



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2011-2015年保健品行业竞争格局与投资战略研究咨询报告

# 一、调研说明

《2011-2015年保健品行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》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/181914.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

人口老龄化程度往往与营养保健品行业的发展存在着密切关系。随着中国逐步进入快速老龄化阶段，老龄人的医疗保健问题也将变得十分突出。2010年，我国的保健营养品产业已经发展成为市场总量达500亿的一个综合性、多元化结构的庞大市场。2010年，各国都将健康产业作为即电脑信息革命之后的第五次新经济浪潮。作为一个新兴的发展业态，保健产业正如朝阳一样蓬勃向上。"十二五"规划首次把健康产业作为一项发展内容纳入国家产业整体发展战略之中，中国保健协会作为保健食品、保健器械以及保健服务行业的代言人，也第一次被国家发改委邀请参与了未来五年的产业结构和发展设计，这表明了政府对健康产业的高度重视。中国保健产业的发展速度很快，在不到15年的时间里成长为年产值上千亿的产业，生产总值每年占到GDP2%，目前每年按照9%的速度增长，人均在保健上的消费达到了31元。特别是改革开放以来，我国城乡保健品消费支出的增长速度远远高于发达国家13%的增长率，保健产业正在成为我国的经济增长点 and 战略产业，成为带动国民经济发展的一个支柱。欧美国家的消费者平均用于保健品的花费占总支出的2%以上，而中国只占0.07%。近20年来，美国保健品销量增长率36倍，日本增长率32倍，欧共体各国每年以17%的速度增长。中国市场还大有潜力可挖。尽管中国保健产业方兴未艾，但是也存在的一些发展瓶颈和障碍，保健行业企业量大、规模小，产业集中度低，研发技术含量低，良莠不齐，自律意识不强，缺少社会责任感，致使违法添加违禁药品的现象以及夸大广告宣传的情况时有发生，加之目前的法律法规不健全，监管体系有待完善，都严重影响了产业的信誉度，妨碍了整体向前迈步。

2011-2015年，医药行业在中国具有巨大的发展前景，未来存在三大驱动因素：人口结构老龄化；医药消费升级；医疗卫生体制改革以及相关政策推动。未来几年在政策推动下，预期医疗保健行业仍可能保持高速增长。"新医改"启动后，国家预计在2009年到2011年累计投入8500亿元，逐步提高医疗保障水平，加强医疗设施建设等，将对医疗保健产业链上下游产生积极影响。此外，"十二五"规划高度重视战略性新兴产业发展，相关配套政策逐步推出，到2015年，战略性新兴产业增加值占国内生产总值的比重力争达到8%左右，医药行业众多创新领域有望获得政策扶持，迎来新的发展机会。此外，老龄化将是未来半个世纪甚至更长时间内我国经济与社会发展道路上的棘手难题，到本世纪20年代，65岁以上老年人口将达到2.42亿，占总人口的比重将从2000年的6.96%增长到近12%。老龄化将带来对医疗保健产业的持续需求。得益于医药消费的增长和医疗卫生体制改革的推动，2002-2009年，国内医疗保健行业销售收入年均增速超过20%，约为同期GDP年均增速的两倍，行业整体呈现持续高速增长态势。2001-2009年，中国医药市场规模从1,782亿元增长到5,706亿元，历年均保持两位数成长，呈现长期稳定增长趋势。2011年中国将成为全球第三大医药市场，2015年将取代日本成为仅

次于美国的全球第二，并且未来十年中国医药行业都将延续蓬勃发展态势。

本研究报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、国务院发展研究中心、中华人民共和国卫生部、联合国工业规划署、中国保健协会、中国医药保健品进出口商会、中国经济信息中心、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、中国产业研究报告网以及国内外相关报刊杂志等公布的基础信息和提供的大量资料，对国内保健品行业的市场发展状况、供给与需求状况、竞争格局、发展趋势、领先企业以及营销策略等方面进行了深入的分析。并分门别类地对中国保健品行业细分市场及消费者予以了重点分析，结合新时期的各方面因素，用数字说话，对中国保健品行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。本报告是保健品行业生产经营企业、保健品零售企业及相关研究单位极具参考价值专业性报告。

## 目录

## CONTENTS

### 第一部分 行业发展现状

#### 第一章 保健品行业发展概述

##### 第一节 保健品行业概述

###### 一、保健品的定义

###### 二、保健品的特性

##### 第二节 保健品的主要特点及分类

###### 一、保健品的特点

###### 二、保健品的分类

##### 第三节 保健品产业分析

###### 一、保健品产业特性

###### 二、保健品产业瓶颈周期

### 第二章 国外保健品行业发展分析

#### 第一节 国际保健品行业发展轨迹综述

##### 一、国际保健品行业发展历程

##### 二、国际保健品行业发展面临的问题

##### 三、国际保健品行业发展现状及趋势

##### 四、2010-2011年国际保健品行业发展情况

## 第二节 主要地区保健品行业发展的借鉴

- 一、2010-2011年美国保健品行业发展分析
- 二、2010-2011年欧洲保健品行业发展分析
- 三、2010-2011年亚洲保健品行业发展分析
- 四、2010-2011年印度保健品行业发展分析

## 第三章 我国保健品行业发展现状

### 第一节 全国保健品市场分析

- 一、2010年保健品市场规模分析
- 二、2011年保健品市场变化趋势

### 第二节 保健品市场需求分析

- 一、2010年保健品零售市场销量
- 二、2011年保健品市场需求预测

### 第三节 保健品行业总体规模分析

- 一、2010年保健品企业数量结构分析
- 二、2010年保健品行业生产规模分析

### 第四节 保健品市场价格分析

- 一、保健品市场价格影响因素
- 二、2010年保健品市场价格走势
- 三、2011年保健品市场价格走势

### 第五节 农村保健品市场分析

- 一、农村保健品市场分析
- 二、2010年农村医药保健品市场发展状况
- 三、2011-2015年农村保健品市场前景分析

## 第四章 保健品行业经济运行分析

### 第一节 2010-2011年保健品产量分析

- 一、2010年保健品产量分析
- 二、2011年1季度保健品产量分析

### 第二节 2010-2011年保健品行业主要经济指标分析

- 一、销售收入前十家企业分析
- 二、2010年保健品行业主要经济指标分析

### 三、2011年1季度保健品行业主要经济指标分析

#### 第三节 2010-2011年我国保健品行业绩效分析

##### 一、2010-2011年行业产销情况

##### 二、2010-2011年行业规模情况

##### 三、2010-2011年行业盈利能力

##### 四、2010-2011年行业经营发展能力

##### 五、2010-2011年行业偿债能力分析

### 第五章 保健品行业进出口分析

#### 第一节 2010年中国保健品市场对外贸易

##### 一、2010年保健品出口总量

##### 二、2010年保健品出口集中度

##### 三、2010年保健品出口企业份额

##### 四、2010年保健品出口价格情况

#### 第二节 2011年中国保健品市场对外贸易

##### 一、2011年1季度保健品出口总量

##### 二、2011年1季度保健品出口价格

##### 三、2011年1季度保健品出口集中度

##### 四、2011年1季度保健品出口企业

#### 第三节 我国保健品出口分析预测

##### 一、2011-2015年我国保健品出口总量预测

##### 二、2011-2015年我国保健品出口金额预测

##### 三、2011-2015年我国保健品出口价格预测

##### 四、2011-2015年我国保健品出口集中度预测

### 第六章 保健品消费市场分析

#### 第一节 保健品消费者分析

##### 一、现代达人保健观念

##### 二、保健品消费者消费行为分析

##### 三、保健品消费群体分析

##### 四、保健品中产阶级消费者分析

#### 第二节 保健品消费者市场分析

- 一、2010-2011年中老年保健品市场发展分析
- 二、2010-2011年女性保健品市场发展状况分析
- 三、2010-2011年儿童保健品市场发展状况分析
- 第三节 保健品细分市场分析
- 一、2010-2011年减肥类产品市场发展分析
- 二、2010-2011年补肾壮阳类保健品市场分析
- 三、2010-2011年我国女性补血养颜市场分析
- 四、2010-2011年我国维生素行业发展现状及趋势
- 五、2010-2011年补钙类产品市场现状及趋势分析

## 第二部分 行业竞争格局

### 第七章 保健品行业竞争格局分析

#### 第一节 保健品行业历史竞争格局概况

- 一、保健品行业集中度分析
- 二、保健品行业竞争程度分析

#### 第二节 中国保健品行业结构分析

- 一、行业的省份分布概况
- 二、行业销售集中度分析
- 三、行业利润集中度分析
- 四、行业规模集中度分析

#### 第三节 中国保健品产业竞争状况

- 一、我国保健品行业品类竞争现状
- 二、我国保健品企业的竞争力分析
- 三、中国保健品行业并购重组状况
- 四、我国保健品行业并购整合分析

#### 第四节 保健品行业竞争格局分析

- 一、2010年国内外保健品竞争分析
- 二、2010年我国保健品市场竞争分析
- 三、2010年我国保健品市场集中度分析
- 四、2011年国内主要保健品企业动向
- 五、2011年国内保健品拟在建项目分析

## 第八章 保健品企业竞争策略分析

### 第一节 保健品市场竞争策略分析

一、2011年保健品市场增长潜力分析

二、2011年保健品主要潜力品种分析

三、现有保健品产品竞争策略分析

四、潜力保健品品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

### 第二节 保健品企业竞争策略分析

一、金融危机对保健品行业竞争格局的影响

二、金融危机后保健品行业竞争格局的变化

三、2011-2015年我国保健品市场竞争趋势

四、2011-2015年保健品行业竞争格局展望

五、2011-2015年保健品行业竞争策略分析

六、2011-2015年保健品企业竞争策略分析

## 第九章 保健品重点企业竞争分析

### 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、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

### 第二节 江苏隆力奇生物科技股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

### 第三节 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、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

### 第四节 海王集团



一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

#### 第五节 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、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

#### 第六节 哈药集团有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

#### 第七节 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、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

#### 第八节 海南椰岛股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

#### 第九节 天狮集团有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

#### 第十节 中美天津史克制药有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

#### 第十一节 瑞年集团

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

#### 第十二节 中脉科技集团

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

### 第三部分 行业前景预测

#### 第十章 保健品行业发展趋势分析

##### 第一节 2011-2015年中国医药发展趋势分析

一、2010-2011年中国医药产业发展趋势总结

二、2011-2015年中国医药市场发展方向分析

三、2011-2015年中国医药行业发展趋势分析

四、2011-2015年中国医药行业竞争态势分析

##### 第二节 2010-2011年保健品行业发展趋势

一、保健品大众化趋势分析

二、我国保健食品市场发展趋势

三、未来医疗保健品行业发展趋向分析

四、中国传统保健品发展前景

##### 第三节 2011-2015年保健品产业发展趋势

一、保健品产业发展走向分析

二、保健品产业未来发展策略

三、我国保健品产业发展新趋势

##### 第四节 2011-2015年保健品产业发展趋势分析

一、2011-2015年保健品产业政策趋向

二、2011-2015年保健品技术革新趋势

三、2011-2015年保健品价格走势分析

四、2011-2015年国际环境对行业的影响

## 第十一章 未来保健品行业发展预测

### 第一节 2011-2015年国际保健品市场预测

一、2011-2015年全球保健品行业产能预测

二、2011-2015年全球保健品市场需求前景

三、2011-2015年全球保健品市场价格预测

### 第二节 2011-2015年国内保健品市场预测

一、2011-2015年国内保健品行业产能预测

二、2011-2015年国内保健品行业产量预测

三、2011-2015年国内保健品市场需求前景

四、2011-2015年国内保健品市场价格预测

五、2011-2015年国内保健品行业集中度预测

## 第四部分 投资战略研究

## 第十二章 保健品行业投资现状分析

### 第一节 2010年保健品行业投资情况分析

一、2010年总体投资及结构

二、2010年投资规模情况

三、2010年投资增速情况

四、2010年分行业投资分析

五、2010年分地区投资分析

六、2010年外商投资情况

### 第二节 2011年1季度保健品行业投资情况分析

一、2011年1季度总体投资及结构

二、2011年1季度投资规模情况

三、2011年1季度投资增速情况

四、2011年1季度分行业投资分析

五、2011年1季度分地区投资分析

六、2011年1季度外商投资情况

## 第十三章 保健品行业投资环境分析

### 第一节 保健品行业投资环境

一、2011-2015年政策环境分析预测

二、2011-2015年技术环境分析预测

三、2011-2015年市场环境分析预测

### 第二节 2011-2015年我国经济形势分析

一、2010年我国宏观经济运行情况分析

二、2011年我国宏观经济发展情况分析

三、2011-2015年我国宏观经济形势分析

### 第三节 中国医药卫生体制改革分析

一、医药卫生体制改革意义

二、医药卫生体制改革思想及目标

三、医药卫生体系与制度改革分析

四、医药卫生体系改革方向

五、医药卫生体制改革重点工作分析

六、医药卫生体制改革步骤分析

七、新医改8500亿的投向分析

### 第四节 中国药品进出口政策分析

一、2011年医药产品进出口关税调整情况

二、我国出口退税调整对保健品企业的影响

三、我国出口退税调整对保健品行业的影响

四、医药技术出口管制调整情况及其影响

五、2011年有关保健品行业的政策分析

## 第十四章 保健品行业投资机会与风险

### 第一节 保健品行业投资效益分析

一、2010-2011年保健品行业投资状况分析

二、2011-2015年保健品行业投资效益分析

三、2011-2015年保健品行业投资趋势预测

四、2011-2015年保健品行业的投资方向

五、2011-2015年保健品行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

## 第二节 影响保健品行业发展的主要因素

- 一、2011-2015年影响保健品行业运行的有利因素分析
- 二、2011-2015年影响保健品行业运行的稳定因素分析
- 三、2011-2015年影响保健品行业运行的不利因素分析
- 四、2011-2015年我国保健品行业发展面临的挑战分析
- 五、2011-2015年我国保健品行业发展面临的机遇分析

## 第三节 保健品行业投资风险及控制策略分析

- 一、2011-2015年保健品行业市场风险及控制策略
- 二、2011-2015年保健品行业政策风险及控制策略
- 三、2011-2015年保健品行业经营风险及控制策略
- 四、2011-2015年保健品行业技术风险及控制策略
- 五、2011-2015年保健品同业竞争风险及控制策略
- 六、2011-2015年保健品行业其他风险及控制策略

## 第十五章 保健品行业投资战略研究

### 第一节 保健品行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

### 第二节 对我国保健品品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、保健品实施品牌战略的意义
- 三、保健品企业品牌的现状分析
- 四、我国保健品企业的品牌战略
- 五、保健品品牌战略管理的策略

### 第三节 保健品企业发展策略分析

- 一、医药企业进军医药保健品市场策略
- 二、医药保健品企业经营模式

### 三、医药保健品企业细节控制策略

### 四、保健品传播策略分析

#### 第四节 医药保健品市场突围策略

##### 一、产品定位

##### 二、营销创新

##### 三、消费群体细分

##### 四、产品宣传

#### 第五节 保健品行业投资战略研究

##### 一、2011年医药行业投资战略

##### 二、2011年保健品行业投资战略

##### 三、2011-2015年保健品行业投资战略

##### 四、2011-2015年细分行业投资战略

#### 图表目录

图表：各年龄段减肥人群分布情况

图表：减肥消费者减肥原因情况

图表：肥胖人群对各种减肥方式的提及率

图表：影响减肥消费者购买的因素

图表：减肥人群对各种减肥产品减肥效果的评价

图表：2006-2011年减肥药品及保健品广告投入走势

图表：2006-2011年减肥药品及保健品广告区域变化

图表：2010年减肥药品及减肥保健品报刊广告投入前十品牌

图表：消费者补钙来源分布

图表：城市居民家庭购买率列前十位的补钙类保健品

图表：2010年1-4季度健康元药业集团股份有限公司主营构成

图表：2010年1-4季度健康元药业集团股份有限公司人员构成

图表：2009-2010年健康元药业集团股份有限公司投资收益分析

图表：2009-2010年健康元药业集团股份有限公司获利能力分析

图表：2009-2010年健康元药业集团股份有限公司经营能力分析

图表：2009-2010年健康元药业集团股份有限公司偿债能力分析

图表：2009-2010年健康元药业集团股份有限公司资本结构

图表：2009-2010年健康元药业集团股份有限公司发展能力分析

图表：2009-2010年健康元药业集团股份有限公司现金流量分析

图表：2009-2010年健康元药业集团股份有限公司主营业务收入

图表：2009-2010年健康元药业集团股份有限公司主营业务利润

图表：2009-2010年健康元药业集团股份有限公司营业利润

图表：2009-2010年健康元药业集团股份有限公司利润总额

图表：2009-2010年健康元药业集团股份有限公司净利润

图表：北京双鹭药业股份有限公司经营理念

图表：北京双鹭药业股份有限公司经营宗旨

图表：北京双鹭药业股份公司大输液生产能力分析

图表：2010年1-4季度北京双鹭药业股份有限公司主营构成

图表：2010年1-4季度北京双鹭药业股份有限公司人员构成

图表：2009-2010年北京双鹭药业股份有限公司投资收益分析

图表：2009-2010年北京双鹭药业股份有限公司获利能力分析

图表：2009-2010年北京双鹭药业股份有限公司经营能力分析

图表：2009-2010年北京双鹭药业股份有限公司偿债能力分析

图表：2009-2010年北京双鹭药业股份有限公司资本结构

图表：2009-2010年北京双鹭药业股份有限公司发展能力分析

图表：2009-2010年北京双鹭药业股份有限公司现金流量分析

图表：2009-2010年北京双鹭药业股份有限公司主营业务收入

图表：2009-2010年北京双鹭药业股份有限公司主营业务利润

图表：2009-2010年北京双鹭药业股份有限公司营业利润

图表：2009-2010年北京双鹭药业股份有限公司利润总额

图表：2009-2010年北京双鹭药业股份有限公司净利润

图表：2010年1-4季度海王生物工程股份有限公司主营构成

图表：2010年1-4季度海王生物工程股份有限公司人员构成

图表：2009-2010年海王生物工程股份有限公司投资收益分析

图表：2009-2010年海王生物工程股份有限公司获利能力分析

图表：2009-2010年海王生物工程股份有限公司经营能力分析

图表：2009-2010年海王生物工程股份有限公司偿债能力分析

图表：2009-2010年海王生物工程股份有限公司资本结构

图表：2009-2010年海王生物工程股份有限公司发展能力分析

图表：2009-2010年海王生物工程股份有限公司现金流量分析

图表：2009-2010年海王生物工程股份有限公司主营业务收入

图表：2009-2010年海王生物工程股份有限公司主营业务利润

图表：2009-2010年海王生物工程股份有限公司营业利润

图表：2009-2010年海王生物工程股份有限公司利润总额

图表：2009-2010年海王生物工程股份有限公司净利润

图表：2010年1-4季度山东东阿阿胶股份有限公司主营构成

图表：2010年1-4季度山东东阿阿胶股份有限公司人员构成

图表：2009-2010年山东东阿阿胶股份有限公司投资收益分析

图表：2009-2010年山东东阿阿胶股份有限公司获利能力分析

图表：2009-2010年山东东阿阿胶股份有限公司经营能力分析

图表：2009-2010年山东东阿阿胶股份有限公司偿债能力分析

图表：2009-2010年山东东阿阿胶股份有限公司资本结构

图表：2009-2010年山东东阿阿胶股份有限公司发展能力分析

图表：2009-2010年山东东阿阿胶股份有限公司现金流量分析

图表：2009-2010年山东东阿阿胶股份有限公司主营业务收入

图表：2009-2010年山东东阿阿胶股份有限公司主营业务利润

图表：2009-2010年山东东阿阿胶股份有限公司营业利润

图表：2009-2010年山东东阿阿胶股份有限公司利润总额

图表：2009-2010年山东东阿阿胶股份有限公司净利润

图表：2010年1-4季度哈药集团股份有限公司主营构成

图表：2010年1-4季度哈药集团股份有限公司人员构成

图表：2009-2010年哈药集团股份有限公司投资收益分析

图表：2009-2010年哈药集团股份有限公司获利能力分析

图表：2009-2010年哈药集团股份有限公司经营能力分析

图表：2009-2010年哈药集团股份有限公司偿债能力分析

图表：2009-2010年哈药集团股份有限公司资本结构

图表：2009-2010年哈药集团股份有限公司发展能力分析

图表：2009-2010年哈药集团股份有限公司现金流量分析

图表：2009-2010年哈药集团股份有限公司主营业务收入

图表：2009-2010年哈药集团股份有限公司主营业务利润

图表：2009-2010年哈药集团股份有限公司营业利润

图表：2009-2010年哈药集团股份有限公司利润总额



图表：2009-2010年哈药集团股份有限公司净利润

图表：2010年1-4季度上海交大昂立股份有限公司主营构成

图表：2010年1-4季度上海交大昂立股份有限公司人员构成

图表：2009-2010年上海交大昂立股份有限公司投资收益分析

图表：2009-2010年上海交大昂立股份有限公司获利能力分析

图表：2009-2010年上海交大昂立股份有限公司经营能力分析

图表：2009-2010年上海交大昂立股份有限公司偿债能力分析

图表：2009-2010年上海交大昂立股份有限公司资本结构

图表：2009-2010年上海交大昂立股份有限公司发展能力分析

图表：2009-2010年上海交大昂立股份有限公司现金流量分析

图表：2009-2010年上海交大昂立股份有限公司主营业务收入

图表：2009-2010年上海交大昂立股份有限公司主营业务利润

图表：2009-2010年上海交大昂立股份有限公司营业利润

图表：2009-2010年上海交大昂立股份有限公司利润总额

图表：2009-2010年上海交大昂立股份有限公司净利润

图表：2010年1-4季度海南椰岛股份有限公司主营构成

图表：2010年1-4季度海南椰岛股份有限公司人员构成

图表：2009-2010年海南椰岛股份有限公司投资收益分析

图表：2009-2010年海南椰岛股份有限公司获利能力分析

图表：2009-2010年海南椰岛股份有限公司经营能力分析

图表：2009-2010年海南椰岛股份有限公司偿债能力分析

图表：2009-2010年海南椰岛股份有限公司资本结构

图表：2009-2010年海南椰岛股份有限公司发展能力分析

图表：2009-2010年海南椰岛股份有限公司现金流量分析

图表：2009-2010年海南椰岛股份有限公司主营业务收入

图表：2009-2010年海南椰岛股份有限公司主营业务利润

图表：2009-2010年海南椰岛股份有限公司营业利润

图表：2009-2010年海南椰岛股份有限公司利润总额

图表：2009-2010年海南椰岛股份有限公司净利润

图表：2004-2010年国内生产总值及其增长速度

图表：2004-2010年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2004-2010年年末国家外汇储备

图表：2004-2010年税收收入及其增长速度

图表：2004-2010年粮食产量及其增长速度

图表：2004-2010年工业增加值及其增长速度

图表：2010年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2010年规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表：2004-2010年建筑业增加值及其增长速度

图表：2004-2010年固定资产投资及其增长速度

图表：2010年分行业城镇固定资产投资及其增长速度

图表：2010年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2010年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：2004-2010年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2010年货物进出口总额及其增长速度

图表：2010年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2010年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表：2010年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表：2004-2010年货物进出口总额及其增长速度

图表：2010年分行业外商直接投资及其增长速度

图表：2010年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表：2010年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表：2004-2010年年末电话用户数

图表：2010年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度

图表：2004-2010年城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度

图表：2004-2010年年末各类教育招生人数

图表：2010年人口数及其构成

图表：2004-2010年农村居民村收入及其增长速度

图表：2004-2010年城镇居民可支配收入及其增长速度

图表：2011年1-3月工业生产主要指标

图表：2010-2011年3月全国居民消费价格指数

图表：2010-2011年3月工业品出厂价格指数

图表：2010年1-12月主要行业累计亏损总额同比增长显著上升

图表：2010年1-12月主要行业累计从业人员同比增长回落

图表：2010年1-12月保健品行业主要经济指标全国合计

图表：2010年1-12月保健品行业主要经济指标北京市合计

图表：2010年1-12月保健品行业主要经济指标天津市合计

图表：2010年1-12月保健品行业主要经济指标河北省合计

图表：2010年1-12月保健品行业主要经济指标山西省合计

图表：2010年1-12月保健品行业主要经济指标内蒙古合计

图表：2010年1-12月保健品行业主要经济指标辽宁省合计

图表：2010年1-12月保健品行业主要经济指标吉林省合计

图表：2010年1-12月保健品行业主要经济指标黑龙江合计

图表：2010年1-12月保健品行业主要经济指标上海市合计

图表：2010年1-12月保健品行业主要经济指标江苏省合计

图表：2010年1-12月保健品行业主要经济指标浙江省合计

图表：2010年1-12月保健品行业主要经济指标安徽省合计

图表：2010年1-12月保健品行业主要经济指标福建省合计

图表：2010年1-12月保健品行业主要经济指标江西省合计

图表：2010年1-12月保健品行业主要经济指标山东省合计

图表：2010年1-12月保健品行业主要经济指标河南省合计

图表：2010年1-12月保健品行业主要经济指标湖北省合计

图表：2010年1-12月保健品行业主要经济指标湖南省合计

图表：2010年1-12月保健品行业主要经济指标广东省合计

图表：2010年1-12月保健品行业主要经济指标广西区合计

图表：2010年1-12月保健品行业主要经济指标海南省合计

图表：2010年1-12月保健品行业主要经济指标重庆市合计

图表：2010年1-12月保健品行业主要经济指标四川省合计

图表：2010年1-12月保健品行业主要经济指标云南省合计

图表：2010年1-12月保健品行业主要经济指标陕西省合计

图表：2010年1-12月保健品行业主要经济指标甘肃省合计

图表：2010年1-12月保健品行业主要经济指标青海省合计

图表：2010年1-12月保健品行业主要经济指标宁夏区合计

图表：2010年1-12月保健品行业主要经济指标新疆区合计

图表：2010年2月保健品行业收入前十家企业

图表：2010年5月保健品行业收入前十家企业

图表：2010年8月保健品行业收入前十家企业

图表：2010年11月保健品行业收入前十家企业

图表：2011-2015年中国经济预测

图表：2011年1-3月保健品行业主要经济指标全国合计

图表：2011年1-3月保健品行业主要经济指标北京市合计

图表：2011年1-3月保健品行业主要经济指标天津市合计

图表：2011年1-3月保健品行业主要经济指标河北省合计

图表：2011年1-3月保健品行业主要经济指标山西省合计

图表：2011年1-3月保健品行业主要经济指标内蒙古合计

图表：2011年1-3月保健品行业主要经济指标辽宁省合计

图表：2011年1-3月保健品行业主要经济指标吉林省合计

图表：2011年1-3月保健品行业主要经济指标黑龙江合计

图表：2011年1-3月保健品行业主要经济指标上海市合计

图表：2011年1-3月保健品行业主要经济指标江苏省合计

图表：2011年1-3月保健品行业主要经济指标浙江省合计

图表：2011年1-3月保健品行业主要经济指标安徽省合计

图表：2011年1-3月保健品行业主要经济指标福建省合计

图表：2011年1-3月保健品行业主要经济指标江西省合计

图表：2011年1-3月保健品行业主要经济指标山东省合计

图表：2011年1-3月保健品行业主要经济指标河南省合计

图表：2011年1-3月保健品行业主要经济指标湖北省合计

图表：2011年1-3月保健品行业主要经济指标湖南省合计

图表：2011年1-3月保健品行业主要经济指标广东省合计

图表：2011年1-3月保健品行业主要经济指标广西区合计

图表：2011年1-3月保健品行业主要经济指标海南省合计

图表：2011年1-3月保健品行业主要经济指标重庆市合计

图表：2011年1-3月保健品行业主要经济指标四川省合计

图表：2011年1-3月保健品行业主要经济指标云南省合计

图表：2011年1-3月保健品行业主要经济指标陕西省合计

图表：2011年1-3月保健品行业主要经济指标甘肃省合计

图表：2011年1-3月保健品行业主要经济指标青海省合计

图表：2011年1-3月保健品行业主要经济指标宁夏区合计

图表：2011年1-3月保健品行业主要经济指标新疆区合计

图表：2011年1月保健品行业收入前十家企业

图表：2011年2月保健品行业收入前十家企业

图表：2011年3月保健品行业收入前十家企业

图表：2010年1-12月保健品产品产量全国统计

图表：2010年1-12月保健品产品产量北京市统计

图表：2010年1-12月保健品产品产量天津市统计

图表：2010年1-12月保健品产品产量河北省统计

图表：2010年1-12月保健品产品产量内蒙古统计

图表：2010年1-12月保健品产品产量辽宁省统计

图表：2010年1-12月保健品产品产量吉林省统计

图表：2010年1-12月保健品产品产量黑龙江统计

图表：2010年1-12月保健品产品产量上海市统计

图表：2010年1-12月保健品产品产量江苏省统计

图表：2010年1-12月保健品产品产量浙江省统计

图表：2010年1-12月保健品产品产量安徽省统计

图表：2010年1-12月保健品产品产量福建省统计

图表：2010年1-12月保健品产品产量江西省统计

图表：2010年1-12月保健品产品产量山东省统计

图表：2010年1-12月保健品产品产量河南省统计

图表：2010年1-12月保健品产品产量湖北省统计

图表：2010年1-12月保健品产品产量湖南省统计

图表：2010年1-12月保健品产品产量广东省统计

图表：2010年1-12月保健品产品产量广西区统计

图表：2010年1-12月保健品产品产量海南省统计

图表：2010年1-12月保健品产品产量四川省统计

图表：2010年1-12月保健品产品产量云南省统计

图表：2010年1-12月保健品产品产量陕西省统计

图表：2010年1-12月保健品产品产量甘肃省统计

图表：2010年1-12月保健品产品产量青海省统计

图表：2010年1-12月保健品产品产量宁夏区统计

图表：2010年1-12月保健品产品产量新疆区统计

图表：2010年1-12月我国保健品产品进口数据

图表：2010年1-12月我国保健品产品出口数据

图表：2010年1月我国保健品产品进口数据

图表：2010年1月我国保健品产品出口数据

图表：2010年2月我国保健品产品进口数据

图表：2010年2月我国保健品产品出口数据

图表：2010年3月我国保健品产品进口数据

图表：2010年3月我国保健品产品出口数据

图表：2010年1季度我国保健品产品进口数据

图表：2010年1季度我国保健品产品出口数据

图表：2010年4月我国保健品产品进口数据

图表：2010年4月我国保健品产品出口数据

图表：2010年5月我国保健品产品进口数据

图表：2010年5月我国保健品产品出口数据

图表：2010年6月我国保健品产品进口数据

图表：2010年6月我国保健品产品出口数据

图表：2010年2季度我国保健品产品进口数据

图表：2010年2季度我国保健品产品出口数据

图表：2010年7月我国保健品产品进口数据

图表：2010年7月我国保健品产品出口数据

图表：2010年8月我国保健品产品进口数据

图表：2010年8月我国保健品产品出口数据

图表：2010年9月我国保健品产品进口数据

图表：2010年9月我国保健品产品出口数据

图表：2010年3季度我国保健品产品进口数据

图表：2010年3季度我国保健品产品出口数据

图表：2010年10月我国保健品产品进口数据

图表：2010年10月我国保健品产品出口数据

图表：2010年11月我国保健品产品进口数据

图表：2010年11月我国保健品产品出口数据

图表：2010年12月我国保健品产品进口数据

图表：2010年12月我国保健品产品出口数据

图表：2010年4季度我国保健品产品进口数据

图表：2010年4季度我国保健品产品出口数据

通过《2011-2015年保健品行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》，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、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/181914.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](http://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提供专业投资咨询报告、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。