



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2012-2016年保健品市场调查与 未来前景预测研究报告

## 一、调研说明

《2012-2016年保健品市场调查与未来前景预测研究报告》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/213937.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

中国保健食品产业尽管10年前规模很小，经过多年快速发展，已经逐渐壮大。虽然仍面临诸多挑战，但是，中国保健食品产业的发展前景是光明的。在市场需求、技术进步和管理更新的推动下，中国保健品产业发展空间巨大。未来发展将呈现消费者群体多元化、保健品销售模式专营化、宣传模式推陈出新以及保健品成日常消费四大趋势。

艾凯咨询集团发布的《2012-2016年保健品市场调查与未来前景预测研究报告》共十五章。首先介绍了保健品行业相关概述、中国保健品行业运行环境等，接着分析了中国保健品行业发展的现状，然后介绍了中国保健品行业竞争。随后，报告对中国保健品做了重点企业经营状况分析，最后分析了保健品行业发展趋势与投资。您若想对保健品产业有个系统的了解或者想投资保健品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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家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。

### 目录

#### 第一部分 保健品行业运行现状 1

##### 第一章 保健品行业相关概述 1

###### 第一节 保健品行业定义 1

###### 一、保健品的定义 1

###### 二、保健品的基本特征 1

###### 三、保健品与一般食品的区别 2

###### 四、鉴别保健品的方法 3

###### 五、保健品与药品的区别 3

###### 第二节 保健品分类介绍 4

###### 第三节 各类保健品主要用途 5

##### 第二章 中国保健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 7

三、全国居民收入情况 10

四、恩格尔系数 11

五、工业发展形势 13

六、固定资产投资情况 14

七、中国汇率调整 15

八、对外贸易&进出口 16

第二节 2011-2012年中国保健品行业政策环境分析 17

一、保健品行业标准 17

二、保健品行业相关政策 18

1、《保健食品管理办法》 18

2、《保健食品通用卫生要求》 22

3、《关于加强保健食品广告监督管理的通知》 24

4、《卫生部关于发布生产组合式保健食品规定的通知》 25

5、《卫生部关于保健食品管理中若干问题的通知》 26

6、《保健食品标识规定》 31

7、《卫生部关于开展保健食品功能学检验机构认定的通知》 32

三、保健品政策 35

1、国家食品药品监督管理局关于更改核酸类保健食品不适宜人群的通知 35

2、国家食品药品监督管理局关于发布保健食品命名规定（试行）的通告 36

3、国家食品药品监督管理局关于进一步加强保健食品注册现场核查及试验检验工作有关问题的通知 37

4、保健食品注册管理办法（试行） 41

5、保健食品良好生产规范 63

四、药品GMP与保健食品GMP区别 75

第三节 2011-2012年中国保健品行业社会环境分析 75

一、人口环境分析 75

二、教育环境分析 76

三、文化环境分析 76

四、生态环境分析 78

五、中国城镇化率 80

## 六、居民的各种消费观念和习惯 81

### 第四节 投融资发展环境 84

#### 一、金融开放 84

#### 二、金融财政政策 91

#### 三、金融货币政策 93

#### 四、外汇政策 97

#### 五、银行信贷政策 107

#### 六、股权融资与债券融资 109

## 第三章 全球保健品行业发展分析 123

### 第一节 全球保健品市场分析 123

#### 一、全球保健品市场分析 123

#### 二、全球保健品市场需求分析 123

### 第二节 全球部分地区保健品市场发展分析 124

#### 一、意大利保健品市场发展分析 124

#### 二、德国保健品市场发展分析 124

#### 三、英国保健品市场发展分析 125

#### 四、法国保健品市场发展分析 125

#### 五、亚太地区保健品市场发展分析 125

### 第三节 全球主要保健品品牌介绍 126

#### 一、健安喜 126

#### 二、普瑞登 126

#### 三、NEOCELL 127

#### 四、纽曼斯 127

#### 五、安利 128

#### 六、自然之宝 129

#### 七、欧普特蒙 129

## 第四章 中国保健品行业发展现状分析 131

### 第一节 2011-2012年保健品行业发展现状 131

#### 一、保健品行业发展概况 131

#### 二、保健品行业生产状况分析 132

## 第二节 2011-2012年保健品企业发展分析 133

### 一、保健品企业发展动态分析 133

### 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 140

### 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 144

## 第五节 保健品行业面临的挑战及发展建议 146

### 一、保健品行业发展面临的难题 146

### 二、保健品行业发展建议 147

## 第五章 中国保健品消费市场分析 151

### 第一节 2011-2012年保健品消费者特征分析 151

#### 一、人口结构分析 151

#### 二、年龄结构分析 151

#### 三、学历结构分析 152

#### 四、职业结构分析 152

#### 五、收入结构分析 153

### 第二节 2011-2012年保健品消费者对保健品选择的调查 153

#### 一、消费者对保健品种类的选择率调查 153

#### 二、消费者对保健品品牌选择的调查 154

#### 三、消费者对保健品消费满意度调查 154

### 第三节 2011-2012年保健品行业影响消费者选购因素分析 155

#### 一、价格因素 155

#### 二、质量因素 156

#### 三、品牌的影响 157

#### 四、广告的影响程度 157

#### 第四节 2011-2012年保健品市场消费者费渠道分析 158

一、连锁药店、社区药店 158

二、普通商场、超市 158

三、批发市场 159

四、医院 159

五、其他渠道 160

### 第六章 中国保健品行业市场营销战略分析 162

#### 第一节 保健品企业营销分析 162

一、保健品市场营销现状 162

二、保健品品牌成功因素分析 163

三、保健品企业营销战略研究 164

#### 第二节 保健品营销渠道分析 171

一、保健品销售渠道构成 171

二、保健品营销渠道策略分析 172

#### 第三节 保健品行业营销策略分析 174

一、服务营销 174

二、文化营销 175

三、教育营销 175

四、活动营销 175

五、直销模式 175

六、顾问营销模式 176

#### 第四节 保健品企业成功营销策略分析 177

一、连锁品牌营销策略分析 177

二、广告营销策略分析 178

三、体育（健康）营销策略分析 178

四、电子商务营销策略分析 180

五、主题营销策略分析 183

六、整体营销策略分析 184

#### 第二部分 保健品行业全景调研 185

### 第七章 中国保健品行业发展分析 185

## 第一节 2011年保健品生产加工行业总体规模分析 185

### 一、2011年保健品生产加工企业数量结构分析 185

### 二、2011年保健品生产加工行业生产规模分析 186

## 第二节 2011年保健品生产加工行业产销分析 186

## 第三节 2011年保健品生产加工行业盈利能力分析 186

### 一、保健品生产加工行业销售利润率 186

### 二、保健品生产加工行业成本费用利润率 187

### 三、保健品生产加工行业亏损面 187

## 第四节 2011年保健品生产加工行业偿债能力分析 187

### 一、保健品生产加工行业资产负债比率 187

### 二、保健品生产加工行业利息保障倍数 188

## 第五节 2011年保健品生产加工行业营运能力分析 188

### 一、保健品生产加工行业应收帐款周转率 188

### 二、保健品生产加工行业总资产周转率 188

## 第六节 2011年保健品生产加工行业发展能力分析 188

### 一、保健品生产加工行业总资产增长率 188

### 二、保健品生产加工行业利润总额增长率 189

### 三、保健品生产加工行业主营业务收入增长率 189

## 第七节 2011-2012年保健品市场发展分析 189

### 一、2011年保健品市场运行分析 189

### 二、2011年保健品市场发展分析 190

### 三、2012年保健品市场走势分析 192

## 第八章 中国保健品品行业发展分析 194

## 第一节 2011-2012年保健品行业发展现状 194

### 一、保健品行业的发展史 194

### 二、保健品市场变化分析 208

### 三、保健品质量情况分析 210

### 四、保健品市场现状分析 213

## 第二节 2011-2012年保健品市场供需分析 215

### 一、保健品产值分析 215

### 二、保健品需求分析 215



### 三、影响保健品市场需求的因素 217

## 第九章 中国保健品行业发展分析 219

### 第一节 2011-2012年保健品市场发展分析 219

#### 一、保健品发展分析 219

#### 二、保健品市场发展有利因素分析 221

#### 三、保健品市场消费特点分析 221

### 第二节 2011-2012年保健品出口状况分析 222

#### 一、保健品出口数量及金额分析 222

#### 二、保健品主要出口市场分析 223

### 第三节 2011-2012年保健品行业存在的问题及对策 223

#### 一、保健品产品问题分析 223

#### 二、保健品行业存在的问题 224

#### 三、针对保健品的解难 225

#### 四、保健品行业品牌策略分析 227

#### 五、提高保健品市场竞争力策略分析 229

## 第三部分 保健品行业竞争格局 232

## 第十章 中国保健品行业竞争格局分析 232

### 第一节 2011-2012年保健品行业竞争结构分析 232

#### 一、保健品种类品牌竞争 232

#### 二、保健品技术创新竞争 236

#### 三、保健品销售渠道问题 240

### 第二节 2011-2012年保健品区域市场格局分析 244

#### 一、国外公司搅动我国保健品市场格局 244

#### 二、国内企业应积极应对挑战 245

## 第十一章 中国保健品市场竞争分析 246

### 第一节 2011-2012年保健品行业集中度分析 246

#### 一、保健品市场集中度分析 246

#### 二、保健品区域集中度分析 246

#### 三、保健品企业集中度分析 246

## 第二节 2011-2012年保健品市场竞争分析 247

### 一、保健品市场竞争现状分析 247

### 二、保健品企业竞争动态分析 248

### 三、保健品行业竞争策略研究 249

## 第十二章 我国主要保健品行业重点企业分析 253

### 第一节 湖南九芝堂股份有限公司 253

#### 一、企业基本情况 253

#### 二、2010-2012年企业发展状况分析 253

#### 三、2010-2012年企业财务分析 254

#### 四、2010-2012年企业经营情况 255

#### 五、2012-2016年企业战略及发展趋势分析 257

### 第二节 深圳市海王生物工程股份有限公司 258

#### 一、企业基本情况 258

#### 二、2010-2012年企业发展状况分析 258

#### 三、2010-2012年企业财务分析 258

#### 四、2010-2012年企业经营情况 260

#### 五、2012-2016年企业战略及发展趋势分析 262

### 第三节 山东东阿阿胶股份有限公司 264

#### 一、企业基本情况 264

#### 二、2010-2012年企业发展状况分析 265

#### 三、2010-2012年企业财务分析 265

#### 四、2010-2012年企业经营情况 266

#### 五、2012-2016年企业战略及发展趋势分析 269

### 第四节 江西江中药业股份有限公司 269

#### 一、企业基本情况 269

#### 二、2010-2012年企业发展状况 270

#### 三、2010-2012年企业财务分析 270

#### 四、2010-2012年企业经营情况 271

#### 五、2012-2016年企业战略及发展趋势分析 273

### 第五节 健康元药业集团股份有限公司 274

#### 一、企业基本情况 274

- 二、2010-2012年企业发展状况分析 275
- 三、2010-2012年企业财务分析 275
- 四、2010-2012年企业经营情况 277
- 五、2012-2016年企业战略及发展趋势分析 279

#### 第六节 上海交大昂立股份有限公司 279

- 一、企业基本情况 279
- 二、2010-2012年企业发展状况分析 279
- 三、2010-2012年企业财务分析 280
- 四、2010-2012年企业经营情况 281

#### 第七节 汤臣倍健股份有限公司 283

- 一、企业基本情况 283
- 二、2010-2012年企业发展状况分析 293
- 三、2010-2012年企业财务分析 293
- 四、2010-2012年企业经营情况 295
- 五、2012-2016年企业战略及发展趋势分析 297

#### 第八节 保龄宝生物股份有限公司 297

- 一、企业基本情况 297
- 二、2010-2012年企业发展状况分析 297
- 三、2010-2012年企业财务分析 298
- 四、2010-2012年企业经营情况 299
- 五、2012-2016年企业战略及发展趋势分析 301

#### 第四部分 保健品行业发展趋势与投资 302

### 第十三章 中国保健品行业发展前景分析 302

#### 第一节 2012-2016年保健品市场发展前景分析 302

- 一、2012-2016年保健品市场发展潜力分析 302
- 二、2012-2016年保健品市场发展前景分析 302

#### 第二节 2012-2016年保健品产品市场发展前景分析 303

- 一、中老年保健品市场前景 303
- 二、女性补血产品市场空间大 304
- 三、儿童保健品市场前景广阔 304

第十四章 保健品整体行业发展规划分析	306
第一节 2012-2016年保健品行业发展规划分析	306
一、保健品行业发展机会分析	306
二、保健品行业发展机遇分析	307
三、保健品行业发展规划分析	308
第二节 2012-2016年保健品行业投资分析	309
一、保健品市场投资现状	309
二、保健品市场投资机会分析	310
三、对保健品市场投资分析	310
第三节 2012-2016年保健品行业投资风险分析	311
一、2012-2016年保健品行业市场风险预测	311
二、2012-2016年保健品行业政策风险预测	311
三、2012-2016年保健品行业经营风险预测	312
四、2012-2016年保健品行业竞争风险预测	313
五、2012-2016年保健品行业其他风险预测	313
第四节 2012-2016年保健品行业投资战略分析	314
一、保健品市场投资策略分析	314
二、保健品细分市场投资策略分析	316
三、对保健品行业的投资建议	317

## 第十五章 中国保健品行业发展战略研究 318

第一节 市场策略分析	318
一、保健品价格策略分析	318
二、保健品渠道策略分析	325
第二节 销售策略分析	325
一、媒介选择策略分析	325
二、产品定位策略分析	331
三、企业宣传策略分析	334
第三节 对我国保健品品牌的战略思考	336
一、企业品牌的重要性分析	336
二、保健品实施品牌战略的意义	337
三、保健品企业品牌的现状分析	337

四、我国保健品企业的品牌战略的问题 337

五、保健品品牌战略管理的策略 338

第四节 保健品企业经营管理策略 342

一、成本控制策略 342

二、定价策略 342

三、竞争策略 343

四、并购重组策略 344

五、营销策略 346

六、人力资源 347

七、财务管理 348

通过《2012-2016年保健品市场调查与未来前景预测研究报告》，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。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/213937.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。