



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2013-2017年中国保健品市场动态评估及战略咨询报告

# 一、调研说明

《2013-2017年中国保健品市场动态评估及战略咨询报告》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/222309.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。

据中国产业研究报告网统计，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。

艾凯咨询集团发布的《2013-2017年中国保健品市场动态评估及战略咨询报告》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。

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。

### 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

通过《2013-2017年中国保健品市场动态评估及战略咨询报告》，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/222309.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。