

# 2013-2017年中国保健品行业 业市场监测及投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

# 报告报价

《2013-2017年中国保健品行业市场监测及投资前景研究报告》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.bosidata.com/baojian1303/K24775RJXQ.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2013-03-01

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

## 报告说明:

博思数据发布的《2013-2017年中国保健品行业市场监测及投资前景研究报告》共十四章。首先介绍了中国保健品行业的概念，接着分析了中国保健品行业发展环境，然后对中国保健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品行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国保健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。

通过《2013-2017年中国保健品行业市场监测及投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

保健品行业包括：膳食补充剂、中药保健品、保健器械三大子行业，按照全球银行标准，中国已经进入中上收入国家，居民消费将从满足生存需要转向生活质量需要。保健品行业将是医疗消费升级的首要受益行业，该行业兼具医疗和消费品两种属性，直接受益于我国居民生活水平及健康意识的提高，越来越多消费者将保健品从可选消费品转为必需消费品。

2011年中国保健品行业市场规模达到1260亿元，较2010年增长接近20%。当中膳食补充剂市场规模为781.2亿元，占整个保健品规模的62%；中药保健品市场规模达到340.2亿元，占整个保健品规模的27%；此外，保健器械市场规模138.6亿元。

## 报告目录

### 第一章 2012年中国保健品行业发展环境分析

#### 第一节 2012年中国保健品行业环境分析

##### 一、保健品行业特性，发展方向

##### 二、国外保健品行业发展分析

##### 三、国内保健品行业发展分析

#### 第二节 2012年中国保健品政策环境分析

##### 一、《食品安全法》首次纳入保健品监管

##### 二、《食品安全法》对保健品行业的影响

##### 三、药监局严查保健品行业

##### 四、保健品广告法规分析

#### 第三节 2012年中国保健品社会环境分析

一、人口规模及结构分析

二、中国人口老龄化及健康意识

三、居民收入与消费分析

#### 第四节 2012年中国保健品技术环境分析

一、技术发展现状

二、保健食品技术审评水平

三、保健品生产技术研究发展动向

#### 第五节 2012年中国保健品市场环境变化分析

一、广告对购买决策的影响力变化

二、行业的信任危机对需求的影响

三、产品同质化对需求的影响分析

### 第二章 2012年中国保健品行业运行态势分析

#### 第一节 2012年中国保健品行业运行总况

一、中国保健品行业发展三阶段

二、保健品行业困境之中被迫转型

三、产品功能分布情况

四、主要产品概念诉求

#### 第二节 2012年中国保健品行业发展状况分析

一、中国保健品行业产值分析

二、在新医改春风下保健品市场成香饽饽

三、保健品市场进入“冰封”时期

四、新《食品安全法》为保健品行业设门槛

#### 第三节 2012年中国保健品行业原材料分析

一、我国保健产品主要原料

二、主要原料产品分布概况

三、水溶性膳食纤维分析及预测

四、全球鱼油消费量及价格分析

#### 第四节 2012年中国保健品行业的问题及对策分析

一、中国保健品企业发展应返璞归真

二、中国保健品企业的研发策略浅析

三、保健品企业成功开发产品的四大动力

### 第三章 2012年中国保健品行业细分产品市场监测

#### 第一节 2012年中国保健药品市场运行分析

- 一、保健药品功能分布
- 二、保健药品市场开始“清理门户”
- 三、2012年保健品市场占有份额

#### 第二节 2012年中国保健食品市场产品竞争排名情况

- 一、保健食品企业竞争力
- 二、保健食品产品畅销排名
- 三、保健食品市场占有份额

#### 第三节 2012年中国保健茶市场产品竞争排名情况

- 一、保健茶企业竞争力
- 二、保健茶产品畅销排名
- 三、保健茶市场占有份额

#### 第四节 2012年中国保健酒市场产品竞争排名情况

- 一、保健酒企业竞争力
- 二、保健酒产品畅销排名
- 三、保健酒市场占有份额

#### 第五节 2012年中国保健饮料市场产品竞争排名情况

- 一、保健饮料企业竞争力
- 二、保健饮料产品畅销排名
- 三、保健饮料市场占有份额

### 第四章 2012年中国保健品市场发展现状

#### 第一节 2012年中国保健品市场规模分析

- 一、中国保健品企业规模
- 二、都市女性保健品市场规模
- 三、2012年我国保健品市场规模

#### 第二节 2012年中国保健品市场规模预测

- 一、2012年中国保健产业年销售额
- 二、2012年中国保健品市场规模预测

#### 第三节 2012年中国保健品区域市场分析

- 一、东北地区保健品市场分析

- 二、华北地区保健品市场分析
- 三、华东地区保健品市场分析
- 四、华中地区保健品市场分析
- 五、华南地区保健品市场分析
- 六、西部地区保健品市场分析

## 第五章 2012年中国保健品需求与消费状况分析

### 第一节 2012年中国保健品需求与消费状况分析

- 一、辅食、保健品消费市场分析
- 二、中国保健品消费量高价位盘整

### 第二节 2012年中国保健品市场消费动向分析

- 一、保健品市场消费者跟风现象
- 二、保健品市场两极分化趋势
- 三、保健品消费者购买行为分析

### 第三节 2012年中国保健品消费者分析

- 一、老年保健品市场发展分析
- 二、女性保健品市场发展分析
- 三、儿童保健品市场发展分析
- 四、保健品消费人群变化情况

## 第六章 2012年中国保健品行业市场价格走势

### 第一节 2012年中国保健品市场价格波动情况

- 一、春节保健品价格大幅跳水
- 二、影响保健品价格的因素分析
- 三、2012年蜂王浆价格走势分析

### 第二节 2012年中国保健品原料价格走势分析

- 一、中国中药材价格监测
- 二、红花价格走势分析
- 三、宁夏枸杞价格走势
- 四、2012年中药材价格走势

## 第七章 2012年中国保健品进出口贸易市场综述

## 第一节 2012年中国保健品进出口贸易简况

### 一、保健品贸易情况分析

### 二、中国保健品年销售额及增长情况

### 三、保健品B2C电子商务行业分析

## 第二节 2012年我国医药保健品进出口形势分析

### 一、医药保健品出口“甲流概念”成亮点

### 二、2012年中国医药保健品进出口统计

### 三、医药保健品进出口分省市统计

## 第八章 2012年中国保健品市场营销解析

### 第一节 保健品营销的三大要素

#### 一、概念设计

#### 二、产品利益的挖掘

#### 三、产品效果感设计

#### 四、保健品广告的四大要素

### 第二节 2012年中国保健品营销总体概况

#### 一、浅谈保健品服务营销

#### 二、如何打造保健品专卖店营销

#### 三、如何创新保健品营销

#### 四、减肥保健品市场营销分析

#### 五、医药保健品营销转型

#### 六、中国保健品营销模式

### 第三节 2012年中国保健品行业的直销分析

#### 一、直销法的实施给保健品市场带来的影响

#### 二、直销有助于保健品行业发展

#### 三、传统模式与直销模式在保健品领域应用的差异

#### 四、医药保健品的直销分析

#### 五、保健品企业直销案例分析

##### 1、安利保健品的直销

##### 2、天狮集团保健品直销

### 第四节 未来中国保健品营销趋势透视

#### 一、价值营销将走入保健品行业发展主流

- 二、医药保健品营销八大趋势
- 三、医药保健品营销发展的几个新方向
- 四、保健品企业营销未来方向探析

## 第九章 2012年中国保健品行业竞争格局分析

### 第一节 2012年中国保健品竞争总况

- 一、医药保健产业格局将面临激烈震荡
- 二、保健酒市场竞争分析

### 第二节 从OEM观看保健品行业违规竞争

- 一、OEM是保健品企业必然的选择
- 二、从OEM透析保健食品行业违规操作的根源
- 三、保健品行业发展要走出急功近利的误区

### 第三节 主要产品市场竞争分析

- 一、各大补血产品品牌竞争回顾
- 二、补血保健品市场竞争格局
- 三、减肥保健品市场竞争概况
- 四、美容养颜类保健品市场竞争分析

## 第十章 2012年中国保健品上市企业竞争力同比分析

### 第一节 健康元药业集团股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2012年经营状况分析
- 四、2013-2017年公司发展战略分析

### 第二节 山东东阿阿胶股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2012年经营状况分析
- 四、2013-2017年公司发展战略分析

### 第三节 哈药集团股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

#### 第四节 海南椰岛(集团)股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

#### 第五节 上海交大昂立股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

#### 第六节 北京双鹭药业股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

#### 第七节 海王集团

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

### 第十一章 2012年中国保健品行业关联市场分析

#### 第一节 植物提取物产业相关概述

#### 第二节 2012年中国植物提取物现状综述

一、植物提取物在保健品中的应用

二、中草药、植物提取物提取现状

1、银杏叶提取物

2、金银花提取物

三、2006-2012年中国植物提取物进出口数据分析(3301)

#### 第三节 2012年中国植物药提取物行业技术分析

- 一、超临界流体萃取技术
- 二、天然中药提取物AF-8新技术通过鉴定
- 三、大孔树脂吸附法
- 四、半仿生提取法

#### 第四节 2012年中国植物药提取物市场动态分析

- 一、中药提取物产业化需调控和规范
- 二、厦台药厂签协议 台湾药品有望进军大陆
- 三、我国植物提取物产业标准化步伐加快

#### 第五节 其它主要产品市场运行分析分析

- 一、中药提取物市场分析
- 二、灵芝提取物市场分析
- 三、丹参提取物市场分析
- 四、白芍提取物市场分析
- 五、白藜芦醇市场分析
- 六、芝麻脂素市场分析

### 第十二章 2012年中国植物药提取物上市企业竞争力及关键性数据透析

#### 第一节 浙江康恩贝制药股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2012年经营状况分析
- 四、2013-2017年公司发展战略分析

#### 第二节 四川中汇医药(集团)股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2012年经营状况分析
- 四、2013-2017年公司发展战略分析

#### 第三节 天津天士力股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2012年经营状况分析
- 四、2013-2017年公司发展战略分析

#### 第四节 山东沃华医药科技股份有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、竞争优势分析

##### 三、2011-2012年经营状况分析

##### 四、2013-2017年公司发展战略分析

#### 第五节 青海三普药业股份有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、竞争优势分析

##### 三、2011-2012年经营状况分析

##### 四、2013-2017年公司发展战略分析

#### 第六节 贵州益佰制药股份有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、竞争优势分析

##### 三、2011-2012年经营状况分析

##### 四、2013-2017年公司发展战略分析

### 第十三章 2013-2017年中国保健品行业发展预测分析

#### 第一节 中国保健品行业发展预测

##### 一、中国保健品发展前景分析

##### 二、中国保健品市场规模将扩大

##### 三、保健品行业主要企业发展前景

##### 四、保健品的药店销售前景分析

#### 第二节 保健品行业总体发展趋势分析

##### 一、保健品行业发展呈现四大趋势

##### 二、细分领域是保健品市场未来发展走向

##### 三、保健品大众化逐渐成新趋势

##### 四、白领将成为保健品消费主力

#### 第三节 保健品主要热门种类发展趋势

##### 一、保健品行业绿色天然产品发展空间巨大

##### 二、中药保健品将成国际市场上的新宠

##### 三、美容养颜类保健品市场发展趋势分析

##### 四、氨基酸类保健品市场发展预测

- 五、中国减肥市场四大发展趋势
- 六、中国保健酒行业前景预测
- 七、中草药保健茶市场前景分析
- 八、孕妇保健品市场前景广阔

## 第十四章2013-2017年我国保健品行业投资价值与投资策略分析

### 第一节 2012年中国保健品投资概况

- 一、保健品投资特性
- 二、保健品投资环境分析

### 第二节2013-2017年我国保健品行业投资价值分析

- 一、减肥产品投资价值分析
- 二、润肠通便产品投资价值分析
- 三、美容产品投资价值分析
- 四、排铅产品投资价值分析
- 五、补肾产品投资价值分析
- 六、蜂产品行业投资价值分析
- 七、保健品风险规避和操作方法

### 第三节2013-2017年中国保健品行业投资风险预警

- 一、保健品直销存在四大风险
- 二、保健品行业社会风险分析
- 三、保健品市场风险化解策略
- 四、保健品行业风险规避之道
- 五、蜂产业投资风险规避策略

### 第四节2013-2017年保健品行业投资机会及策略

- 一、保健品投资的三个要点
- 二、保健品市场深度调研及投资策略
- 三、保健品发展历程和基本规律
- 四、保健品销售的基本规则以及风险预防
- 五、脑白金和太太口服液案例分析
- 六、近年保健品黑马产品分析和经验总结
- 七、保健品的市场机会分析

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/baojian1303/K24775RJXQ.html>