

2013-2017年中国保健食品 竞争态势与投资战略咨询报告

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

《2013-2017年中国保健食品竞争态势与投资战略咨询报告》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/shipin/224128AWDN.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

保健食品是食品的一个种类，具有一般食品的共性，能调节人体的机能，适于特定人群食用，但不能治疗疾病。保健（功能）食品在欧美各国被称为“健康食品”，在日本被称为“功能食品”。我国保健（功能）食品的兴起是在20世纪80年代末90年代初，经过一、二代的发展，也将迈入第三代，即保健食品不仅需要人体及动物实验证明该产品具有某项生理调节功能，更需查明具有该项保健功能因子的结构、含量、作用机理以及在食品中应有的稳定形态。

智研数据研究中心发布的《2013-2017年中国保健食品竞争态势与投资战略咨询报告》共十二章。首先介绍了保健食品业相关概述、中国保健食品运行环境等，接着分析了中国保健食品业运行的现状，然后介绍了中国保健食品市场消费调研、中国保健食品市场竞争格局。随后，报告对中国营养保健食品做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国营养保健食品行业运行前景与投资预测。您若想对保健食品产业有个系统的了解或者想投资保健食品行业，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家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。

第一章 保健食品业相关概述

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

一、原料来源分类

二、产品剂型分类

三、保健品功能分类

第三节 中国保健食品的历程

一、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 2012-2013年全球保健食品运行状况分析

第一节 2012-2013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、世界保健食品市场监管分析
- 三、世界保健食品标识内容的现状分析
- 四、世界保健食品品市场动态分析

第二节 2012-2013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 2012-2013年世界其它地区保健食品发展及动态分析

- 一、美国提高保健食品行业门槛
- 二、韩国开发营养保健食品概况
- 三、加拿大营养保健食品行业发展现状
- 三、大豆：国际保健食品市场新宠

第四节 2013-2017年世界营养保健食品市场发展趋势探析

第三章 2012-2013年中国保健食品运行环境解析

第一节 国内宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2013年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2012-2013年中国保健食品政策环境分析

- 一、食品药品监督管理局印发保健食品安全整顿实施方案
- 二、《保健食品管理办法》
- 三、保健（功能）食品通用标准
- 四、《保健食品检验与评价技术规范》
- 五、保健食品广告营销新规对产业的影响分析

六、《食品安全法》为保健品行业设门槛

第三节 2012-2013年中国营养保健食品社会环境分析

第四章 2012-2013年中国保健食品业运行态势分析

第一节 2012-2013年中国保健品业运行综述

- 一、保健品市场进入“冰封”时期
- 二、保健品行业困境之中被迫转型
- 三、中国保健品行业备受外资青睐

第二节 2012-2013年中国保健食品业运行透析

- 一、保健食品市场资源状况
- 二、保健食品行业进入严管时代
- 三、保健食品总体需求状况分析

第三节 2012-2013年中国保健食品业发展中存在的问题分析

- 一、功能结构不尽合理
- 二、迅速崛起飞快没落、波动较大
- 三、虚假宣传误导消费
- 四、产品百花齐放
- 五、质量水平参差不齐

第五章 2010-2012年中国营养、保健食品制造行业数据监测分析

第一节 2010-2012年中国营养、保健食品制造行业总体数据分析

- 一、2010年中国营养、保健食品制造行业全部企业数据分析
- 二、2011年中国营养、保健食品制造行业全部企业数据分析
- 三、2012年中国营养、保健食品制造行业全部企业数据分析

第二节 2010-2012年中国营养、保健食品制造行业不同规模企业数据分析

- 一、2010年中国营养、保健食品制造行业不同规模企业数据分析
- 二、2011年中国营养、保健食品制造行业不同规模企业数据分析
- 三、2012年中国营养、保健食品制造行业不同规模企业数据分析

第三节 2010-2012年中国营养、保健食品制造行业不同所有制企业数据分析

- 一、2010年中国营养、保健食品制造行业不同所有制企业数据分析
- 二、2011年中国营养、保健食品制造行业不同所有制企业数据分析
- 三、2012年中国营养、保健食品制造行业不同所有制企业数据分析

第六章 2012-2013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、保健食品功效夸大
- 四、消费者对保健食品产生信任危机

第二节 2012-2013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、保健食品食用频率

第三节 2012-2013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

第七章 2012-2013年中国保健食品消费市场分析

第一节 2012-2013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 2012-2013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分析

第三节 2012-2013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

第八章 2012-2013年中国保健食品企业营销策略分析

第一节 2012-2013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

第二节 2012-2013年中国保健食品产业销售渠道分析

- 一、药店
- 二、超市
- 三、网上购物

第三节 2012-2013年中国保健品市场营销案例解析

- 一、太阳神---CI理念的先行者
- 二、三株---人海战术的先驱
- 三、脑白金---礼品概念的最大赢家
- 四、红桃K---农村市场战略的胜利者
- 五、太太---创新守住女人阵地
- 六、安利纽崔莱---科技驱动、明星领跑

第四节 2012-2013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

第九章 2012-2013年中国保健食品市场竞争格局分析

第一节 2012-2013年中国保健食品竞争总况

- 一、保健食品竞争力体现
- 二、保健食品由无序竞争走向品牌竞争
- 三、保健食品营销渠道竞争

第二节 2012-2013年中国保健食品集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、区域集中度分析

第三节 2013-2017年中国保健食品竞争趋势分析

第十章 2012-2013年中国营养保健食品优势企业竞争力分析

第一节 上海交大昂立股份有限公司（600530）

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第二节 宝健（中国）日用品有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第三节 卫材（苏州）制药有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第四节 完美(中国)日用品有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第五节 北京澳特舒尔保健品开发有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第六节 康宝莱（中国）保健品有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第七节 岳阳市本草生物工程有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节 广州黄振龙凉茶有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九节 南京九蜂堂蜂产品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十节 深圳市博康保健品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十一章 2013-2017年中国营养保健食品行业运行前景预测分析

第一节 2013-2017年中国营养保健食品行业发展趋势分析

一、公众自我保健意识加强推动产业发展

二、医疗体制改革对产业发展起到助推作用

第二节 2013-2017年中国营养保健食品行业市场预测分析

一、中国营养保健食品种类供需预测分析

二、中国营养保健食品潜在消费者发展趋势预测分析

三、中国营养保健食品价格发展趋势预测分析

第三节 2013-2017年中国营养保健食品行业盈利预测分析

第十二章 2013-2017年中国营养保健食品产业投资机会与风险分析

第一节 2013-2017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 2013-2017年中国营养保健食品行业投资机会分析

一、营养保健食品行业投资吸引力分析

二、营养保健食品行业投资区域分析

第三节 2013-2017年中国营养保健食品行业投资风险预警

一、政策监管日益加强

二、原材料风险预警

三、行业竞争风险预警

图表目录：（部分）

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/shipin/224128AWDN.html>