



艾凯咨询
ICAN Consulting

2010-2015年中国保健品市场调查与 投资前景分析报告

一、调研说明

《2010-2015年中国保健品市场调查与投资前景分析报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，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，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/146148.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

第一章 全球保健食品发展的宏观经济环境分析 9

第一节 2009-2010年国际经济环境分析 9

一、美国 9

二、欧盟 9

三、日本 9

四、金砖四国 10

第二节 2009年中国宏观经济环境分析 10

一、2009年中国经济运行态势分析 10

二、2009年中国固定资产投资分析 12

第三节 2009年中国宏观经济形势分析 14

一、经济增速回落，但农业生产形势良好 14

二、需求增势放缓，但消费需求增长仍比较快 15

三、通货膨胀水平明显降低 15

四、国家、企业和居民所得增速均呈回落态势 16

五、财政政策和货币政策发挥积极作用 16

第四节 2009年全球宏观经济形势展望 17

一、2009年经济衰退程度更深 17

二、2012年预计仅温和复苏 17

三、风险更加均衡 17

四、调整指标利率预测及汇率预测 18

第二章 保健食品概述 19

第一节 保健食品的概念及要求 19

一、保健食品的概念 19

二、保健食品的要求 19

第二节 保健食品的分类 20

第四节 保健食品的审批 21

一、产品审批程序 21

第五节 保健食品的发展阶段 28

一、起步阶段 28

- 二、启动成长阶段 28
- 三、竞争发展阶段 28
- 四、"信任危机"阶段 28
- 五、"盘整复兴"阶段 28

第三章 保健食品市场概况 30

第一节 "改善皮肤水份"功能保健食品市场概况 30

- 一、市场情况 30
- 二、产品情况 30

第二节 "增加骨密度"功能保健食品市场概况 30

第三节 "排铅"功能保健食品市场概况 30

- 一、市场过冷 30
- 二、排铅市场过冷的原因 31
- 三、产品情况 31
- 四、排铅保健食品的开发 31

第四节 "抗疲劳"功能保健食品市场概况 32

- 一、市场状况 32
- 二、产品情况 32
- 三、产品的实际应用 32

第五节 抗辐射功能保健食品市场概况 33

- 一、市场现状 33
- 二、常见的抗辐射中草药 33
- 三、抗辐射的保健食品的主要成分 33

第六节 补脑类保健品产品市场分析 34

第四章 补血类保健食品市场分析 36

第一节 市场概述 36

第二节 消费群体调查 36

第三节 产品、价格 37

- 一、产品 37
- 二、价格 37

第四节 市场竞争 38

一、市场竞争态势 38

二、市场竞争策略分析 41

第五章 2009年中国减肥产品市场分析 43

第一节 减肥茶 43

第二节 减肥胶囊 43

第三节 减肥贴剂 43

第四节 减肥冲剂 44

第五节 减肥品消费回归理性 44

一、减肥产品市场呈现三大特征 44

二、消费逐渐回归理性 45

第六章 美容养颜保健食品市场分析 46

第七章 国外保健食品行业的发展 47

第一节 世界保健食品行业的发展阶段 47

第二节 国外保健食品概况 47

一、日本 47

二、美国 47

三、欧洲 48

第三节 欧美保健食品市场的特点 48

第四节 国外保健食品的发展趋势 48

第八章 保健食品行业重点企业分析 49

第一节 海王生物 49

一、公司简介 49

二、经营情况 49

三、财务情况 50

四、发展展望 52

第二节 健特生物 53

一、公司简介 53

二、经营情况 53

三、财务情况 53

四、发展展望 56

第三节 东阿阿胶 56

一、公司简介 56

二、经营状况 57

四、发展展望 61

第四节 海南椰岛 61

一、公司简介 61

二、经营情况 62

三、财务情况 62

四、发展展望 65

第五节 太太药业 66

一、公司简介 66

二、经营情况 67

三、财务情况 67

四、发展展望 70

第六节 交大昂立 70

一、公司简介 70

二、经营情况 71

三、财务情况 71

四、发展展望 73

第七节 哈药集团 73

一、公司简介 74

二、经营情况 74

三、财务情况 75

四、发展展望 77

第九章 中国保健食品行业存在的问题 79

第一节 保健食品行业发展中存在的主要问题 79

第二节 加入WTO后对中国保健食品业的影响 80

第十章 来自保健食品行业外部的威胁 81

第一节 消费者的威胁 81

一、消费者的信任危机 81

二、消费需求转移和人群结构变化 81

第二节 潜在进入者的威胁 82

第三节 商业流通企业的威胁 82

第四节 社会机构与利益团体的威胁 83

一、政策监管日益加强 83

二、媒体站在消费者和社会角度对待保健品 83

第五节 替代产品的威胁 83

第十一章 驱动保健食品行业发展的宏观因素 84

第一节 政府的重视和支持是行业发展的永动力 84

第二节 中国天然食补的保健传统是行业发展的原动力 84

第三节 国家经济持续增长是行业发展的促进力 84

第四节 人口众多,逐步进入老年社会是行业发展的持续增长力 86

第十二章 2009年中国保健食品发展预测 87

第十三章 2009年中国保健食品行业投资机会分析 88

第一节 中国保健食品行业市场竞争力分析 88

第二节 中国保健食品行业进入退出壁垒分析 88

一、进入退出综合分析 88

二、进入门槛分析 88

三、退出门槛分析 88

第三节 中国保健食品行业的投资前景分析 89

第十四章 我国保健食品行业的发展对策 90

第一节 逐步发散保健食品功能分布 90

一、昆虫保健食品深入开发 90

二、海洋保健食品具有广阔的发展前景 91

第二节 采取网购、会展等新的售卖形式 93

第三节 逐步完善行业保障法规、制度 93

- 一、逐步完善广告监管法规 93
- 二、严格注册申请程序 93
- 三、建立健全的质量安全评价体系 93
- 四、建立行业绿色壁垒 94

【图表目录】

- 图表 1 2009年~2009年我国GDP季度增幅比较 11
- 图表 2 2004年~2009年我国GDP增长趋势图 11
- 图表 3 2009年1-8月我国固定资产投资 13
- 图表 4 保健食品的审批程序 21
- 图表 5 保健食品生产经营审批程序 23
- 图表 6 保健食品行业基本情况一览表 29
- 图表 7 补脑类保健品购买率、知名度与购买知名比表 34
- 图表 8 购买补血保健食品的信息来源 39
- 图表 9 终端补血类产品提及率 40
- 图表 10 2009-2010年深圳海王药业有限公司盈利结构 50
- 图表 11 2009-2010年深圳海王药业有限公司资产结构 50
- 图表 12 2009-2010年深圳海王药业有限公司成本费用 51
- 图表 13 2009-2010年无锡健特药业有限公司盈利结构 53
- 图表 14 2009-2010年无锡健特药业有限公司资产结构 54
- 图表 15 2009-2010年无锡健特药业有限公司成本费用 55
- 图表 16 2009-2010年山东东阿阿胶保健品有限公司盈利结构 58
- 图表 17 2009-2010年山东东阿阿胶保健品有限公司资产结构 59
- 图表 18 2009-2010年山东东阿阿胶保健品有限公司成本费用 60
- 图表 19 2009-2010年海南椰岛股份有限公司盈利结构 62
- 图表 20 2009-2010年海南椰岛股份有限公司资产结构 63
- 图表 21 2009-2010年海南椰岛股份有限公司成本费用 64
- 图表 22 2009-2010年深圳太太药业有限公司盈利结构 67
- 图表 23 2009-2010年深圳太太药业有限公司资产结构 68
- 图表 24 2009-2010年深圳太太药业有限公司成本费用 69

图表 25 2009-2010年上海交大昂立股份有限公司盈利结构 71
图表 26 2009-2010年上海交大昂立股份有限公司资产结构 71
图表 27 2009-2010年上海交大昂立股份有限公司成本费用 72
图表 28 2009-2010年哈药集团有限公司盈利结构 75
图表 29 2009-2010年哈药集团有限公司资产结构 76
图表 30 2009-2010年哈药集团有限公司成本费用 76
图表 31 2009年~2009年我国GDP季度增幅比较 84
图表 32 2009年我国三个产业GDP增加值比较 85
图表 33公司业务相关资格证书-全国市场研究行业协会会员证 97
图表 34公司业务相关资格证书-竞争情报协会会员证书 99
图表 35公司业务相关资格证书-涉外社会调查许可证 100

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/146148.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。