速度（累计同比） 12

图表：2012-2015年规模以上工业增加值增速（月度同比） 12

图表：2012-2015年固定资产投资（不含农户）增速（累计同比） 13

图表：2012-2015年社会消费品零售总额名义增速（月度同比） 13

图表：2012-2015年居民消费价格上涨情况（月度同比） 13

图表：2012-2015年城镇居民人均可支配收入实际增长速度（累计同比） 14

图表：2007-2015年人口及自然增长率变化情况 14

图表：2015年各月份其他指标环比数据表 14

图表：2008-2015年我国CPI增长情况 15

图表：2012-2015年全国（城市、农村）CPI增长分析 16

图表：2008-2015年我国PPI增长情况 17

图表：2012-2015年全国PPI每月增长情况分析 17

图表：2008-2015年城镇固定资产投资增长情况 22

图表：2012-2015年城镇固定资产投资增长分析 23

图表：2008-2015年进出口及走势分析 24

图表：2012-2015年我国进出口额及增长情况 28

图表：对辅食保健品市场的评价 132

图表：对辅食保健品市场的评价孩子年龄差异 133

图表：对辅食保健品市场的评价家庭收入差异 133

图表：对辅食保健品市场的评价城市规模差异 134

图表：受访者人群特征 154

图表：各地购买的首要考虑因素 156

图表：购买的首要考虑因素 156

图表：消费者对保健品满意度调查 157

图表：消费者对保健品不满意方面的调查 158

图表：2012-2015年养生保健品行业生产规模 217

图表：2012-2015年养生保健品行业销售收入 224

图表：2012-2015年养生保健品行业销售利润率 225

图表：2012-2015年养生保健品行业成本费用售利润率 225

图表：2012-2015年养生保健品行业资产负债比率 226

图表：2012-2015年养生保健品行业利息支付倍数 226

图表：2012-2015年养生保健品行业应收帐款周转率 227

图表：2012-2015年养生保健品行业总资产周转率 227

图表：2012-2015年养生保健品行业总资产增长率 228

图表：2012-2015年养生保健品行业利润总额增长率 228

图表：2012-2015年养生保健品行业主营业务收入增长率 229

图表：2012-2015年养生保健品行业产值 233

图表：2012-2015年我国养生保健品主要出口市场 241

图表：2015年养生保健品区域消费规模集中度 253

图表：2012-2015年湖南九芝堂股份有限公司偿债能力 259

图表：2012-2015年湖南九芝堂股份有限公司资本结构 260

图表：2012-2015年湖南九芝堂股份有限公司经营效率 260

图表：2012-2015年湖南九芝堂股份有限公司获利能力 261

图表：2012-2015年湖南九芝堂股份有限公司发展能力 261

图表：2012-2015年湖南九芝堂股份有限公司现金流量 262

图表：2012-2015年湖南九芝堂股份有限公司投资收益 262

图表：2012-2015年湖南九芝堂股份有限公司资产负债表 263

图表：2012-2015年湖南九芝堂股份有限公司利润表 263

图表：2012-2015年湖南九芝堂股份有限公司现金流量表 264

图表：2012-2015年湖南九芝堂股份有限公司经营状况1 264

图表：2012-2015年湖南九芝堂股份有限公司经营状况2 265

图表：2012-2015年湖南九芝堂股份有限公司经营状况3 265

图表：2012-2015年深圳市海王生物工程股份有限公司偿债能力 267

图表：2012-2015年深圳市海王生物工程股份有限公司资本结构 267

图表：2012-2015年深圳市海王生物工程股份有限公司经营效率 268

图表：2012-2015年深圳市海王生物工程股份有限公司获利能力 268

图表：2012-2015年深圳市海王生物工程股份有限公司发展能力 269

图表：2012-2015年深圳市海王生物工程股份有限公司现金流量 269

图表：2012-2015年深圳市海王生物工程股份有限公司投资收益 270

图表：2012-2015年深圳市海王生物工程股份有限公司资产负债表 270

图表：2012-2015年深圳市海王生物工程股份有限公司利润表 271

图表：2012-2015年深圳市海王生物工程股份有限公司现金流量表 271

图表：2012-2015年深圳市海王生物工程股份有限公司经营状况1 272

图表：2012-2015年深圳市海王生物工程股份有限公司经营状况2 272

图表：2012-2015年深圳市海王生物工程股份有限公司经营状况3 272

图表：2012-2015年上海交大昂立股份有限公司偿债能力 275

图表：2012-2015年上海交大昂立股份有限公司资本结构 275

图表：2012-2015年上海交大昂立股份有限公司经营效率 276

图表：2012-2015年上海交大昂立股份有限公司获利能力 276

图表：2012-2015年上海交大昂立股份有限公司发展能力 277

图表：2012-2015年上海交大昂立股份有限公司现金流量 277

图表：2012-2015年上海交大昂立股份有限公司投资收益 278

图表：2012-2015年上海交大昂立股份有限公司资产负债表 278

图表：2012-2015年上海交大昂立股份有限公司利润表 279

图表：2012-2015年上海交大昂立股份有限公司现金流量表 279

图表：2012-2015年上海交大昂立股份有限公司经营状况1 280

图表：2012-2015年上海交大昂立股份有限公司经营状况2 280

图表：2012-2015年上海交大昂立股份有限公司经营状况3 280

图表：2012-2015年健康元药业集团股份有限公司偿债能力 283

图表：2012-2015年健康元药业集团股份有限公司资本结构 283

图表：2012-2015年健康元药业集团股份有限公司经营效率 284

图表：2012-2015年健康元药业集团股份有限公司获利能力 284

图表：2012-2015年健康元药业集团股份有限公司发展能力 285

图表：2012-2015年健康元药业集团股份有限公司现金流量 285

图表：2012-2015年健康元药业集团股份有限公司投资收益 286

图表：2012-2015年健康元药业集团股份有限公司资产负债表 286

图表：2012-2015年健康元药业集团股份有限公司利润表 287

图表：2012-2015年健康元药业集团股份有限公司现金流量表 287

图表：2012-2015年健康元药业集团股份有限公司经营状况1 288

图表：2012-2015年健康元药业集团股份有限公司经营状况2 288

图表：2012-2015年健康元药业集团股份有限公司经营状况3 288

图表：2012-2015年山东东阿阿胶股份有限公司偿债能力 291

图表：2012-2015年山东东阿阿胶股份有限公司资本结构 291

图表：2012-2015年山东东阿阿胶股份有限公司经营效率 292

图表：2012-2015年山东东阿阿胶股份有限公司获利能力 292

图表：2012-2015年山东东阿阿胶股份有限公司发展能力 293

图表：2012-2015年山东东阿阿胶股份有限公司现金流量 293

图表：2012-2015年山东东阿阿胶股份有限公司投资收益 293

图表：2012-2015年山东东阿阿胶股份有限公司资产负债表 294

图表：2012-2015年山东东阿阿胶股份有限公司利润表 294

图表：2012-2015年山东东阿阿胶股份有限公司现金流量表 295

图表：2012-2015年山东东阿阿胶股份有限公司经营状况1 295

图表：2012-2015年山东东阿阿胶股份有限公司经营状况2 296

图表：2012-2015年山东东阿阿胶股份有限公司经营状况3 296

图表：保健品媒介策略 338

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/baojianpin/X05043OHO5.html>