



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2012-2016年保健品行业市场调 研与投资策略研究咨询报告

# 一、调研说明

《2012-2016年保健品行业市场调研与投资策略研究咨询报告》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/208902.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

保健品具有调节人体机能、增进健康的功能。随着人们生活水平的逐步提高，对自身的健康日益重视，对保健品的需求日益升温，为健康投资已经成为一种趋势。保健食品不能直接用于治疗疾病，它是人体机理调节剂、营养补充剂，药品是直接用于治疗疾病。近些年来，保健品行业已迅速发展成为一个独特的产业，保健品行业势必将成为我国经济新增长点和战略产业，我国保健品行业将进入高速发展阶段。随着经济的高速增长，国人的养生意识不断提升，保健品行业迎来黄金发展期。截至2011年年底，中国保健食品市场产值已达2000亿元以上，且仍以每年15%的速度增长。到2015年时，人均消费达到300元，市场总容量突破4500亿元。国内保健品市场每年在千亿元以上，我国保健品市场潜力巨大。2011年1-12月，中国保健品进出口额3.83亿美元，同比上升31.01%，其中出口额1.05亿美元，同比增长26.21%；进口额2.78亿美元，同比增长38.28%。保健食品中，营养素及维生素的服用率已达到了55.7%。已经逐渐形成了一些较具影响力的品牌，其中金施尔康及VC银翘片等产品保持着较高的市场占有率。而这些产品往往都是大众化的，有着较稳定的食用人群，市场需求量较大。2011年4月，国家食品药品监督管理局下发《关于加强保健食品生产经营日常监管的通知》，通知要求各地相关部门高度重视对保健食品生产经营企业的日常监管工作，明确监管职责，强化企业责任意识，监督企业完善管理制度，加强产品质量管理。

中国保健品行业兴起于20世纪80年代，发展至今，经历了几次大起大落。80年代末期到1995年初，是保健品行业的第一个高速发展时期。在这一阶段，由于保健品的高额利润和相对较低的政策壁垒和技术壁垒，涌现出了大大小小3000多家保健品生产企业。但仅仅建立在广告宣传和庞大的营销攻势基础上的保健品行业难以支持长久的发展，1995年到1998年保健品行业经历了一个低谷期，企业数量和销售额大面积萎缩。1996年以后国家相继出台了一系列有关保健品行业的制度规定。由于行业逐步规范和新一轮保健品消费热潮的兴起，1998年至今，保健品行业进入了一个前所未有的高速发展时期，无论企业数量还是年产值都达到了历史最高点，成为备受各界人士瞩目的热点行业。全球保健食品市场容量为2000亿美元，保健食品占整个食品销售的5%。目前美国有保健食品生产企业530家，每年共有1000多个品种投放市场，其销售额达750亿美元，占食品销售额的1/3。据位于美国圣地驱哥的Nutritional Business Journal ( NBJ ) 研究结果表明，由膳食补充剂、功能性食品饮料、天然有机食品、三大类构成的保健食品市场，其中前二者占据了整个份额的85%左右，而各个国家因国力、民俗等因素又有不同。受收入增加、产品渗透率提高、人口老龄化和消费者教育等因素影响，保健食品市场从低迷期复苏，未来将保持快速增长。从目前保健食品市场总体情况看，名牌保健食品的市场占有率在稳步上升。国内市场不到20%的品种占据了50%的市场

份额。这说明知名品牌在市场中的地位逐渐确立，是保健食品市场走向成熟的标志。另外，通过市场研究发现，随着年龄增长，各种慢性病随之上升，消费者对保健食品需求逐渐增强。具有减肥、美容、润肠通便，调节血脂、调节免疫等保健功能的产品成为市场主流。

本研究咨询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、中消协、国家海关总署、卫生部、工商总局、国家食品药品监督管理局、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、中国保健食品协会、中国医药保健品商会、中国保健协会、中国上市公司资讯、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息等公布和提供的大量资料，首先介绍保健食品的定义、分类等，然后分析保健食品行业的发展现状，接着分析保健食品的发展情况。随后阐述保健食品行业的竞争格局和分析重点企业经营状况，最后分析保健食品行业的发展前景与趋势，同时研究部对保健食品行业进行全面的投资分析。本报告是保健食品行业生产、经营、科研企业及相关研究单位极具参考价值的专业报告。

## 第一部分 保健食品行业运行现状

### 第一章 保健食品行业相关概述 1

#### 第一节 保健食品行业定义 1

##### 一、保健食品的定义 1

##### 二、保健食品的基本特征 1

##### 三、保健食品与一般食品的区别 2

##### 四、鉴别保健食品的方法 2

##### 五、保健食品与药品的区别 2

#### 第二节 保健食品分类介绍 3

#### 第三节 各类保健食品主要用途 5

### 第二章 中国保健食品行业运行环境分析 7

#### 第一节 2011-2012年中国经济环境分析 7

##### 一、国民经济运行情况 7

##### 二、消费价格指数CPI、PPI 9

##### 三、全国居民收入情况 13

##### 四、恩格尔系数 15

##### 五、工业发展形势 16

##### 六、固定资产投资情况 19

##### 七、中国汇率调整 20

##### 八、对外贸易&进出口 24

## 第二节 2011-2012年中国保健品行业政策环境分析 25

### 一、保健品行业标准 25

### 二、保健品行业相关政策 27

### 三、保健品政策 63

### 四、药品GMP与保健食品GMP区别 72

## 第三节 2011-2012年中国保健品行业社会环境分析 74

### 一、人口环境分析 74

### 二、教育环境分析 75

### 三、文化环境分析 76

### 四、生态环境分析 77

### 五、中国城镇化率 78

### 六、居民的各种消费观念和习惯 81

## 第四节 投融资发展环境 85

### 一、金融开放 85

### 二、金融财政政策 88

### 三、金融货币政策 96

### 四、外汇政策 108

### 五、银行信贷政策 116

### 六、股权融资与债券融资 118

## 第三章 全球保健品行业发展分析 127

### 第一节 全球保健品市场分析 127

#### 一、全球保健品市场分析 127

#### 二、全球保健品市场需求分析 128

### 第二节 全球部分地区保健品市场发展分析 128

#### 一、意大利保健品市场发展分析 128

#### 二、德国保健品市场发展分析 129

#### 三、英国保健品市场发展分析 129

#### 四、法国保健品市场发展分析 129

#### 五、亚太地区保健品市场发展分析 130

## 第四章 中国保健品行业发展现状分析 132

### 第一节 2011-2012年保健品行业发展现状 132

#### 一、保健品行业发展概况 132

二、保健品行业生产状况分析	133
第二节 2011-2012年保健品企业发展分析	134
一、保健品企业发展动态分析	134
二、保健品企业发展存在的问题	135
三、保健品企业战略发展分析	138
第三节 2011-2012年保健品行业经济运行分析	139
一、2011-2012年保健品行业产值分析	139
二、2011-2012年保健品行业效益分析	139
三、2011-2012年保健品行业进出口分析	140
第四节 2011-2012年保健品市场发展分析	140
一、2011年保健品市场分析	140
二、2011年保健品市场变化分析	143
三、2012-2016年保健品市场走势分析	145
第五节 保健品行业面临的挑战及发展建议	147
一、保健品行业发展面临的难题	147
二、：保健品行业发展建议	148
第五章 中国保健品消费市场分析	150
第一节 2011-2012年保健品消费者特征分析	150
一、人口结构分析	150
二、年龄结构分析	151
三、学历结构分析	151
四、职业结构分析	153
五、收入结构分析	159
第二节 2011-2012年保健品消费者对保健品选择的调查	161
一、消费者对保健品种类的选择率调查	161
二、消费者对保健品品牌选择的调查	163
三、消费者对保健品消费满意度调查	165
第三节 2011-2012年保健品行业影响消费者选购因素分析	166
一、价格因素	166
二、质量因素	168
三、品牌的影响	171
四、广告的影响程度	172

#### 第四节 2011-2012年保健品市场消费者费渠道分析 173

一、连锁药店、社区药店 173

二、普通商场、超市 174

三、批发市场 176

四、医院 177

五、其他渠道 177

#### 第六章 中国保健品行业市场营销战略分析 179

##### 第一节 保健品企业营销分析 179

一、保健品市场营销现状 179

二、保健品品牌成功因素分析 181

三、保健品企业营销战略研究 185

##### 第二节 保健品营销渠道分析 190

一、保健品销售渠道构成 190

二、保健品营销渠道策略分析 196

##### 第三节 保健品行业营销策略分析 197

一、服务营销 197

二、文化营销 198

三、教育营销 198

四、活动营销 198

五、直销模式 198

六、顾问营销模式 199

##### 第四节 保健品企业成功营销策略分析 200

一、连锁品牌营销策略分析 200

二、广告营销策略分析 202

三、体育（健康）营销策略分析 203

四、电子商务营销策略分析 207

五、主题营销策略分析 209

六、整体营销策略分析 210

#### 第二部分 保健品行业全景调研

#### 第七章 中国保健品行业数据监测 215

##### 第一节 2011-2012年保健品生产加工行业总体规模分析 215

一、2011-2012年保健品生产加工企业数量结构分析 215

二、2011-2012年保健品生产加工行业生产规模分析	215
第二节 2011-2012年保健品生产加工行业产销分析	216
第三节 2011-2012年保健品生产加工行业盈利能力分析	217
一、保健品生产加工行业销售利润率	217
二、保健品生产加工行业成本费用利润率	217
三、保健品生产加工行业亏损面	217
第四节 2011-2012年保健品生产加工行业偿债能力分析	218
一、保健品生产加工行业资产负债比率	218
二、保健品生产加工行业利息保障倍数	218
第五节 2011-2012年保健品生产加工行业营运能力分析	218
一、保健品生产加工行业应收帐款周转率	218
二、保健品生产加工行业总资产周转率	219
第六节 2011-2012年保健品生产加工行业发展能力分析	219
一、保健品生产加工行业总资产增长率	219
二、保健品生产加工行业利润总额增长率	219
三、保健品生产加工行业主营业务收入增长率	220
第七节 2011-2012年保健品市场发展分析	220
一、2011年保健品市场运行分析	220
二、2011年保健品市场发展分析	221
三、2012年保健品市场走势分析	223
第八章 中国保健品药品行业发展分析	225
第一节 2011-2012年保健品行业发展现状	225
一、保健品行业的发展史	225
二、保健品市场变化分析	227
三、保健品质量情况分析	229
四、保健品市场现状分析	232
第二节 2011-2012年保健品市场供需分析	233
一、保健品产值分析	233
二、保健品需求分析	233
三、影响保健品市场需求的因素	234
第九章 中国保健品行业发展分析	236
第一节 2011-2012年保健品市场发展分析	236



- 一、保健品发展分析 236
- 二、保健品市场发展有利因素分析 237
- 三、保健品市场消费特点分析 238
- 第二节 2011-2012年保健品出口状况分析 239
  - 一、保健品出口数量及金额分析 239
  - 二、保健品主要出口市场分析 239
- 第三节 2011-2012年保健品行业存在的问题及对策 239
  - 一、保健品产品问题分析 239
  - 二、保健品行业存在的问题 240
  - 三、：针对保健品的解难 241
  - 四、保健品行业品牌策略分析 243
  - 五、提高保健品市场竞争力策略分析 244
- 第三部分 保健品行业竞争格局
- 第十章 中国保健品行业竞争格局分析 249
  - 第一节 2011-2012年保健品行业竞争结构分析 249
    - 一、保健品种类品牌竞争 249
    - 二、保健品技术工艺创新竞争 249
    - 三、保健品销售渠道问题 250
  - 第二节 2011-2012年保健品区域市场格局分析 251
    - 一、国外公司搅动我国保健食品市场格局 251
    - 二、国内企业应积极应对挑战 252
- 第十一章 中国保健品市场竞争分析 256
  - 第一节 2011-2012年保健品行业集中度分析 256
    - 一、保健品市场集中度分析 256
    - 二、保健品区域集中度分析 256
    - 三、保健品企业集中度分析 256
  - 第二节 2011-2012年保健品市场竞争分析 257
    - 一、保健品市场竞争现状分析 257
    - 二、保健品企业竞争动态分析 258
    - 三、保健品行业竞争策略研究 259
- 第十二章 全球主要保健品品牌分析 262
  - 第一节 健安喜 262

- 一、企业基本情况 262
- 二、2010-2012年企业发展状况分析 262
- 三、2012-2016年企业战略及发展趋势分析 262
- 第二节 普瑞登 263
  - 一、企业基本情况 263
  - 二、2010-2012年企业发展状况分析 263
- 第三节 自然自造 264
- 第四节 Neocell 264
  - 一、企业基本情况 264
  - 二、产品介绍 264
- 第五节 纽曼斯 265
  - 一、企业基本情况 265
  - 二、2010-2012年企业发展状况分析 265
  - 三、2012-2016年企业战略及发展趋势分析 266
- 第六节 安利 266
  - 一、企业基本情况 266
  - 二、安利中国主要荣誉 268
  - 三、企业战略及发展分析 271
- 第七节 自然之宝 273
  - 一、企业基本情况 273
  - 二、获得的荣誉 274
  - 三、企业发展分析 274
- 第八节 RainbowLight 276
  - 一、企业基本情况 276
  - 二、产品介绍 276
- 第九节 Y.S.Organic 276
  - 一、企业基本情况 276
  - 二、产品介绍 277
- 第十节 欧普特蒙 277
  - 一、企业基本情况 277
  - 二、产品介绍 278
  - 三、欧普特蒙在中国 278

## 第十三章 我国主要保健品行业重点企业分析 279

### 第一节 湖南九芝堂股份有限公司 279

- 一、企业基本情况 279
- 二、2010-2012年企业发展状况分析 280
- 三、2011-2012年企业财务分析 280
- 四、2011-2012年企业经营情况 283
- 五、2012-2016年企业战略及发展趋势分析 284

### 第二节 深圳市海王生物工程股份有限公司 285

- 一、企业基本情况 285
- 二、2010-2012年企业发展状况分析 287
- 三、2011-2012年企业财务分析 287
- 四、2011-2012年企业经营情况 290
- 五、2012-2016年企业战略及发展趋势分析 291

### 第三节 山东东阿阿胶股份有限公司 292

- 一、企业基本情况 292
- 二、2010-2012年企业发展状况分析 293
- 三、2011-2012年企业财务分析 294
- 四、2011-2012年企业经营情况 297
- 五、2012-2016年企业战略及发展趋势分析 298

### 第四节 江西江中药业股份有限公司 298

- 一、企业基本情况 298
- 二、2010-2012年企业发展状况 299
- 三、2011-2012年企业财务分析 300
- 四、2011-2012年企业经营情况 303
- 五、2012-2016年企业战略及发展趋势分析 304

### 第五节 健康元药业集团股份有限公司 304

- 一、企业基本情况 304
- 二、2010-2012年企业发展状况分析 309
- 三、2011-2012年企业财务分析 309
- 四、2011-2012年企业经营情况 313
- 五、2012-2016年企业战略及发展趋势分析 314

### 第六节 上海交大昂立股份有限公司 314

- 一、企业基本情况 314
- 二、2010-2012年企业发展状况分析 316
- 三、2011-2012年企业财务分析 316
- 四、2011-2012年企业经营情况 319
- 第七节 汤臣倍健股份有限公司 320
  - 一、企业基本情况 320
  - 二、2010-2012年企业发展状况分析 322
  - 三、2011-2012年企业财务分析 324
  - 四、2011-2012年企业经营情况 327
  - 五、2012-2016年企业战略及发展趋势分析 328
- 第八节 保龄宝生物股份有限公司 329
  - 一、企业基本情况 329
  - 二、2010-2012年企业发展状况分析 329
  - 三、2011-2012年企业财务分析 330
  - 四、2011-2012年企业经营情况 333
  - 五、2012-2016年企业战略及发展趋势分析 334
- 第四部分 保健品行业发展趋势与投资
- 第十四章 中国保健品行业发展前景分析 337
  - 第一节 2012-2016年保健品市场发展前景分析 337
    - 一、2012-2016年保健品市场发展潜力分析 337
    - 二、2012-2016年保健品市场发展前景分析 337
  - 第二节 2012-2016年保健品产品市场发展前景分析 338
    - 一、中老年保健品市场前景 338
    - 二、女性补血产品市场空间大 339
    - 三、儿童保健品市场前景广阔 340
- 第十五章 中国保健品行业发展趋势分析 341
  - 第一节 对保健品市场发展预测 341
    - 一、2012-2016年保健品市场供给预测 341
    - 二、2012-2016年保健品市场销量预测 341
    - 三、2012-2016年保健品市场规模预测 341
  - 第二节 2012-2016年保健品市场发展趋势 341
    - 一、2012-2016年保健品行业发展趋势 341

二、2012-2016年保健品市场发展趋势	343
第十六章 保健品整体行业发展规划分析	346
第一节 2012-2016年保健品行业发展规划分析	346
一、保健品行业发展机会分析	346
二、保健品行业发展机遇分析	346
三、保健品行业发展规划分析	346
第二节 2012-2016年保健品行业投资分析	347
一、保健品市场投资现状	347
二、保健品市场投资机会分析	347
三、对保健品市场投资分析	349
第三节 2012-2016年保健品行业投资风险分析	350
一、2012-2016年保健品行业市场风险预测	350
二、2012-2016年保健品行业政策风险预测	350
三、2012-2016年保健品行业经营风险预测	352
四、2012-2016年保健品行业竞争风险预测	354
五、2012-2016年保健品行业其他风险预测	355
第四节 2012-2016年保健品行业投资战略分析	358
一、保健品市场投资策略分析	358
二、保健品细分市场投资策略分析	359
三、对保健品行业的投资建议	360
第十七章 中国保健品行业发展战略研究	362
第一节 市场策略分析	362
一、保健品价格策略分析	362
二、保健品渠道策略分析	362
第二节 销售策略分析	363
一、媒介选择策略分析	363
二、产品定位策略分析	364
三、企业宣传策略分析	364
第三节 对我国保健品品牌的战略思考	369
一、企业品牌的重要性分析	369
二、保健品实施品牌战略的意义	370
三、保健品企业品牌的现状分析	371

四、我国保健品企业的品牌战略的问题 373

五、保健品品牌战略管理的策略 374

第四节 保健品企业经营管理策略 375

一、成本控制策略 375

二、定价策略 375

三、竞争策略 381

四、并购重组策略 386

五、营销策略 387

六、人力资源 390

七、财务管理 392

图表目录

图表：2006-2011年国内生产总值及其增长速度 8

图表：2011年居民消费价格月度涨跌幅度 8

图表：2011年居民消费价格同比涨幅 9

图表：2006-2011年公共财政收入及其增长速度 9

图表：2011年居民消费价格月度涨跌幅度 10

图表：2011年居民消费价格同比涨幅 10

图表：2006-2011年农村居民人均收入及其增长速度 14

图表：2006-2011年城镇居民人均可支配收入及其实际增长速度 14

图表：2006-2011年全社会固定资产投资及其增长速度 20

图表：2006-2011年货物进出口总额 25

2011年我国商业银行平均贷款年利率图 118

图表：对辅食保健品市场的评价 141

图表：对辅食保健品市场的评价孩子年龄差异 142

图表：对辅食保健品市场的评价家庭收入差异 142

图表：对辅食保健品市场的评价城市规模差异 143

图表：受访者人群特征 162

图表：各地购买的首要考虑因素 164

图表：购买的首要考虑因素 164

图表：消费者对保健品满意度调查 165

图表：消费者对保健品不满意方面的调查 166

图表：2011年营养、保健食品制造行业企业单位数 215

图表：2011年营养、保健食品制造行业亏损企业单位数 215

图表：2011年营养、保健食品制造行业资产总计 215

图表：2011年营养、保健食品制造行业主营业务收入 216

图表：2011年营养、保健食品制造行业利润总额 216

图表：2011年营养、保健食品制造行业工业销售产值 216

图表：2011年营养、保健食品制造行业销售利润率 217

图表：2011年营养、保健食品制造行业成本费用利润率 217

图表：2011年营养、保健食品制造行业亏损面 217

图表：2011年营养、保健食品制造行业资产负债比率 218

图表：2011年营养、保健食品制造行业利息保障倍数 218

图表：2011年营养、保健食品制造行业应收账款周转率 218

图表：2011年营养、保健食品制造行业总资产周转率 219

图表：2011年营养、保健食品制造行业总资产增长率 219

图表：2011年营养、保健食品制造行业利润总额增长率 219

图表：2011年营养、保健食品制造行业主营业务收入增长率 220

图表：2010-2011年我国保健品市场规模 222

图表：2011-2012年湖南九芝堂股份有限公司基本每股收益与扣非每股收益 280

图表：2011-2012年湖南九芝堂股份有限公司每股净资产与每股公积金 281

图表：2011-2012年湖南九芝堂股份有限公司稀释每股收益 281

图表：2011-2012年湖南九芝堂股份有限公司每股未分配利润与每股经营现金流 281

图表：2011-2012年湖南九芝堂股份有限公司毛利润与扣非净利润 281

图表：2011-2012年湖南九芝堂股份有限公司货币资金与应收账款 281

图表：2011-2012年湖南九芝堂股份有限公司存货与流动资产合计 281

图表：2011-2012年湖南九芝堂股份有限公司累计折旧 282

图表：2011-2012年湖南九芝堂股份有限公司固定资产 282

图表：2011-2012年湖南九芝堂股份有限公司无形资产与资产总计 282

图表：2011-2012年湖南九芝堂股份有限公司应付账款与其他应收款 282

图表：2011-2012年湖南九芝堂股份有限公司存货跌价准备与流动负债合计 282

图表：2011-2012年湖南九芝堂股份有限公司长期负债合计与负债合计 282

图表：2011-2012年湖南九芝堂股份有限公司实收资本与资本公积金 283

图表：2011-2012年湖南九芝堂股份有限公司盈余公积金 283

图表：2011-2012年湖南九芝堂股份有限公司股东权益合计 283

图表：2011-2012年湖南九芝堂股份有限公司流动比率 283

图表：2011-2012年湖南九芝堂股份有限公司营业收入与营业成本 283

图表：2011-2012年湖南九芝堂股份有限公司营业利润 283

图表：2011-2012年湖南九芝堂股份有限公司销售费用与财务费用 284

图表：2011-2012年湖南九芝堂股份有限公司管理费用与投资收益 284

图表：2011-2012年湖南九芝堂股份有限公司利润总额与所得税 284

图表：2011-2012年湖南九芝堂股份有限公司毛利率与净利率 284

图表：2011-2012年深圳市海王生物工程股份有限公司基本每股收益与扣非每股收益 287

图表：2011-2012年深圳市海王生物工程股份有限公司每股净资产与每股公积金 287

图表：2011-2012年深圳市海王生物工程股份有限公司稀释每股收益 287

图表：2011-2012年深圳市海王生物工程股份有限公司每股未分配利润与每股经营现金流 288

图表：2011-2012年深圳市海王生物工程股份有限公司毛利润与扣非净利润 288

图表：2011-2012年深圳市海王生物工程股份有限公司货币资金与应收账款 288

图表：2011-2012年深圳市海王生物工程股份有限公司存货与流动资产合计 288

图表：2011-2012年深圳市海王生物工程股份有限公司长期股权投资与累计折旧 288

图表：2011-2012年深圳市海王生物工程股份有限公司固定资产 289

图表：2011-2012年深圳市海王生物工程股份有限公司无形资产与资产总计 289

图表：2011-2012年深圳市海王生物工程股份有限公司应付账款与其他应收款 289

图表：2011-2012年深圳市海王生物工程股份有限公司存货跌价准备与流动负债合计 289

图表：2011-2012年深圳市海王生物工程股份有限公司长期负债合计与负债合计 289

图表：2011-2012年深圳市海王生物工程股份有限公司实收资本与资本公积金 290

图表：2011-2012年深圳市海王生物工程股份有限公司盈余公积金 290

图表：2011-2012年深圳市海王生物工程股份有限公司股东权益合计 290

图表：2011-2012年深圳市海王生物工程股份有限公司流动比率 290

图表：2011-2012年深圳市海王生物工程股份有限公司营业收入与营业成本 290

图表：2011-2012年深圳市海王生物工程股份有限公司营业利润 290

图表：2011-2012年深圳市海王生物工程股份有限公司销售费用与财务费用 291

图表：2011-2012年深圳市海王生物工程股份有限公司管理费用与投资收益 291

图表：2011-2012年深圳市海王生物工程股份有限公司利润总额与所得税 291

图表：2011-2012年深圳市海王生物工程股份有限公司毛利率与净利率 291

图表：2011-2012年山东东阿阿胶股份有限公司基本每股收益与扣非每股收益 294

图表：2011-2012年山东东阿阿胶股份有限公司每股净资产与每股公积金 294



图表：2011-2012年山东东阿阿胶股份有限公司稀释每股收益 294

图表：2011-2012年山东东阿阿胶股份有限公司每股未分配利润与每股经营现金流 294

图表：2011-2012年山东东阿阿胶股份有限公司毛利润与扣非净利润 295

图表：2011-2012年山东东阿阿胶股份有限公司货币资金与应收账款 295

图表：2011-2012年山东东阿阿胶股份有限公司存货与流动资产合计 295

图表：2011-2012年山东东阿阿胶股份有限公司长期股权投资与累计折旧 295

图表：2011-2012年山东东阿阿胶股份有限公司固定资产 295

图表：2011-2012年山东东阿阿胶股份有限公司无形资产与资产总计 295

图表：2011-2012年山东东阿阿胶股份有限公司应付账款与其他应收款 296

图表：2011-2012年山东东阿阿胶股份有限公司存货跌价准备与流动负债合计 296

图表：2011-2012年山东东阿阿胶股份有限公司长期负债合计与负债合计 296

图表：2011-2012年山东东阿阿胶股份有限公司实收资本与资本公积金 296

图表：2011-2012年山东东阿阿胶股份有限公司盈余公积金 296

图表：2011-2012年山东东阿阿胶股份有限公司股东权益合计 297

图表：2011-2012年山东东阿阿胶股份有限公司流动比率 297

图表：2011-2012年山东东阿阿胶股份有限公司营业收入与营业成本 297

图表：2011-2012年山东东阿阿胶股份有限公司营业利润 297

图表：2011-2012年山东东阿阿胶股份有限公司销售费用与财务费用 297

图表：2011-2012年山东东阿阿胶股份有限公司管理费用与投资收益 297

图表：2011-2012年山东东阿阿胶股份有限公司利润总额与所得税 298

图表：2011-2012年山东东阿阿胶股份有限公司毛利率与净利率 298

图表：2011-2012年江西江中药业股份有限公司基本每股收益与每股净资产 300

图表：2011-2012年江西江中药业股份有限公司扣非每股收益 300

图表：2011-2012年江西江中药业股份有限公司每股未分配利润与每股公积金 300

图表：2011-2012年江西江中药业股份有限公司主营收入同比增长 300

图表：2011-2012年江西江中药业股份有限公司货币资金与应收账款 300

图表：2011-2012年江西江中药业股份有限公司存货与流动资产合计 301

图表：2011-2012年江西江中药业股份有限公司长期股权投资与累计折旧 301

图表：2011-2012年江西江中药业股份有限公司固定资产 301

图表：2011-2012年江西江中药业股份有限公司无形资产与资产总计 301

图表：2011-2012年江西江中药业股份有限公司应付账款与其他应收款 301

图表：2011-2012年江西江中药业股份有限公司存货跌价准备与流动负债合计 301

图表：2011-2012年江西江中药业股份有限公司长期负债合计与负债合计 302

图表：2011-2012年江西江中药业股份有限公司实收资本与资本公积金 302

图表：2011-2012年江西江中药业股份有限公司盈余公积 302

图表：2011-2012年江西江中药业股份有限公司股东权益合计 302

图表：2011-2012年江西江中药业股份有限公司流动比率 302

图表：2011-2012年江西江中药业股份有限公司营业收入与营业成本 303

图表：2011-2012年江西江中药业股份有限公司营业利润 303

图表：2011-2012年江西江中药业股份有限公司销售费用与财务费用 303

图表：2011-2012年江西江中药业股份有限公司管理费用与投资收益 303

图表：2011-2012年江西江中药业股份有限公司利润总额与所得税 303

图表：2011-2012年江西江中药业股份有限公司毛利率与净利率 303

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司基本每股收益与扣非每股收益 309

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司每股净资产与每股公积金 310

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司稀释每股收益 310

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司每股未分配利润与每股经营现金流 310

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司毛利润与扣非净利润 310

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司货币资金与应收账款 310

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司存货与流动资产合计 311

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司长期股权投资与累计折旧 311

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司固定资产 311

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司无形资产与资产总计 311

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司应付账款与其他应收款 311

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司存货跌价准备与流动负债合计 312

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司长期负债合计与负债合计 312

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司实收资本与资本公积金 312

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司盈余公积金 312

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司股东权益合计 312

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司流动比率 312

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司营业收入与营业成本 313

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司营业利润 313

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司销售费用与财务费用 313

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司管理费用与投资收益 313

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司利润总额与所得税 313

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司毛利率与净利率 314

图表：2011-2012年上海交大昂立股份有限公司基本每股收益与扣非每股收益 316

图表：2011-2012年上海交大昂立股份有限公司每股净资产与每股公积金 316

图表：2011-2012年上海交大昂立股份有限公司稀释每股收益 316

图表：2011-2012年上海交大昂立股份有限公司每股未分配利润与每股经营现金流 317

图表：2011-2012年上海交大昂立股份有限公司毛利润与扣非净利润 317

图表：2011-2012年上海交大昂立股份有限公司货币资金与应收账款 317

图表：2011-2012年上海交大昂立股份有限公司存货与流动资产合计 317

图表：2011-2012年上海交大昂立股份有限公司长期股权投资与累计折旧 317

图表：2011-2012年上海交大昂立股份有限公司固定资产 317

图表：2011-2012年上海交大昂立股份有限公司无形资产与资产总计 318

图表：2011-2012年上海交大昂立股份有限公司应付账款与其他应收款 318

图表：2011-2012年上海交大昂立股份有限公司存货跌价准备与流动负债合计 318

图表：2011-2012年上海交大昂立股份有限公司长期负债合计与负债合计 318

图表：2011-2012年上海交大昂立股份有限公司实收资本与资本公积金 318

图表：2011-2012年上海交大昂立股份有限公司盈余公积金 319

图表：2011-2012年上海交大昂立股份有限公司股东权益合计 319

图表：2011-2012年上海交大昂立股份有限公司流动比率 319

图表：2011-2012年上海交大昂立股份有限公司营业收入与营业成本 319

图表：2011-2012年上海交大昂立股份有限公司营业利润 319

图表：2011-2012年上海交大昂立股份有限公司销售费用与财务费用 319

图表：2011-2012年上海交大昂立股份有限公司管理费用与投资收益 320

图表：2011-2012年上海交大昂立股份有限公司利润总额与所得税 320

图表：2011-2012年上海交大昂立股份有限公司毛利率与净利率 320

图表：2011-2012年汤臣倍健股份有限公司基本每股收益与扣非每股收益 324

图表：2011-2012年汤臣倍健股份有限公司每股净资产与每股公积金 324

图表：2011-2012年汤臣倍健股份有限公司稀释每股收益 324

图表：2011-2012年汤臣倍健股份有限公司每股未分配利润与每股经营现金流 324

图表：2011-2012年汤臣倍健股份有限公司毛利润与扣非净利润 324

图表：2011-2012年汤臣倍健股份有限公司货币资金与应收账款 325

图表：2011-2012年汤臣倍健股份有限公司存货与流动资产合计 325

图表：2011-2012年汤臣倍健股份有限公司累计折旧 325

图表：2011-2012年汤臣倍健股份有限公司固定资产 325

图表：2011-2012年汤臣倍健股份有限公司无形资产与资产总计 325

图表：2011-2012年汤臣倍健股份有限公司应付账款与其他应收款 325

图表：2011-2012年汤臣倍健股份有限公司流动负债合计 326

图表：2011-2012年汤臣倍健股份有限公司长期负债合计与负债合计 326

图表：2011-2012年汤臣倍健股份有限公司实收资本与资本公积金 326

图表：2011-2012年汤臣倍健股份有限公司盈余公积金 326

图表：2011-2012年汤臣倍健股份有限公司股东权益合计 326

图表：2011-2012年汤臣倍健股份有限公司流动比率 326

图表：2011-2012年汤臣倍健股份有限公司营业收入与营业成本 327

图表：2011-2012年汤臣倍健股份有限公司营业利润 327

图表：2011-2012年汤臣倍健股份有限公司销售费用与财务费用 327

图表：2011-2012年汤臣倍健股份有限公司管理费用 327

图表：2011-2012年汤臣倍健股份有限公司利润总额与所得税 327

图表：2011-2012年汤臣倍健股份有限公司毛利率与净利率 327

图表：2011-2012年保龄宝生物股份有限公司基本每股收益与扣非每股收益 330

图表：2011-2012年保龄宝生物股份有限公司每股净资产与每股公积金 330

图表：2011-2012年保龄宝生物股份有限公司稀释每股收益 331

图表：2011-2012年保龄宝生物股份有限公司每股未分配利润与每股经营现金流 331

图表：2011-2012年保龄宝生物股份有限公司毛利润与扣非净利润 331

图表：2011-2012年保龄宝生物股份有限公司货币资金与应收账款 331

图表：2011-2012年保龄宝生物股份有限公司存货与流动资产合计 331

图表：2011-2012年保龄宝生物股份有限公司长期股权投资与累计折旧 331

图表：2011-2012年保龄宝生物股份有限公司固定资产 332

图表：2011-2012年保龄宝生物股份有限公司无形资产与资产总计 332

图表：2011-2012年保龄宝生物股份有限公司应付账款与其他应收款 332

图表：2011-2012年保龄宝生物股份有限公司存货跌价准备与流动负债合计 332

图表：2011-2012年保龄宝生物股份有限公司长期负债合计与负债合计 332

图表：2011-2012年保龄宝生物股份有限公司实收资本与资本公积金 332

图表：2011-2012年保龄宝生物股份有限公司盈余公积金 333

图表：2011-2012年保龄宝生物股份有限公司股东权益合计 333

图表：2011-2012年保龄宝生物股份有限公司流动比率 333  
图表：2011-2012年保龄宝生物股份有限公司营业收入与营业成本 333  
图表：2011-2012年保龄宝生物股份有限公司营业利润 333  
图表：2011-2012年保龄宝生物股份有限公司销售费用与财务费用 333  
图表：2011-2012年保龄宝生物股份有限公司管理费用与投资收益 334  
图表：2011-2012年保龄宝生物股份有限公司利润总额与所得税 334  
图表：2011-2012年保龄宝生物股份有限公司毛利率与净利率 334  
略.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/208902.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专业提供投资咨询报告、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。