

# 2015-2020年中国营养品市场深度分析与投资发展战略研究报告

## 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

《2015-2020年中国营养品市场深度分析与投资发展战略研究报告》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/shipin/Q36189PF9G.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 国内营养品行业品牌发展环境分析 15

第一节 产品/行业特征 15

1、产品/行业定义 15

2、产品分类 15

第二节 经济环境特征 16

一、中国GDP分析 16

二、固定资产投资 17

三、恩格尔系数分析 21

第三节 政策环境特征 23

一、国家宏观调控政策分析 23

二、营养品行业相关政策分析 24

第四节 营养品行业竞争特征 24

一、国内外品牌竞争格局 24

二、行业进入壁垒分析 25

三、可替代品威胁分析 25

四、贴牌加工产品市场威胁分析 25

第五节 营养品行业技术环境特征 25

第二章 国内营养品行业品牌产品市场规模分析 28

第一节 2009-2014年营养品市场规模分析 28

第二节 2014年我国营养品区域结构分析 28

第三节 营养品区域市场规模分析 29

一、东北地区市场规模分析 29

二、华北地区市场规模分析 30

三、华东地区市场规模分析 31

四、华中地区市场规模分析 31

五、华南地区市场规模分析 32

六、西部地区市场规模分析 33

第四节 2015-2020年营养品市场规模预测 33

### 第三章 国内营养品行业品牌需求与消费者偏好调查 35

#### 第一节 2009-2014年营养品产量统计分析 35

#### 第二节 2009-2014年营养品历年消费量统计分析 35

#### 第三节 2009-2014年国内营养品行业品牌产品价格走势分析 36

#### 第四节 营养品产品目标客户群体调查 37

##### 一、受访者性别分布 37

##### 二、受访者年龄占比 37

##### 三、受访者家庭收入情况 38

#### 第五节 营养品产品的品牌市场调查 39

##### 一、消费者对营养品品牌认知度宏观调查 39

##### 二、消费者对营养品产品的品牌偏好调查 40

##### 三、消费者对营养品品牌的首要认知渠道 41

##### 四、消费者经常购买的品牌调查 41

#### 第六节 不同客户购买相关的态度及影响分析 42

##### 一、功能 42

##### 二、质量 42

##### 三、价格 43

##### 四、外观 44

##### 五、服务 44

### 第四章 国内营养品行业品牌产品市场供需渠道分析 46

#### 第一节 销售渠道特征分析 46

##### 一、供需渠道定义 46

##### 二、供需渠道格局 46

##### 三、供需渠道结构 46

#### 第二节 销售渠道对营养品行业品牌发展的重要性 48

#### 第三节 营养品行业销售渠道的重要环节分析 49

##### 一、批发商 49

##### 二、零售商（无店铺零售、店铺零售） 51

##### 三、代理商 60

#### 第四节 2009-2014年中国营养品行业品牌产品重点区域市场渠道情况分析 63

## 第五节 销售渠道发展趋势分析 64

一、渠道运作趋势发展 64

二、渠道支持趋势发展 64

三、渠道格局趋势发展 64

四、渠道结构扁平化趋势发展 64

## 第六节 销售渠道策略分析 67

一、直接渠道或间接渠道的营销策略 67

二、长渠道或短渠道的营销策略 68

三、宽渠道或窄渠道的营销策略 68

四、单一销售渠道和多销售渠道策略 68

五、传统销售渠道和垂直销售渠道策略 71

## 第七节 销售渠道决策的评估方法 71

一、销售渠道评估数学模型介绍 72

二、财务评估法介绍 73

三、交易成本评估法介绍 74

四、经验评估法介绍 74

## 第八节 2014年国内营养品行业品牌产品生产及渠道投资运作模式分析 74

## 第五章 国内营养品行业进出口市场情况分析 104

### 第一节 2009-2014年国内营养品行业进出口量分析 104

一、2009-2014年国内营养品行业进口分析 104

二、2009-2014年国内营养品行业出口分析 104

### 第二节 2015-2020年国内营养品行业进出口市场预测分析 105

一、2015-2020年国内营养品行业进口预测 105

二、2015-2020年国内营养品行业出口预测 106

## 第六章 国内营养品行业优势品牌企业分析 108

### 第一节 安利(中国)日用品有限公司 108

一、公司及产品概况 108

二、品牌发展历程 109

三、公司发展方针 109

四、近三年企业盈利能力分析 110

五、近三年公司产品变化 110

六、公司品牌竞争策略 110

第二节 康恩贝集团 112

一、公司及产品概况 112

二、品牌发展历程 114

三、近三年公司产品变化 115

四、公司主要财务指标 116

第三节 红桃K集团股份有限公司 120

一、公司及产品概况 120

二、品牌发展历程 120

三、近三年公司产品变化 122

四、公司主要财务指标 122

第四节 上海交大昂立股份有限公司 128

一、公司及产品概况 128

二、品牌发展历程 129

三、近三年公司产品变化 129

四、公司主要财务指标 130

第五节 青海春天药用资源科技利用有限公司 134

一、公司及产品概况 134

二、品牌发展历程 134

三、产品变化 135

四、公司主要财务指标 136

第七章 国内营养品行业品牌竞争格局分析 143

第一节 营养品行业历史竞争格局概况 143

一、营养品行业集中度分析 143

二、营养品行业竞争程度分析 143

第二节 营养品行业企业竞争状况分析 144

第三节 2015-2020年国内营养品行业品牌竞争格局展望 144

第八章 2015-2020年国内营养品行业品牌发展预测 145

第一节 2015-2020年营养品行业品牌市场财务数据预测 145

一、2015-2020年营养品行业总产值预测	145
二、2015-2020年营养品行业利润总额预测	145
三、2015-2020年营养品行业总资产预测	146
第二节2015-2020年营养品行业供需预测	147
一、2015-2020年营养品产量预测	147
二、2015-2020年营养品需求预测	148
第三节2015-2020年营养品行业投资机会	149
一、2015-2020年营养品行业主要领域投资机会	149
二、2015-2020年营养品行业出口市场投资机会	149
三、2015-2020年营养品行业企业的多元化投资机会	149
第四节影响营养品行业发展的主要因素	150
一、2015-2020年影响营养品行业运行的有利因素分析	150
二、2015-2020年影响营养品行业运行的稳定因素分析	150
三、2015-2020年影响营养品行业运行的不利因素分析	151
四、2015-2020年我国营养品行业发展面临的挑战分析	152
五、2015-2020年我国营养品行业发展面临的机遇分析	152
第五节营养品行业投资风险及控制策略分析	153
一、2015-2020年营养品行业市场风险及控制策略	153
二、2015-2020年营养品行业政策风险及控制策略	153
三、2015-2020年营养品行业经营风险及控制策略	153
四、2015-2020年营养品行业技术风险及控制策略	154
五、2015-2020年营养品同业竞争风险及控制策略	154
六、2015-2020年营养品行业其他风险及控制策略	155
第九章2015-2020年国内营养品行业品牌投资价值与投资策略分析	156
第一节行业SWOT模型分析	156
一、优势分析	156
二、劣势分析	156
三、机会分析	156
四、风险分析	156
第二节营养品行业发展的PEST分析	157
第三节营养品行业投资价值分析	159

一、 2015-2020年营养品市场趋势总结	159
二、 2015-2020年营养品市场发展空间	160
三、 2015-2020年营养品产业政策趋向	160
四、 2015-2020年营养品技术革新趋势	161
五、 2015-2020年营养品价格走势分析	161
第四节 营养品行业投资风险分析	162
一、 市场竞争风险	162
二、 原材料压力风险分析	162
三、 技术风险分析	162
四、 政策和体制风险	163
五、 进入退出风险	163
第五节 营养品行业投资策略分析	163
一、 重点投资品种分析	163
二、 重点投资地区分析	164
三、 项目投资建议	164
第十章 业内专家对国内营养品行业总结及企业经营战略建议	170
第一节 营养品行业问题总结	170
第二节 2015-2020年营养品行业企业的标杆管理	175
第三节 2015-2020年营养品行业企业的资本运作模式	175
一、 营养品行业企业的兼并及收购建议	175
二、 营养品行业企业的融资方式选择建议	180
第四节 2015-2020年营养品行业企业营销模式建议	189
一、 营养品行业企业的国内营销模式建议	189
二、 营养品行业企业海外营销模式建议	190
第五节 营养品市场的重点客户战略实施	190
一、 实施重点客户战略的必要性	190
二、 合理确立重点客户	191
三、 对重点客户的营销策略	192
四、 强化重点客户的管理	194
五、 实施重点客户战略要重点解决的问题	196



图表目录：

- 图表 1 2006-2014年国内生产总值及增长速度 16
- 图表 2 2006-2014年全社会固定资产投资及增长速度 17
- 图表 3 2014年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度 18
- 图表 4 2014年固定资产投资新增主要生产能力 19
- 图表 5 2014年房地产开发和销售主要指标完成情况及其增长速度 20
- 图表 6 1978-2014中国城乡居民恩格尔系数对比表 21
- 图表 7 2009-2014年中国营养品市场规模分析 28
- 图表 8 2014年我国营养品区域市场格局分析 28
- 图表 9 2009-2014年东北地区营养品市场规模分析 29
- 图表 10 2009-2014年华北地区营养品市场规模分析 30
- 图表 11 2009-2014年华东地区营养品市场规模分析 31
- 图表 12 2009-2014年华中地区营养品市场规模分析 31
- 图表 13 2009-2014年华南地区营养品市场规模分析 32
- 图表 14 2009-2014年西部地区营养品市场规模分析 33
- 图表 15 2015-2020年中国营养品市场规模预测分析 33
- 图表 16 2009-2014年中国营养品产量分析 35
- 图表 17 2009-2014年中国营养品消费量分析 35
- 图表 18 2009-2014年中国营养品行业均价走势分析 36
- 图表 19 2014年我国营养品消费者调研参与人数性别情况 37
- 图表 20 2014年我国营养品消费者调研参与人数年龄分析 37
- 图表 21 2014年我国营养品消费者调研参与人数月收入情况分析 38
- 图表 22 消费者对营养品装品牌认知度调查 39
- 图表 23 消费者对于营养保健品具体功能偏好分析 40
- 图表 24 消费者品牌首要认知渠道调研 41
- 图表 25 消费者经常购买的品牌调查 41
- 图表 26 营养品产品功能影响程度分析 42
- 图表 27 营养品产品质量影响程度分析 43
- 图表 28 营养品产品价格影响程度分析 43
- 图表 29 营养品产品外观影响程度分析 44
- 图表 30 营养品产品服务影响程度分析 44
- 图表 31 2009-2014年中国营养品行业进口额分析 104

图表 32 2009-2014年中国营养品行业出口额分析 104

图表 33 2015-2020年中国营养品进口额预测分析 105

图表 34 2015-2020年中国营养品出口额预测分析 106

图表 35 康恩贝财务指标分析 116

图表 36 近4年红桃K集团股份有限公司资产负债率变化情况 122

图表 37 近4年红桃K集团股份有限公司资产负债率变化情况 122

图表 38 近4年红桃K集团股份有限公司产权比率变化情况 123

图表 39 近4年红桃K集团股份有限公司产权比率变化情况 123

图表 40 近4年红桃K集团股份有限公司总资产周转次数变化情况 124

图表 41 近4年红桃K集团股份有限公司总资产周转次数变化情况 124

图表 42 近4年红桃K集团股份有限公司固定资产周转次数情况 125

图表 43 近4年红桃K集团股份有限公司固定资产周转次数变化情况 125

图表 44 近4年红桃K集团股份有限公司流动资产周转次数变化情况 126

图表 45 近4年红桃K集团股份有限公司流动资产周转次数变化情况 126

图表 46 近4年红桃K集团股份有限公司销售利润率变化情况 127

图表 47 近4年红桃K集团股份有限公司销售利润率变化情况 127

图表 48 交大昂立财务指标分析 130

图表 49 近4年青海春天药用资源科技利用有限公司资产负债率变化情况 136

图表 50 近4年青海春天药用资源科技利用有限公司资产负债率变化情况 137

图表 51 近4年青海春天药用资源科技利用有限公司产权比率变化情况 137

图表 52 近4年青海春天药用资源科技利用有限公司产权比率变化情况 137

图表 53 近4年青海春天药用资源科技利用有限公司总资产周转次数变化情况 138

图表 54 近4年青海春天药用资源科技利用有限公司总资产周转次数变化情况 138

图表 55 近4年青海春天药用资源科技利用有限公司固定资产周转次数情况 139

图表 56 近4年青海春天药用资源科技利用有限公司固定资产周转次数情况 139

图表 57 近4年青海春天药用资源科技利用有限公司流动资产周转次数变化情况 140

图表 58 近4年青海春天药用资源科技利用有限公司流动资产周转次数变化情况 140

图表 59 近4年青海春天药用资源科技利用有限公司销售利润率变化情况 141

图表 60 近4年青海春天药用资源科技利用有限公司销售利润率变化情况 141

图表 61 2009-2014年中国营养品行业前十家企业市场占有率分析 143

图表 62 2015-2020年中国营养品行业总产值预测分析 145

图表 63 2015-2020年中国营养品行业利润总额预测分析 145

- 图表 64 2015-2020年中国营养品行业资产规模预测分析 146
- 图表 65 2015-2020年中国营养品产量增长性预测分析 147
- 图表 66 2015-2020年中国营养品市场需求增长性预测分析 148
- 图表 67 2015-2020年影响营养品行业运行的有利因素 150
- 图表 68 2015-2020年影响营养品行业运行的稳定因素 150
- 图表 69 2015-2020年影响营养品行业运行的不利因素 151
- 图表 70 2015-2020年我国营养品行业发展面临的挑战 152
- 图表 71 2015-2020年我国营养品行业发展面临机遇 152
- 图表 72 2015-2020年营养品行业经营风险及控制策略 154
- 图表 73 2015-2020年营养品行业同业竞争风险及控制策略 155
- 图表 74 营养保健品技术应用注意事项分析 165
- 图表 75 营养保健品项目投资注意事项图 166
- 图表 76 营养保健品行业生产开发注意事项 168
- 图表 77 营养保健品销售注意事项 169

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/shipin/Q36189PF9G.html>