

中国保健食品市场销售策略及发展前景预测报告（2011-2015年）

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

《中国保健食品市场销售策略及发展前景预测报告（2011-2015年）》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/201102/62035.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

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 2010年全球保健食品运行状况分析

第一节 2010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 2010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 2010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 2011-2015年世界营养保健食品市场发展趋势探析

第三章 2010年中国保健食品运行环境解析

第一节 2010年中国经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、消费价格指数分析
- 三、城乡居民收入分析
- 四、社会消费品零售总额
- 五、全社会固定资产投资分析
- 六、进出口总额及增长率分析

第二节 2010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 2010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 2010年中国保健食品业运行新态势分析

第一节 2010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 2010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 2010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 2005-2010年中国营养、保健食品制造行业规模以上企业经济运行数据监测

第一节 2005-2010年（按季度更新）中国营养、保健食品制造行业数据监测回顾

一、竞争企业数量

二、亏损面情况

三、市场销售额增长

四、利润总额增长

五、投资资产增长性

六、行业从业人数调查分析

第二节 2005-2010年（按季度更新）中国营养、保健食品制造行业投资价值测算

一、销售利润率

二、销售毛利率

三、资产利润率

四、未来5年营养、保健食品制造盈利能力预测

第三节 2005-2010年（按季度更新）中国营养、保健食品制造行业产销率调查

一、工业总产值

二、工业销售产值

三、产销率调查

四、未来5年营养、保健食品制造产品产销预测

第四节 2005-2010年（按季度更新）营养、保健食品制造出口交货值数据

一、出口交货值增长

二、出口交货值占工业产值的比重

第六章 2010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 2010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 2010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 2010年中国保健食品消费市场分析

第一节 2010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 2010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 2010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 2010年中国保健食品企业营销策略分析

第一节 2010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 2010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 2010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 2010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 2010年中国保健食品市场竞争态势分析

第一节 2010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 2010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 2011-2015年中国保健食品竞争趋势分析

第十章 2010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、公司基本情况概述

二、2008-2010年公司成长性分析

三、2008-2010年公司财务能力分析

四、2008-2010年公司偿债能力分析

五、2008-2010年公司现金流量分析表

六、2008-2010年公司经营能力分析

七、2008-2010年公司盈利能力分析

第二节 宝健（中国）日用品有限公司

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第三节 卫材（苏州）制药有限公司

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第四节 完美(中国)日用品有限公司

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第五节 北京澳特舒尔保健品开发有限公司

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第六节 康宝莱（中国）保健品有限公司

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第七节 岳阳市本草生物工程有限公司

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第八节 广州黄振龙凉茶有限公司

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第九节 南京九蜂堂蜂产品有限公司

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第十节 深圳市博康保健品有限公司

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第十一节 略……

第十一章2011-2015年中国营养保健食品产业投资机会与风险分析

第一节 2011-2015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 2011-2015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 2011-2015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 研究中心专家建议

第十二章2011-2015年中国营养保健食品行业运行前景预测分析

第一节2011-2015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 2011-2015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2011-2015年中国营养保健食品行业盈利预测分析

图表名称：部分

图表 2005-2010年中国GDP总量及增长趋势图

图表 2010年一季度中国三产业增加值结构图

图表 2008-2010年中国CPI、PPI月度走势图

图表 2005-2010年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表 2005-2010年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表 2000-2009年中国城乡居民人均收入增长对比图

图表 1978-2009中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表 1978-2009中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表 2005-2009年中国工业增加值增长趋势图

图表 2005-2010年我国社会固定资产投资额走势图

图表 2005-2010年我国城乡固定资产投资额对比图

图表 2005-2009年我国财政收入支出走势图

图表 2009年1月-2010年4月人民币兑美元汇率中间价

图表 2010年4月人民币汇率中间价对照表

图表 2009年1月-2010年3月中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表 2009年1月-2010年3月中国货币供应量的增速走势图

图表 2001-2009年中国外汇储备走势图

图表 2005-2009年中国外汇储备及增速变化图

图表 2008年12月23日中国人民银行利率调整表

图表 2007-2008年央行历次调整利率时间及幅度表

图表 我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表 2005-2010年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表 2005-2010年我国货物进出口总额走势图

图表 2005-2010年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表 2005-2009年中国就业人数走势图

图表 2005-2009年中国城镇就业人数走势图

图表 1978-2009年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表 1978-2009年我国总人口数量增长趋势图

图表 2009年人口数量及其构成

图表 1978-2009年中国城镇化率走势图

图表 2005-2009年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表 2006-2009年中国营养、保健食品制造行业企业数量增长趋势图

图表 2006-2009年中国营养、保健食品制造行业亏损企业数量及亏损面积

图表 2006-2009年中国营养、保健食品制造行业总体销售额增长趋势图

图表 2006-2009年中国营养、保健食品制造行业总体利润总额增长

图表 2006-2009年中国营养、保健食品制造行业总体从业人数分析

图表 2006-2009年中国营养、保健食品制造行业投资资产增长性分析

图表 2010年11月中国各省市营养、保健食品制造行业企业数量统计表

图表 2010年11月中国各省市营养、保健食品制造行业企业数量分布图

图表 2010年1-11月中国各省市营养、保健食品制造行业销售收入统计表

图表 2010年1-11月中国各省市营养、保健食品制造行业销售收入分布图

图表 2010年1-11月中国各省市营养、保健食品制造行业利润总额统计表

图表 2010年1-11月中国各省市营养、保健食品制造行业利润总额分布图

图表 2010年1-11月中国各省市营养、保健食品制造行业利润总额增长最快的省市对比图

图表 2010年11月底中国各省市营养、保健食品制造行业资产统计表

图表 2010年11月底中国各省市营养、保健食品制造行业资产分布图

图表 2010年1-11月中国各省市营养、保健食品制造行业资产增长速度对比图

图表 2010年1-11月中国各省市营养、保健食品制造行业工业总产值

图表 2010年1-11月中国各省市营养、保健食品制造行业工业销售产值

图表 2010年营养、保健食品制造行业产销率（数据均可更新至最新月份）

图表 2008-2010年上海交大昂立股份有限公司成长性分析

图表 2008-2010年上海交大昂立股份有限公司财务能力分析

图表 2008-2010年上海交大昂立股份有限公司经营效率分析

图表 2008-2010年上海交大昂立股份有限公司偿债能力分析

图表 2008-2010年上海交大昂立股份有限公司现金流量分析表

图表 2008-2010年上海交大昂立股份有限公司经营能力分析

图表 2008-2010年上海交大昂立股份有限公司盈利能力分析

图表 宝健（中国）日用品有限公司盈利指标情况

图表 宝健（中国）日用品有限公司资产运行指标状况

图表 宝健（中国）日用品有限公司资产负债能力指标分析

图表 宝健（中国）日用品有限公司盈利能力情况

图表 宝健（中国）日用品有限公司销售收入情况

图表 宝健（中国）日用品有限公司成本费用构成情况

图表 卫材（苏州）制药有限公司盈利指标情况

图表 卫材（苏州）制药有限公司资产运行指标状况

图表 卫材（苏州）制药有限公司资产负债能力指标分析

图表 卫材（苏州）制药有限公司盈利能力情况

图表 卫材（苏州）制药有限公司销售收入情况

图表 卫材（苏州）制药有限公司成本费用构成情况

图表 完美(中国)日用品有限公司盈利指标情况

图表 完美(中国)日用品有限公司资产运行指标状况

图表 完美(中国)日用品有限公司资产负债能力指标分析

图表 完美(中国)日用品有限公司盈利能力情况

图表 完美(中国)日用品有限公司销售收入情况

图表 完美(中国)日用品有限公司成本费用构成情况

图表 北京澳特舒尔保健品开发有限公司盈利指标情况

图表 北京澳特舒尔保健品开发有限公司资产运行指标状况

图表 北京澳特舒尔保健品开发有限公司资产负债能力指标分析

图表 北京澳特舒尔保健品开发有限公司盈利能力情况

图表 北京澳特舒尔保健品开发有限公司销售收入情况

图表 北京澳特舒尔保健品开发有限公司成本费用构成情况

图表 康宝莱（中国）保健品有限公司盈利指标情况

图表 康宝莱（中国）保健品有限公司资产运行指标状况

图表 康宝莱（中国）保健品有限公司资产负债能力指标分析

图表 康宝莱（中国）保健品有限公司盈利能力情况

图表 康宝莱（中国）保健品有限公司销售收入情况

图表 康宝莱（中国）保健品有限公司成本费用构成情况

图表 岳阳市本草生物工程有限公司盈利指标情况

图表 岳阳市本草生物工程有限公司资产运行指标状况

图表 岳阳市本草生物工程有限公司资产负债能力指标分析

图表 岳阳市本草生物工程有限公司盈利能力情况

图表 岳阳市本草生物工程有限公司销售收入情况

图表 岳阳市本草生物工程有限公司成本费用构成情况

图表 广州黄振龙凉茶有限公司盈利指标情况

图表 广州黄振龙凉茶有限公司资产运行指标状况

图表 广州黄振龙凉茶有限公司资产负债能力指标分析

图表 广州黄振龙凉茶有限公司盈利能力情况

图表 广州黄振龙凉茶有限公司销售收入情况

图表 广州黄振龙凉茶有限公司成本费用构成情况

图表 南京九蜂堂蜂产品有限公司盈利指标情况

图表 南京九蜂堂蜂产品有限公司资产运行指标状况

图表 南京九蜂堂蜂产品有限公司资产负债能力指标分析

图表 南京九蜂堂蜂产品有限公司盈利能力情况

图表 南京九蜂堂蜂产品有限公司销售收入情况

图表 南京九蜂堂蜂产品有限公司成本费用构成情况

图表 深圳市博康保健品有限公司盈利指标情况

图表 深圳市博康保健品有限公司资产运行指标状况

图表 深圳市博康保健品有限公司资产负债能力指标分析

图表 深圳市博康保健品有限公司盈利能力情况

图表 深圳市博康保健品有限公司销售收入情况

图表 深圳市博康保健品有限公司成本费用构成情况

图表 略……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201102/62035.html>