

2015-2020年中国保健品行业深度研究与投资前景分析报告

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

《2015-2020年中国保健品行业深度研究与投资前景分析报告》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/Y16189GYRE.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

报告目录

第一章我国养生保健品行业发展现状 1

第一节全国保健品市场分析 1

一、2013年保健品市场规模分析 1

二、2014年保健品市场变化趋势 1

第二节保健品市场需求分析 3

一、2013年保健品零售市场销量 3

二、2014年保健品市场需求预测 3

第三节养生保健品行业总体规模分析 5

一、2013年保健品企业数量结构分析 5

二、2013年养生保健品行业生产规模分析 7

第四节保健品市场价格分析 7

一、保健品市场价格影响因素 7

二、2013年保健品市场价格走势 10

三、2014年保健品市场价格走势 11

第五节农村保健品市场分析 13

一、农村保健品市场分析 13

二、2013年农村医药保健品市场发展状况 16

三、2015-2020年农村保健品市场前景分析 17

第二章养生保健品行业经济运行分析 19

第一节 2013-2014年保健品产量分析 19

一、2013年保健品产量分析 19

二、2014年保健品产量分析 29

第二节 2013-2014年养生保健品行业主要经济指标分析 29

一、销售收入前十家企业分析 29

二、2013年养生保健品行业主要经济指标分析 30

三、2014年养生保健品行业主要经济指标分析 33

第三节 2013-2014年我国养生保健品行业绩效分析 35

一、2013-2014年行业产销情况 35

- 二、2013-2014年行业规模情况 36
- 三、2013-2014年行业盈利能力 37
- 四、2013-2014年行业经营发展能力 38
- 五、2013-2014年行业偿债能力分析 43

第三章保健品消费市场分析 48

第一节保健品消费者分析 48

- 一、现代达人保健观念 48
- 二、保健品消费者消费行为分析 50
- 三、保健品消费群体分析 54
- 四、保健品中产阶级消费者分析 56

第二节保健品消费者市场分析 58

- 一、2013-2014年中老年保健品市场发展分析 58
- 二、2013-2014年女性保健品市场发展状况分析 60
- 三、2013-2014年儿童保健品市场发展状况分析 64

第三节保健品细分市场分析 68

- 一、2013-2014年减肥类产品市场发展分析 68
- 二、2013-2014年补肾壮阳类保健品市场分析 69
- 三、2013-2014年我国女性补血养颜市场分析 73
- 四、2013-2014年我国维生素行业发展现状及趋势 77
- 五、2013-2014年补钙类产品市场现状及趋势分析 78

第二部分保健品行业竞争格局

第四章养生保健品行业竞争格局分析 80

第一节养生保健品行业历史竞争格局概况 80

- 一、养生保健品行业集中度分析 80
- 二、养生保健品行业竞争程度分析 82

第二节中国养生保健品行业结构分析 84

- 一、行业的省份分布概况 84
- 二、行业销售集中度分析 95
- 三、行业利润集中度分析 95
- 四、行业规模集中度分析 95

第三节中国保健品产业竞争状况	95
一、我国养生保健品行业品类竞争现状	95
二、我国保健品企业的竞争力分析	96
三、中国养生保健品行业并购重组状况	99
四、我国养生保健品行业并购整合分析	99
第四节养生保健品行业竞争格局分析	102
一、2013年国内外保健品竞争分析	102
二、2013年我国保健品市场竞争分析	112
三、2013年我国保健品市场集中度分析	112
四、2014年国内主要保健品企业动向	121

第五章保健品企业竞争策略分析 123

第一节保健品市场竞争策略分析	123
一、2014年保健品市场增长潜力分析	123
二、2014年保健品主要潜力品种分析	123
三、现有保健品产品竞争策略分析	125
四、潜力保健品品种竞争策略选择	134
五、典型企业产品竞争策略分析	135
第二节保健品企业竞争策略分析	135
一、金融危机对养生保健品行业竞争格局的影响	135
二、金融危机后养生保健品行业竞争格局的变化	136
三、2015-2020年我国保健品市场竞争趋势	136
四、2015-2020年养生保健品行业竞争格局展望	138
五、2015-2020年养生保健品行业竞争策略分析	139
六、2015-2020年保健品企业竞争策略分析	140

第三部分保健品行业发展预测

第六章养生保健品行业发展趋势分析	142
第一节 2015-2020年中国医药发展趋势分析	142
一、2013-2014年中国医药产业发展趋势总结	142
二、2015-2020年中国医药市场发展方向分析	145
三、2015-2020年中国医药行业发展趋势分析	148

四、2015-2020年中国医药行业竞争态势分析 151

第二节 2013-2014年养生保健品行业发展趋势 154

一、保健品大众化趋势分析 154

二、我国保健食品市场发展趋势 155

三、未来医疗养生保健品行业发展趋向分析 157

四、中国传统保健品发展前景 164

第三节 2015-2020年保健品产业发展趋势 167

一、保健品产业发展走向分析 167

二、保健品产业未来发展策略 168

三、我国保健品产业发展新趋势 172

第四节 2015-2020年保健品产业发展趋势分析 173

一、2015-2020年保健品产业政策趋向 173

二、2015-2020年保健品技术革新趋势 180

三、2015-2020年保健品价格走势分析 181

四、2015-2020年国际环境对行业的影响 182

第七章未来养生保健品行业发展预测 186

第一节 2015-2020年国际保健品市场预测 186

一、2015-2020年全球养生保健品行业产能预测 186

二、2015-2020年全球保健品市场需求前景 186

三、2015-2020年全球保健品市场价格预测 187

第二节 2015-2020年国内保健品市场预测 188

一、2015-2020年国内养生保健品行业产能预测 188

二、2013-2018年营养保健品行业总产值预测 188

二、2015-2020年国内养生保健品行业产量预测 189

三、2015-2020年国内保健品市场需求前景 189

四、2015-2020年国内保健品市场价格预测 190

五、2015-2020年国内养生保健品行业集中度预测 191

第四部分保健品行业投资战略研究

第八章养生保健品行业投资环境分析 194

第一节养生保健品行业投资环境 194

一、2015-2020年政策环境分析预测	194
二、2015-2020年技术环境分析预测	196
三、2015-2020年市场环境分析预测	197
第二节 2015-2020年我国经济形势分析	203
一、2013年我国宏观经济运行情况分析	203
二、2014年我国宏观经济发展情况分析	215
三、2015-2020年我国宏观经济形势分析	221
四、2015-2020年我国宏观经济的新特点	228
五、2015-2020年我国经济前景与预测	231
六、2015-2020年投资趋势及其影响预测	235
第三节 中国医药卫生体制改革分析	236
一、医药卫生体制改革意义	236
二、医药卫生体制改革思想及目标	237
三、医药卫生体系与制度改革分析	239
四、医药卫生体系改革方向	252
五、医药卫生体制改革重点工作分析	264
六、医药卫生体制改革步骤分析	267
第四节 中国药品进出口政策分析	269
一、2013年医药产品进出口关税调整情况	269
二、我国出口退税调整对保健品企业的影响	271
三、我国出口退税调整对养生保健品行业的影响	272
四、医药技术出口管制调整情况及其影响	275
五、2013年有关养生保健品行业的政策分析	277
第九章 养生保健品行业投资机会与风险	280
第一节 养生保健品行业投资效益分析	280
一、2013-2014年养生保健品行业投资状况分析	280
二、2013-2014年养生保健品行业投资效益分析	280
三、2015-2020年养生保健品行业投资趋势预测	281
四、2015-2020年养生保健品行业的投资方向	282
五、2015-2020年养生保健品行业投资的建议	283
六、新进入者应注意的障碍因素分析	283

第二节影响养生保健品行业发展的主要因素 284

- 一、2015-2020年影响养生保健品行业运行的有利因素分析 284
- 二、2015-2020年影响养生保健品行业运行的稳定因素分析 284
- 三、2015-2020年影响养生保健品行业运行的不利因素分析 289
- 四、2015-2020年我国养生保健品行业发展面临的挑战分析 290
- 五、2015-2020年我国养生保健品行业发展面临的机遇分析 290

第三节养生保健品行业投资风险及控制策略分析 291

- 一、2015-2020年养生保健品行业市场风险及控制策略 291
- 二、2015-2020年养生保健品行业政策风险及控制策略 295
- 三、2015-2020年养生保健品行业经营风险及控制策略 300
- 四、2015-2020年养生保健品行业技术风险及控制策略 301
- 五、2015-2020年保健品同业竞争风险及控制策略 303
- 六、2015-2020年养生保健品行业其他风险及控制策略 305
- 七、风险控制分析 307

第十章养生保健品行业投资战略研究 312

第一节养生保健品行业发展战略研究 312

- 一、战略综合规划 312
- 二、技术开发战略 315
- 三、业务组合战略 316
- 四、区域战略规划 318
- 五、产业战略规划 319
- 六、营销品牌战略 319
- 七、竞争战略规划 322

第二节对我国保健品品牌的战略思考 323

- 一、企业品牌的重要性 323
- 二、保健品实施品牌战略的意义 324
- 三、保健品企业品牌的现状分析 326
- 四、我国保健品企业的品牌战略 330
- 五、保健品品牌战略管理的策略 333

第三节保健品企业发展策略分析 334

- 一、医药企业进军医药保健品市场策略 334

- 二、医药保健品企业经营模式 337
- 三、医药保健品企业细节控制策略 341
- 第四节医药保健品市场突围策略 342
 - 一、产品定位 342
 - 二、营销创新 347
 - 三、消费群体细分 358
 - 四、产品宣传 359
- 第五节养生保健品行业投资战略研究 360
 - 一、2014年医药行业投资战略 360
 - 二、2014年养生保健品行业投资战略 362
 - 三、2015-2020年养生保健品行业投资战略 366
 - 四、2015-2020年细分行业投资战略 368
 - 五、投资战略分析 369

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/baojianpin/Y16189GYRE.html>