2012-2016年中国保健食品
市场研究与投资方向研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司
www.cction.com

一、报告报价

《2012-2016年中国保健食品市场研究与投资方向研究报告》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.cction.com/report/201204/86805.html

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司
订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838
海外报告销售: 010-69365838
Email: kefu@gonyn.com
联系人：李经理

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。

中企顾问网发布的《2012-2016年中国保健食品市场研究与投资方向研究报告》共十二章。首先介绍了中国保健食品行业的概念，接着分析了中国保健食品行业发展环境，然后对中国保健食品行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国保健食品行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国保健食品行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 2011-2012年全球保健食品运行状况分析
第一节 2011-2012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2011-2012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2011-2012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 2012-2016年世界营养保健食品市场发展趋势探析
第三章 2011-2012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、2012年中国宏观经济发展预测分析
第二节2011-2012年中国保健食品政策环境分析
一、食品药品监管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2011-2012年中国营养保健食品社会环境分析
一、经济成长带动消费升级
二、人口城市化创造巨大的需求
三、消费观念变化拉动需求

四、老人和儿童市场快速成长
五、“亚健康”人群迅速增长的需求
第四章 2011-2012年中国保健食品业运行新态势分析
第一节 2011-2012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 2011-2012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 2011-2012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 2007-2011年中国营养、保健食品制造行业数据监测分析
第一节　2007-2011年中国营养、保健食品制造行业规模分析
一、企业数量增长分析
二、从业人数增长分析
三、资产规模增长分析
第二节　2011年中国营养、保健食品制造行业结构分析
一、企业数量结构分析
1、不同类型分析
2、不同所有制分析
二、销售收入结构分析
1、不同类型分析
2、不同所有制分析
第三节　2007-2011年中国营养、保健食品制造行业产值分析
一、产成品增长分析
二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析
第四节　2007-2011年中国营养、保健食品制造行业成本费用分析
一、销售成本统计
二、费用统计
第五节　2007-2011年中国营养、保健食品制造行业盈利能力分析
一、主要盈利指标分析
二、主要盈利能力指标分析
第六章 2011-2012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 2011-2012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 2011-2012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 2011-2012年中国保健食品消费市场分析

第一节 2011-2012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2011-2012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 2011-2012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 2011-2012年中国保健食品企业营销策略分析

第一节2011-2012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 2011-2012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 2011-2012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 2011-2012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 2011-2012年中国保健食品市场竞争态势分析
第一节 2011-2012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 2011-2012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 2012-2016年中国保健食品竞争趋势分析
第十章 2011-2012年中国营养保健食品重点企业竞争力分析（企业可自选）
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
第十一节 略……
第十一章 2012-2016年中国营养保健食品行业运行前景预测分析
第一节2012-2016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 2012-2016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2012-2016年中国营养保健食品行业盈利预测分析
第十二章 2012-2016年中国营养保健食品产业投资机会与风险分析
第一节 2012-2016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 2012-2016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 2012-2016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
第四节 中心专家建议
图表目录：（部分）
图表：2006-2011年国内生产总值
图表：2006-2011年居民消费价格涨跌幅度
图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）
图表：2006-2011年年末国家外汇储备
图表：2006-2011年财政收入
图表：2006-2011年全社会固定资产投资
图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）
图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力
图表：2011年房地产开发和销售主要指标完成情况
图表：2007-2011年我国营养、保健食品制造行业企业数量增长趋势图
图表：2007-2011年我国营养、保健食品制造行业亏损企业数量增长趋势图
图表：2007-2011年我国营养、保健食品制造行业从业人数增长趋势图
图表：2007-2011年我国营养、保健食品制造行业资产规模增长趋势图
图表：2011年我国营养、保健食品制造行业不同类型企业数量分布图

图表：2011年我国营养、保健食品制造行业不同所有制企业数量分布图
图表：2011年我国营养、保健食品制造行业不同类型企业销售收入分布图
图表：2011年我国营养、保健食品制造行业不同所有制企业销售收入分布图
图表：2007-2011年我国营养、保健食品制造行业产成品增长趋势图
图表：2007-2011年我国营养、保健食品制造行业工业销售产值增长趋势图
图表：2007-2011年我国营养、保健食品制造行业出口交货值增长趋势图
图表：2007-2011年我国营养、保健食品制造行业销售成本增长趋势图
图表：2007-2011年我国营养、保健食品制造行业费用使用统计图
图表：2007-2011年我国营养、保健食品制造行业主要盈利指标统计图
图表：2007-2011年我国营养、保健食品制造行业主要盈利指标增长趋势图
图表：上海交大昂立股份有限公司主要经济指标走势图
图表：上海交大昂立股份有限公司经营收入走势图
图表：上海交大昂立股份有限公司盈利指标走势图
图表：上海交大昂立股份有限公司负债情况图
图表：上海交大昂立股份有限公司负债指标走势图
图表：上海交大昂立股份有限公司运营能力指标走势图
图表：上海交大昂立股份有限公司成长能力指标走势图
图表：宝健（中国）日用品有限公司主要经济指标走势图
图表：宝健（中国）日用品有限公司经营收入走势图
图表：宝健（中国）日用品有限公司盈利指标走势图
图表：宝健（中国）日用品有限公司负债情况图
图表：宝健（中国）日用品有限公司负债指标走势图
图表：宝健（中国）日用品有限公司运营能力指标走势图
图表：宝健（中国）日用品有限公司成长能力指标走势图
图表：卫材（苏州）制药有限公司主要经济指标走势图
图表：卫材（苏州）制药有限公司经营收入走势图
图表：卫材（苏州）制药有限公司盈利指标走势图
图表：卫材（苏州）制药有限公司负债情况图
图表：卫材（苏州）制药有限公司负债指标走势图
图表：卫材（苏州）制药有限公司运营能力指标走势图
图表：卫材（苏州）制药有限公司成长能力指标走势图
图表：完美(中国)日用品有限公司主要经济指标走势图

图表：完美(中国)日用品有限公司经营收入走势图
图表：完美(中国)日用品有限公司盈利指标走势图
图表：完美(中国)日用品有限公司负债情况图
图表：完美(中国)日用品有限公司负债指标走势图
图表：完美(中国)日用品有限公司运营能力指标走势图
图表：完美(中国)日用品有限公司成长能力指标走势图
图表：北京澳特舒尔保健品开发有限公司主要经济指标走势图
图表：北京澳特舒尔保健品开发有限公司经营收入走势图
图表：北京澳特舒尔保健品开发有限公司盈利指标走势图
图表：北京澳特舒尔保健品开发有限公司负债情况图
图表：北京澳特舒尔保健品开发有限公司负债指标走势图
图表：北京澳特舒尔保健品开发有限公司运营能力指标走势图
图表：北京澳特舒尔保健品开发有限公司成长能力指标走势图
图表：康宝莱（中国）保健品有限公司主要经济指标走势图
图表：康宝莱（中国）保健品有限公司经营收入走势图
图表：康宝莱（中国）保健品有限公司盈利指标走势图
图表：康宝莱（中国）保健品有限公司负债情况图
图表：康宝莱（中国）保健品有限公司负债指标走势图
图表：康宝莱（中国）保健品有限公司运营能力指标走势图
图表：康宝莱（中国）保健品有限公司成长能力指标走势图
图表：岳阳市本草生物工程有限公司主要经济指标走势图
图表：岳阳市本草生物工程有限公司经营收入走势图
图表：岳阳市本草生物工程有限公司盈利指标走势图
图表：岳阳市本草生物工程有限公司负债情况图
图表：岳阳市本草生物工程有限公司负债指标走势图
图表：岳阳市本草生物工程有限公司运营能力指标走势图
图表：岳阳市本草生物工程有限公司成长能力指标走势图
图表：广州黄振龙凉茶有限公司主要经济指标走势图
图表：广州黄振龙凉茶有限公司经营收入走势图
图表：广州黄振龙凉茶有限公司盈利指标走势图
图表：广州黄振龙凉茶有限公司负债情况图
图表：广州黄振龙凉茶有限公司负债指标走势图

图表：广州黄振龙凉茶有限公司运营能力指标走势图
图表：广州黄振龙凉茶有限公司成长能力指标走势图
图表：南京九蜂堂蜂产品有限公司主要经济指标走势图
图表：南京九蜂堂蜂产品有限公司经营收入走势图
图表：南京九蜂堂蜂产品有限公司盈利指标走势图
图表：南京九蜂堂蜂产品有限公司负债情况图
图表：南京九蜂堂蜂产品有限公司负债指标走势图
图表：南京九蜂堂蜂产品有限公司运营能力指标走势图
图表：南京九蜂堂蜂产品有限公司成长能力指标走势图
图表：深圳市博康保健品有限公司主要经济指标走势图
图表：深圳市博康保健品有限公司经营收入走势图
图表：深圳市博康保健品有限公司盈利指标走势图
图表：深圳市博康保健品有限公司负债情况图
图表：深圳市博康保健品有限公司负债指标走势图
图表：深圳市博康保健品有限公司运营能力指标走势图
图表：深圳市博康保健品有限公司成长能力指标走势图
图表：略……
更多图表见报告正文

详细请访问：http://www.cction.com/report/201204/86805.html