

2014-2020年中国保健食品 市场监测与投资前景预测报告

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

《2014-2020年中国保健食品市场监测与投资前景预测报告》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/201404/103543.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

《2014-2020年中国保健食品市场监测与投资前景预测报告》是根据行业研究中心多年来对中国细分产业的研究，结合对行业历年供需关系变化规律，对我国保健食品行业的市场环境、生产经营、产品市场、品牌竞争、行业投资环境以及可持续发展等问题进行了详实系统地分析和预测。并在此基础上，对行业发展趋势做出了定性与定量相结合的分析预测。为企业制定发展战略、进行投资决策和企业经营管理提供权威、充分、可靠的决策依据。

本研究报告数据主要通过市场调研、国家统计局、全国海关信息中心等数据资料，以及期刊及网上信息二手资料进行桌面研究。其中国家统计局可利用的数据包括行业数据以及企业数据；全国海关信息中心包括进出口数据；再加上自身公司的调研团队进行市场调研，价格数据主要来自于各类市场监测数据。

【 目录 】

| | |
|-------------------------|----|
| 第一章保健食品的相关概述 | 9 |
| 第一节保健食品简述 | 9 |
| 一、保健食品范围界定 | 9 |
| 二、保健食品的功用 | 9 |
| 三、保健食品与一般食品的区别 | 10 |
| 四、保健食品与药品的区别 | 11 |
| 第二节保健食品的外延 | 11 |
| 第三节保健食品的分类 | 12 |
| 一、原料来源分类 | 12 |
| 二、产品剂型分类 | 13 |
| 三、保健品功能分类 | 14 |
| 四、批准文号分类 | 14 |
| 第二章 2012年全球保健食品行业运行状况分析 | 16 |
| 第一节 2012年全球保健食品行业发展综述 | 16 |
| 一、全球保健食品行业发展阶段分析 | 16 |
| 二、全球保健食品市场亮点分析 | 16 |
| 三、全球保健食品市场消费情况 | 18 |

| | |
|--------------------------------|----|
| 四、世界保健食品标识内容的现状分析 | 19 |
| 第二节 2012年全球部分国家保健食品市场运行透析 | 20 |
| 一、美国 | 20 |
| 二、日本 | 20 |
| 三、欧洲 | 20 |
| 四、其他新兴经济体——韩国、新加坡 | 21 |
| 第三节 2013-2016年全球保健食品行业发展前景展望分析 | 22 |
| | |
| 第三章 2012年中国保健食品行业运行环境分析 | 23 |
| 第一节 2012年中国宏观经济环境分析 | 23 |
| 一、国民经济运行情况GDP(季度更新) | 23 |
| 二、消费价格指数CPI、PPI(按月度更新) | 23 |
| 三、固定资产投资情况(季度更新) | 24 |
| 四、社会消费品零售总额 | 26 |
| 第二节 2012年中国保健食品产业发展政策环境分析 | 27 |
| 一、保健食品列入《食品工业“十二五”规划》 | 27 |
| 二、国务院食品安全办发通知加强保健食品质量监管 | 27 |
| 三、GMP认证 | 28 |
| 四、卫生部门行业管理 | 29 |
| 五、国家食品药品监督管理局管理 | 30 |
| 六、其他部门的管理 | 30 |
| 七、国外政策对中国环境的影响 | 31 |
| 第三节 2012年中国保健食品行业社会环境分析 | 40 |
| 一、生活水平提高——更加关注健康 | 40 |
| 二、科技发展、推动保健食品研发 | 41 |
| 三、中国人口基础状况 | 42 |
| | |
| 第四章 2012年中国保健食品行业运行形势分析 | 45 |
| 第一节 2012年中国保健食品行业发展综述 | 45 |
| 一、功能结构不尽合理 | 45 |
| 二、迅速崛起飞快没落、波动较大 | 45 |
| 三、虚假宣传误导消费 | 45 |

| | |
|-----------------------------------|----|
| 四、产品百花齐放 | 46 |
| 五、质量水平参差不齐 | 46 |
| 第二节 2012年中国保健食品市场行业热点问题探讨 | 47 |
| 一、科技投入不足 | 47 |
| 二、广告宣传泛滥，知名度高，美誉度低 | 47 |
| 三、质量把关不严，伪劣产品现象严重 | 47 |
| 四、保健食品业管理混乱 | 48 |
| 五、保健食品行业诚信度极度危机 | 48 |
| 六、我国保健食品企业规模小，竞争力弱 | 48 |
| 第三节 2012年中国保健食品行业的对策措施探讨 | 49 |
| | |
| 第五章 2004-2012年中国营养、保健食品制造行业数据监测分析 | 51 |
| 第一节 2004-2012年中国营养保健食品制造行业规模分析 | 51 |
| 一、企业数量增长分析 | 51 |
| 二、从业人数增长分析 | 51 |
| 三、资产规模增长分析 | 51 |
| 第二节 2004-2012年中国营养保健食品制造行业产值分析 | 52 |
| 一、产成品增长分析 | 52 |
| 二、工业销售产值分析 | 52 |
| 第三节 2004-2012年中国营养保健食品制造行业成本费用分析 | 53 |
| 一、销售成本分析 | 53 |
| 二、费用分析 | 53 |
| 第四节 2004-2012年中国营养保健食品制造行业盈利能力分析 | 54 |
| 一、主要盈利指标分析 | 54 |
| 二、主要盈利能力指标分析 | 54 |
| | |
| 第六章 2012年中国保健食品市场运行态势分析 | 56 |
| 第一节 2012年中国保健品市场运行总况 | 56 |
| 一、几类产品成为全球保健品市场新焦点 | 56 |
| 二、中国保健品市场的运作规律简析 | 56 |
| 三、中国保健品市场的亚健康状态 | 58 |
| 四、2012年中国保健品节庆市场亮点聚焦（五一、十一） | 59 |

第二节 2012年中国保健品市场消费分析 59

一、保健食品消费渐趋理性 59

二、老人心理是问题关键分析 60

三、浙江省保健食品消费状况 60

四、辽宁保健食品消费状况 61

第三节 2012年中国保健食品市场存在的问题 61

一、冒充药品、夸大功效 61

二、虚假宣传、误导消费 62

三、诚信缺失、评价不高 62

第七章 2012年中国保健食品市场消费者需求态势分析 63

第一节 2012年中国保健食品消费者调查分析 63

一、消费者偏好 63

二、消费者收入 64

三、保健食品功能特性 65

第二节 2012年中国保健食品市场品牌分析 66

一、保健食品市场最受关注十大品牌 66

二、保健食品市场缺乏大品牌 66

第三节 2012年中国保健食品需求结构调查分析 67

一、城乡需求结构 67

二、不同群体需求结构 67

三、地域差异 68

四、各线城市差异 68

第八章 2012年中国保健食品产品种类市场运行局势分析 71

第一节 2012年中国减肥类保健食品分析 71

一、减肥茶 71

二、减肥胶囊 71

第二节 2012年中国“改善皮肤水份”功能保健食品市场概况 72

一、市场情况 72

二、产品情况 73

第三节 2012年中国抗辐射功能保健食品市场概况 73

| | |
|----------------------------|-----|
| 一、市场现状 | 73 |
| 二、常见的抗辐射中草药 | 74 |
| 三、抗辐射的保健食品的主要成分 | 74 |
| 第四节补血类保健食品市场分析 | 75 |
| 一、市场概述 | 75 |
| 二、消费群体调查 | 77 |
| 三、产品、价格 | 78 |
| 第五节补脑类保健品产品市场分析 | 78 |
| | |
| 第九章 2012年中国保健食品市场营销策略分析 | 79 |
| 第一节中国保健品主要品牌营销策略回顾 | 79 |
| 一、太阳神---CI理念的先行者 | 79 |
| 二、三株---人海战术的先驱 | 80 |
| 三、脑白金---礼品概念的最大赢家 | 80 |
| 四、红桃K---农村市场战略的胜利者 | 86 |
| 五、太太---创新守住女人阵地 | 93 |
| 六、安利纽崔莱---科技驱动、明星领跑 | 95 |
| 第二节 2012年中国保健品的主要销售渠道分析 | 97 |
| 第三节 2012年中国保健食品营销经典案例分析 | 104 |
| 一、脑白金---恶俗广告托起巨人 | 104 |
| 二、安利-纽崔莱---直销加品牌，跑出行业领军 | 109 |
| 三、三株---遍地开花、未迎来瓜熟蒂落 | 111 |
| | |
| 第十章 2012年中国保健食品市场竞争态势分析 | 122 |
| 第一节 2012年中国保健食品竞争总况 | 122 |
| 一、保健食品竞争力体现 | 122 |
| 二、保健食品由无序竞争走向品牌竞争 | 123 |
| 三、保健食品营销渠道竞争 | 123 |
| 第二节 2012年中国保健食品集中度分析 | 125 |
| 一、市场集中度分析 | 125 |
| 二、区域集中度分析 | 125 |
| 第三节 2013-2016年中国保健食品竞争趋势分析 | 126 |

第十一章 2012年中国营养保健食品重点企业竞争力分析 127

第一节 上海交大昂立股份有限公司 (600530) 127

- 一、企业概况 127
- 二、企业主要经济指标分析 128
- 三、企业盈利能力分析 128
- 四、企业偿债能力分析 129
- 五、企业运营能力分析 129
- 六、企业成长能力分析 130

第二节 宝健(中国)日用品有限公司 130

- 一、企业概况 130
- 二、企业主要经济指标分析 131
- 三、企业盈利能力分析 131
- 四、企业偿债能力分析 131
- 五、企业产值状况分析 132
- 六、企业成本费用构成分析 132

第三节 卫材(苏州)药业有限公司 132

- 一、企业概况 132
- 二、企业主要经济指标分析 133
- 三、企业盈利能力分析 133
- 四、企业偿债能力分析 133
- 五、企业产值状况分析 134
- 六、企业成本费用构成分析 134

第四节 完美(中国)日用品有限公司 134

- 一、企业概况 134
- 二、企业主要经济指标分析 135
- 三、企业盈利能力分析 135
- 四、企业偿债能力分析 135
- 五、企业产值状况分析 136
- 六、企业成本费用构成分析 136

第五节 北京澳特舒尔保健品开发有限公司 136

- 一、企业概况 136

| | |
|-------------------|-----|
| 二、企业主要经济指标分析 | 137 |
| 三、企业盈利能力分析 | 137 |
| 四、企业偿债能力分析 | 137 |
| 五、企业产值状况分析 | 138 |
| 六、企业成本费用构成分析 | 138 |
| 第六节康宝莱（中国）保健品有限公司 | 138 |
| 一、企业概况 | 138 |
| 二、企业主要经济指标分析 | 139 |
| 三、企业盈利能力分析 | 139 |
| 四、企业偿债能力分析 | 139 |
| 五、企业产值状况分析 | 140 |
| 六、企业成本费用构成分析 | 140 |
| 第七节岳阳市本草生物工程有限公司 | 140 |
| 一、企业概况 | 140 |
| 二、企业主要经济指标分析 | 141 |
| 三、企业盈利能力分析 | 141 |
| 四、企业偿债能力分析 | 141 |
| 五、企业产值状况分析 | 142 |
| 六、企业成本费用构成分析 | 142 |
| 第八节广州黄振龙凉茶有限公司 | 142 |
| 一、企业概况 | 142 |
| 二、企业主要经济指标分析 | 143 |
| 三、企业盈利能力分析 | 143 |
| 四、企业偿债能力分析 | 143 |
| 五、企业产值状况分析 | 144 |
| 六、企业成本费用构成分析 | 144 |
| 第九节南阳市久乐天然日用品有限公司 | 144 |
| 一、企业概况 | 144 |
| 二、企业主要经济指标分析 | 145 |
| 三、企业盈利能力分析 | 145 |
| 四、企业偿债能力分析 | 145 |
| 五、企业产值状况分析 | 146 |

| | |
|------------------------------|-----|
| 六、企业成本费用构成分析 | 146 |
| 第十节深圳市博康保健品有限公司 | 146 |
| 一、企业概况 | 146 |
| 二、企业主要经济指标分析 | 147 |
| 三、企业盈利能力分析 | 147 |
| 四、企业偿债能力分析 | 147 |
| 五、企业产值状况分析 | 148 |
| 六、企业成本费用构成分析 | 148 |
| | |
| 第十二章2013-2016年中国保健食品行业趋势预测分析 | 149 |
| 第一节2013-2016年中国保健食品行业趋势分析 | 149 |
| 一、保健食品市场将进一步扩大 | 149 |
| 二、新资源、高技术、方便剂型的保健食品将成为主流 | 149 |
| 三、功能更加多样化,单品种功能趋向专一化 | 150 |
| 第二节2013-2016年中国保健食品需求预测分析 | 150 |
| 一、保健食品的功能更加专一 | 150 |
| 二、“边缘”保健食品异军突起 | 151 |
| 三、新资源保健食品受宠 | 151 |
| 四、基因食品将成为未来保健食品主流 | 152 |
| 五、软胶囊、口服液成为产品包装趋势 | 152 |
| 六、西部战略大转移 | 152 |
| 第三节2013-2016年中国保健食品行业盈利预测分析 | 153 |
| | |
| 第十三章2013-2016年中国保健食品行业投资前景预测 | 154 |
| 第一节2013-2016年中国保健食品行业投资环境分析 | 154 |
| 一、政府的重视和支持是行业发展的永动力 | 154 |
| 二、中国天然食补的保健传统是行业发展的原动力 | 154 |
| 三、人口众多,逐步进入老年社会是行业发展的持续增长力 | 154 |
| 第二节2013-2016年中国保健食品行业投资机会分析 | 154 |
| 一、市场需求越来越大 | 154 |
| 二、信誉重整 | 155 |
| 三、科学的力量规范市场 | 156 |

第三节2013-2016年中国保健食品行业投资风险分析 157

一、市场竞争风险 157

二、技术风险 157

三、外资进入风险 157

四、进出口壁垒 158

第四节高级分析师投资建议 158

报告图表目录：

图表 1 保健品与食品、药品的区别 10

图表 2 2012年国内生产总值初步核算数据 23

图表 3 GDP环比增长速度 23

图表 4 全国居民消费价格涨跌幅 24

图表 5 固定资产投资（不含农户）同比增速 24

图表 6 分地区投资相邻两月累计同比增速 25

图表 7 固定资产投资到位资金同比增速 26

图表 8 社会消费品零售总额分月同比增长速度 26

图表 9 我国各年龄段人口比例 42

图表 10 1964-2050年中国人口老龄化趋势图 43

图表 11 发达国家各年龄阶段对医药消费的需求（美元） 43

图表 12 中国重大疾病死亡率比较 44

图表 13 2004-2012年中国营养保健食品制造行业企业数量统计表 51

图表 14 2004-2012年中国营养保健食品制造行业从业人数统计表 51

图表 15 2004-2012年中国营养保健食品制造行业资产规模统计表 51

图表 16 2004-2012年中国营养保健食品制造行业产成品统计表 52

图表 17 2004-2012年中国营养保健食品制造行业工业销售产值统计表 52

图表 18 2004-2012年中国营养保健食品制造行业销售成本统计表 53

图表 19 2004-2012年中国营养保健食品制造行业费用统计表 53

图表 20 2004-2012年中国营养保健食品制造行业主要盈利指标统计表 54

图表 21 中国保健食品行业利润水平表 54

图表 22 近10年NBTY的毛利率情况 54

图表 23 2004-2012年中国营养保健食品制造行业盈利能力指标统计表 55

图表 24 判断保健食品好与不好的主要条件 63

| | |
|---------------------------------------|-----|
| 图表 25 全家平均每月购买保健食品的花费 | 64 |
| 图表 26 中国消费者对保健品价位接受程度 | 64 |
| 图表 27 哪种保健食品的市场需求量最大 | 65 |
| 图表 28 保健食品市场最受关注十大品牌 | 66 |
| 图表 29 部分补血产品规模表 | 76 |
| 图表 30 补血市场主要品牌特点 | 77 |
| 图表 31 中国保健食品企业SWOT分析 | 122 |
| 图表 32 上海交大昂立股份有限公司财务现状分析 | 128 |
| 图表 33 2001-2011年上海交大昂立股份有限公司盈利能力分析 | 128 |
| 图表 34 2001-2011年上海交大昂立股份有限公司偿债能力分析 | 129 |
| 图表 35 2001-2011年上海交大昂立股份有限公司经营能力分析 | 129 |
| 图表 36 2001-2011年上海交大昂立股份有限公司成长性分析 | 130 |
| 图表 37 宝健(中国)日用品有限公司基本情况表 | 130 |
| 图表 38 2010-2011年宝健(中国)日用品有限公司企业主要经济指标 | 131 |
| 图表 39 2010-2011年宝健(中国)日用品有限公司企业盈利指标 | 131 |
| 图表 40 2010-2011年宝健(中国)日用品有限公司企业盈利比率情况 | 131 |
| 图表 41 2010-2011年宝健(中国)日用品有限公司企业负债指标情况 | 132 |
| 图表 42 2010-2011年宝健(中国)日用品有限公司企业产值情况 | 132 |
| 图表 43 2010-2011年宝健(中国)日用品有限公司企业成本费用情况 | 132 |
| 图表 44 卫材(中国)药业有限公司基本情况表 | 132 |
| 图表 45 2010-2011年卫材(中国)药业有限公司企业主要经济指标 | 133 |
| 图表 46 2010-2011年卫材(中国)药业有限公司企业盈利指标 | 133 |
| 图表 47 2010-2011年卫材(中国)药业有限公司企业盈利比率情况 | 133 |
| 图表 48 2010-2011年卫材(中国)药业有限公司企业负债指标情况 | 134 |
| 图表 49 2010-2011年卫材(中国)药业有限公司企业产值情况 | 134 |
| 图表 50 2010-2011年卫材(中国)药业有限公司企业成本费用情况 | 134 |
| 图表 51 完美(中国)日用品有限公司基本情况表 | 134 |
| 图表 52 2010-2011年完美(中国)日用品有限公司企业主要经济指标 | 135 |
| 图表 53 2010-2011年完美(中国)日用品有限公司企业盈利指标 | 135 |
| 图表 54 2010-2011年完美(中国)日用品有限公司企业盈利比率情况 | 135 |
| 图表 55 2010-2011年完美(中国)日用品有限公司企业负债指标情况 | 136 |
| 图表 56 2010-2011年完美(中国)日用品有限公司企业产值情况 | 136 |

| | | |
|-------|-----------------------------------|-----|
| 图表 57 | 2010-2011年完美(中国)日用品有限公司企业成本费用情况 | 136 |
| 图表 58 | 北京澳特舒尔保健品开发有限公司基本情况表 | 136 |
| 图表 59 | 2010-2011年北京澳特舒尔保健品开发有限公司企业主要经济指标 | 137 |
| 图表 60 | 2010-2011年北京澳特舒尔保健品开发有限公司企业盈利指标 | 137 |
| 图表 61 | 2010-2011年北京澳特舒尔保健品开发有限公司企业盈利比率情况 | 137 |
| 图表 62 | 2010-2011年北京澳特舒尔保健品开发有限公司企业负债指标情况 | 138 |
| 图表 63 | 2010-2011年北京澳特舒尔保健品开发有限公司企业产值情况 | 138 |
| 图表 64 | 2010-2011年北京澳特舒尔保健品开发有限公司企业成本费用情况 | 138 |
| 图表 65 | 康宝莱(中国)保健品有限公司基本情况表 | 138 |
| 图表 66 | 2010-2011年康宝莱(中国)保健品有限公司企业主要经济指标 | 139 |
| 图表 67 | 2010-2011年康宝莱(中国)保健品有限公司企业盈利指标 | 139 |
| 图表 68 | 2010-2011年康宝莱(中国)保健品有限公司企业盈利比率情况 | 139 |
| 图表 69 | 2010-2011年康宝莱(中国)保健品有限公司企业负债指标情况 | 140 |
| 图表 70 | 2010-2011年康宝莱(中国)保健品有限公司企业产值情况 | 140 |
| 图表 71 | 2010-2011年康宝莱(中国)保健品有限公司企业成本费用情况 | 140 |
| 图表 72 | 岳阳市本草生物工程有限公司基本情况表 | 140 |
| 图表 73 | 2010-2011年岳阳市本草生物工程有限公司企业主要经济指标 | 141 |
| 图表 74 | 2010-2011年岳阳市本草生物工程有限公司企业盈利指标 | 141 |
| 图表 75 | 2010-2011年岳阳市本草生物工程有限公司企业盈利比率情况 | 141 |
| 图表 76 | 2010-2011年岳阳市本草生物工程有限公司企业负债指标情况 | 142 |
| 图表 77 | 2010-2011年岳阳市本草生物工程有限公司企业产值情况 | 142 |
| 图表 78 | 2010-2011年岳阳市本草生物工程有限公司企业成本费用情况 | 142 |
| 图表 79 | 广州黄振龙凉茶有限公司基本情况表 | 142 |
| 图表 80 | 2010-2011年广州黄振龙凉茶有限公司企业主要经济指标 | 143 |
| 图表 81 | 2010-2011年广州黄振龙凉茶有限公司企业盈利指标 | 143 |
| 图表 82 | 2010-2011年广州黄振龙凉茶有限公司企业盈利比率情况 | 143 |
| 图表 83 | 2010-2011年广州黄振龙凉茶有限公司企业负债指标情况 | 144 |
| 图表 84 | 2010-2011年广州黄振龙凉茶有限公司企业产值情况 | 144 |
| 图表 85 | 2010-2011年广州黄振龙凉茶有限公司企业成本费用情况 | 144 |
| 图表 86 | 南阳市久乐天然日用品有限公司基本情况表 | 144 |
| 图表 87 | 2010-2011年南阳市久乐天然日用品有限公司企业主要经济指标 | 145 |
| 图表 88 | 2010-2011年南阳市久乐天然日用品有限公司企业盈利指标 | 145 |

| | | |
|-------|----------------------------------|-----|
| 图表 89 | 2010-2011年南阳市久乐天然日用品有限公司企业盈利比率情况 | 145 |
| 图表 90 | 2010-2011年南阳市久乐天然日用品有限公司企业负债指标情况 | 146 |
| 图表 91 | 2010-2011年南阳市久乐天然日用品有限公司企业产值情况 | 146 |
| 图表 92 | 2010-2011年南阳市久乐天然日用品有限公司企业成本费用情况 | 146 |
| 图表 93 | 深圳市博康保健品有限公司基本情况表 | 146 |
| 图表 94 | 2010-2011年深圳市博康保健品有限公司企业主要经济指标 | 147 |
| 图表 95 | 2010-2011年深圳市博康保健品有限公司企业盈利指标 | 147 |
| 图表 96 | 2010-2011年深圳市博康保健品有限公司企业盈利比率情况 | 147 |
| 图表 97 | 2010-2011年深圳市博康保健品有限公司企业负债指标情况 | 148 |
| 图表 98 | 2010-2011年深圳市博康保健品有限公司企业产值情况 | 148 |
| 图表 99 | 2010-2011年深圳市博康保健品有限公司企业成本费用情况 | 148 |

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201404/103543.html>