



2015- 2020年中国保健食品市场潜力与投资前景 分析报告

ASKCI CONSULTING CO.,LTD

一、调研说明

中商产业研究院全新发布的《2015-2020年中国保健食品市场潜力与投资前景分析报告》主要依据国家统计局、国家发改委、商务部、中国海关、国务院发展研究中心、行业协会、工商、税务、海关、国内外相关刊物的基础信息以及行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调研资料，由中商产业研究院的资深专家和研究人员的分析。首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述，其次，对本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局等进行了细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，并分析相关经营财务数据。最后，对该行业未来的发展前景，投资风险及投资策略给出科学的建议。本报告是行业生产、贸易、经销等企业在激烈的市场竞争中洞察市场先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据。

报告名称	2015-2020年中国保健食品市场潜力与投资前景分析报告
出版日期	2014年12月
报告格式	PDF电子版或纸介版
交付方式	Email发送或EMS快递
中文价格	印刷版9500元 电子版9500元 中文印刷版+电子版9800元
订购热线	400-666-1917 400-788-9700

【版权声明】

本报告由中商产业研究院出品，报告版权归中商产业研究院所有。本报告是中商产业研究院的研究与统计成果，报告为有偿提供给购买报告的客户使用。未获得中商产业研究院书面授权，任何网站或媒体不得转载或引用，否则中商产业研究院有权依法追究其法律责任。如需订阅研究报告，请直接联系本网站，以便获得全程优质完善服务。中商产业研究院是中国拥有研究人员数量最多，规模最大，综合实力最强的咨询研究机构，公司每天都会接受媒体采访及发布大量产业经济研究成果。在此，我们诚意向您推

□□□□□□□□□□

□□□□□ □□□□□ □□□□□□ □□□□□ □□□□□

□□□□□□□□□□

IPO□□□□ □□□□□ □□□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□□



二、研究报告目录

第一章 [保健食品](#)的相关概述

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

第三节 中国保健食品的历程

- 一、发展起步阶段
- 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 2013-2014年全球保健食品运行状况分析

第一节 2013-2014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、世界保健食品发展现状分析
- 三、世界保健食品市场监管分析
- 四、世界保健食品标识内容的现状分析
- 五、全球膳食营养补充剂的行业概况
- 六、世界保健食品市场动态分析

第二节 2013-2014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 2013-2014年世界其它地区保健食品发展动态分析

- 一、美国提高保健食品行业门槛
- 二、韩国保健食品市场发展现状
- 三、欧洲的**保健品**市场现状及特点
- 四、台湾保健食品市场分析
- 五、全球主要国家益生菌市场分析

第四节 2015-2020年世界营养保健食品市场发展**趋势**探析

- 一、全球保健食品发展趋势分析
- 二、黄酮类保健食品成市场新宠

第三章 2013-2014年中国保健食品运行环境解析

第一节 2013-2014年中国经济环境分析

- 一、中国GDP增长总体情况分析
- 二、中国全社会固定资产投资**投资**分析
- 三、中国社会消费品**零售**总额分析
- 四、中国城乡居民收入与消费分析
- 五、中国对外**贸易**发展形势分析
- 六、中国宏观经济运行情况分析

第二节 2013-2014年中国保健食品行业政策环境分析

- 一、保健食品主管部门和监管体制
- 二、中国保健食品行业相关法律法规
- 三、《食品安全法》促进**保健品**市场规范
- 四、《保健食品产品**技术**要求规范》实施
- 五、《保健食品监督管理条例》有望出台

第三节 2013-2014年中国营养保健食品社会环境分析

- 一、人口城市化带来巨大需求
- 二、经济成长带来消费升级
- 三、消费观念的变化拉动需求
- 四、老人和儿童市场快速成长
- 五、“亚健康”人群迅速增长

第四章 2013-2014年中国保健食品业运行新态势分析

第一节 2013-2014年中国保健品业运行综述

- 一、中国保健品市场规模分析
- 二、中国保健品四大营销模式分析
- 三、中国保健品行业备受外资青睐
- 四、连锁加盟将成保健品营销主流

第二节 2013-2014年中国保健食品行业运行透析

- 一、中国保健食品行业发展历程
- 二、我国保健食品市场现状分析
- 三、保健食品行业进入严管时代
- 四、保健食品监督管理条例将出台

第三节 2013-2014年中国保健食品市场需求分析

- 一、保健食品总体需求状况分析
- 二、膳食营养补充剂市场发展情况
- 三、中国益生菌市场分析

第四节 2013-2014年中国保健食品发展存在的问题分析

- 一、产品定位与功能结构不合理
- 二、保健食品行业监管尚存漏洞
- 三、保健食品虚假宣传误导消费
- 四、产品质量水平参差不齐

第五节 2013-2014年中国保健食品发展对策与建议

第五章 2013-2014年中国营养保健食品行业经济运行状况

第一节 2013-2014年中国营养保健食品行业发展分析

- 一、中国营养保健食品行业发展概况
- 二、中国营养保健食品行业发展概况

第二节 2013-2014年中国营养保健食品行业总体规模分析

- 一、中国营养保健食品行业企业规模分析
- 二、中国营养保健食品行业人员规模统计

三、中国营养保健食品行业资产规模分析

四、中国营养保健食品行业负债规模分析

五、中国营养保健食品行业市场规模分析

第三节 2013-2014年中国营养保健食品行业供需平衡分析

一、中国营养保健食品行业产成品分析

二、中国营养保健食品行业供给区域分布

三、中国营养保健食品行业销售产值分析

四、中国营养保健食品行业需求区域分布

第四节 2013-2014年中国营养保健食品行业投资状况分析

一、中国营养保健食品行业投资增长分析

二、中国营养保健食品行业投资区域分布

第五节 2013-2014年中国营养保健食品行业总体结构特征分析

一、中国营养保健食品行业经济类型结构

二、中国营养保健食品企业规模结构分析

三、中国营养保健食品行业区域结构特征

第六章 2013-2014年中国营养保健食品行业经济运行效益分析

第一节 2013-2014年中国营养保健食品行业获利能力分析

第二节 2013-2014年中国营养保健食品行业经营效益分析

一、中国营养保健食品行业偿债能力分析

二、中国营养保健食品行业盈利能力分析

三、中国营养保健食品行业毛利率分析

四、中国营养保健食品行业运营能力分析

第三节 2013-2014年中国营养保健食品行业成本费用分析

一、中国营养保健食品行业销售成本分析

二、中国营养保健食品行业销售费用分析

三、中国营养保健食品行业管理费用分析

四、中国营养保健食品行业财务费用分析

第七章 2013-2014年中国营养保健食品行业区域结构分析

第一节 2013-2014年中国主要区域营养保健食品行业发展分析

- 一、华北地区营养保健食品行业发展情况
- 二、东北地区营养保健食品行业发展情况
- 三、华东地区营养保健食品行业发展情况
- 四、华中地区营养保健食品行业发展情况
- 五、华南地区营养保健食品行业发展情况
- 六、西南地区营养保健食品行业发展情况
- 七、西北地区营养保健食品行业发展情况

第二节 2013-2014年中国重点省区营养保健食品行业发展分析

- 一、广东省营养保健食品行业发展分析
- 二、[山东省](#)营养保健食品行业发展分析
- 三、[江苏省](#)营养保健食品行业发展分析
- 四、[浙江省](#)营养保健食品行业发展分析
- 五、[北京市](#)营养保健食品行业发展分析

第八章 2013-2014年中国营养保健食品行业经济运行状况

第一节 2012-2014年中国营养保健食品行业发展分析

- 一、中国营养保健食品行业发展概况
- 二、2013年中国营养保健食品行业发展概况
- 三、2014年中国营养保健食品行业发展概况

第二节 2015-2020年中国营养保健食品行业规模分析

- 一、企业数量增长分析
- 二、资产规模增长分析
- 三、销售规模增长分析
- 四、利润规模增长分析

第三节 2015-2020年中国营养保健食品行业结构分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、资产规模结构分析
- 三、销售规模结构分析
- 四、利润规模结构分析

第四节 2015-2020年中国营养保健食品行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、主要费用统计

第五节 2015-2020年中国营养保健食品行业运营效益分析

一、偿债能力分析

二、盈利能力分析

三、运营能力分析

第九章 2013-2014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、保健食品的消费心理

四、保健食品功效夸大

五、消费者对保健食品产生信任危机

第二节 2013-2014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、保健食品的食用频率

第三节 2013-2014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

第十章 2013-2014年中国保健食品消费市场分析

第一节 2013-2014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 2013-2014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

第三节 2013-2014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

七、降血糖雷保健食品产品市场分析

第十一章 2013-2014年中国保健食品企业营销策略分析

第一节 2013-2014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

五、树立良好的营销心态

第二节 2013-2014年中国保健食品产业销售渠道分析

一、药店

二、超市

三、[电子商务](#)

四、直销

第三节 2013-2014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 2013-2014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

第十二章 2013-2014年中国保健食品市场竞争态势分析

第一节 2013-2014年中国保健食品竞争总况

一、保健食品市场竞争概况

二、保健食品品牌竞争分析

三、保健食品营销渠道竞争

第二节 2013-2014年中国保健食品行业集中度分析

一、行业资产集中度分析

二、行业销售集中度分析

三、行业利润集中度分析

第三节 2015-2020年中国保健食品竞争趋势分析

第十三章 2013-2014年中国营养保健食品重点企业竞争力分析

第一节 上海交大昂立股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业运营能力分析

七、企业成长能力分析

八、企业成本费用分析

九、企业发展战略及未来展望

第二节 广东汤臣倍健生物科技股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业运营能力分析

七、企业成长能力分析

八、企业成本费用分析

九、企业发展战略及未来展望

第三节 宝健(中国)日用品有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成本费用分析

第四节 完美(中国)日用品有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成本费用分析

第五节 北京澳特舒尔保健品开发有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成本费用分析

第六节 康宝莱(中国)保健品有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成本费用分析

第七节 岳阳市本草生物工程有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成本费用分析

第八节 广州黄振龙凉茶有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成本费用分析

第九节 南京九峰堂蜂产品有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成本费用分析

第十节 深圳市博康保健品有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成本费用分析

第十一节 蓬莱华泰保健品有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成本费用分析

第十二节 [江西汪氏蜜蜂园有限公司](#)

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成本费用分析

第十三节 [无锡健特药业有限公司](#)

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成本费用分析

第十四节 [无锡健特生物工程有限公司](#)

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成本费用分析

第十五节 [中健行集团有限公司](#)

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成本费用分析

第十六节 南方李锦记有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成本费用分析

第十七节 深圳万基药业有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成本费用分析

第十八节 [天津](#)天狮生物发展有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成本费用分析

第十四章 2015-2020年中国营养保健食品行业[前景预测](#)分析

第一节 2015-2020年中国营养保健食品行业发展趋势分析

- 一、保健食品功能发展趋向专一化
- 二、[中药](#)保健食品具有独特的发展优势
- 三、高新技术生产保健食品是未来发展方向
- 四、基因食品将成为未来保健食品发展主流

第二节 2015-2020年中国营养保健食品市场预测分析

一、中国营养保健食品市场前景分析

二、营养保健食品市场规模预测分析

三、卫生与健康包装食品零售规模预测

第三节 2015-2020年中国营养保健食品市场盈利预测分析

第章 2015-2020年中国营养保健食品[产业投资](#)机会与风险分析

第一节 2015-2020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 2015-2020年中国营养保健食品行业投资机会分析

一、营养保健食品投资吸引力分析

二、营养保健食品行业投资区域分析

第三节 2015-2020年中国营养保健食品行业投资风险分析

一、政策监管风险

二、市场竞争风险

三、原料市场风险

四、食品安全风险

第四节 2015-2020年中国营养保健食品投资策略及建议

访问中商产业研究院：<http://www.askci.com>

报告在线阅读：<http://www.askci.com/reports/2014/12/30/1157451t2t.shtml>

□□□□□□□□□□

□□□□□ □□□□□ □□□□□ □□□□□ □□□□□

□□□□□□□□□□

IPO□□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□

□□□□

中商产业研究院产品与服务

□□□□□□
□□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□
□□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□ □□□□□□
□□□□□□□/□□□□□/□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□□□
□□□□□□□□□□/□□□□□□□□ □□□□□□□□

□□□□□□□□
□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□
□□□□□□□□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□□□□□
□□□□□□□□□□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□

□□□□□□
□□□□□□ □□□□□□
□□□□□□ □□
□□□□□□

市场调研
□□□□□□ □□□□□□ □□□□□□
□□□□□□ □□□□□□ □□□□□□
□□□□□□ □□□□□□
□□□□□□ □□□□□□

□□□□□□□□□□
□□□□□ □□□□□□□
□□□□□ □□□□□□□
□□□□□ □□□□□□□□

IPO□□□□
□□□□□□□□ □□□□□□
□□□□□□□□ □□□□□□

联系人: _____ 联系电话: _____

地址/邮编: _____ 手机: _____

E-mail: _____ 传真: _____

报告名称: _____

报告格式: _____

付款方式: 银行 邮局 支票 其他 订购数量: _____ 份

请选择报告版本: _____

1PDF电子版9000元/份 2印刷版9000元/份 3PDF电子版+印刷版9000元/份

总计金额: _____万 _____仟 _____佰 _____拾 _____元 (小写: _____元)

预计付款日期: _____年 _____月 _____日

指定账号:

开户行: 中国工商银行深圳市分行

开户名: 深圳中商产业研究院有限公司

帐号: 4000 0230 0920 1417 009

款到后, 发票随后寄发。此账号为唯一指定账号。

联系方式:

研究报告: 400-666-1917

可研报告¥商业计划书: 400-788-9700

IPO咨询专线: 400-788-9689

市场调研: 400-666-1917

产业园区咨询专线: 400-788-9700

政府投资规划咨询热线: 400-788-9700

北京: 北京市朝阳区东四环中路41号嘉泰国际大厦B座13层 (中国纺织科学研究院)

深圳: 深圳市福田区中心区红荔路1001号银盛大厦7层(团市委办公大楼)

香港: 香港皇后大道中183号中远大厦19楼

传真: 0755-25407715/010-83525881

网址: <http://www.askci.com>

电邮: service@askci.com

备注: 请将订阅信息填好后, 传真至我中心客服部, 款到后发票随后寄发。