



艾凯咨询
ICAN Consulting

2013-2018年中国保健食品滋补 品市场深度分析与投资前景预测 报告

一、调研说明

《2013-2018年中国保健食品滋补品市场深度分析与投资前景预测报告》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/242939.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

【报告目录】

第一章 保健食品滋补品行业发展概述 12

第一节 行业界定 12

一、行业经济特性 12

二、主要细分行业 12

三、产业链结构分析 13

第二节 保健食品滋补品行业发展成熟度 15

一、行业发展周期分析 15

二、行业及其主要子行业成熟度分析 16

第三节 保健食品滋补品市场特征分析 17

一、市场规模 17

二、产业关联度 17

三、影响需求的关键因素 17

四、国内和国际市场 19

五、主要竞争因素 20

第二章 保健食品滋补品经济环境及产业发展环境分析 22

第一节 中国宏观经济历史运行情况 22

一、GDP历史变动轨迹 22

二、固定资产投资历史变动轨迹 22

三、进出口贸易历史变动轨迹 25

第二节 2013-2018年中国宏观经济发展环境展望 25

第三节 金融危机对保健食品滋补品行业的影响 28

第四节 发展环境分析 28

一、政策环境 28

二、社会环境 30

三、技术环境 30

第三章 保健食品滋补品行业供求状况分析 31

- 第一节 整体生产能力 31
- 第二节 产值分布特征及变化 31
- 第三节 产品供给分析 32
- 第四节 当前市场容量及增长速度 32
- 第五节 2013年保健食品滋补品业整体销售能力 33
 - 一、工业销售产值 33
 - 二、销售收入 33
 - 三、利润率 34
 - 四、产销率 34
- 第六节 2013-2018年保健食品滋补品产品需求预测 34

第四章 保健食品滋补品产业经济运行分析 35

- 第一节 营运能力分析 35
- 第二节 偿债能力分析 35
- 第三节 2009-2013年盈利能力分析 36
 - 一、资产利润率 36
 - 二、销售利润率 36
- 第四节 2009-2013年发展能力分析 37
 - 一、资产年均增长率 37
 - 二、利润增长率 37

第五章 2013年中国保健食品滋补品行业市场运行分析 37

- 第一节 2013年中国保健食品滋补品行业基本概况 37
 - 一、保健食品滋补品市场分析 37
 - 二、保健食品滋补品进出口数量和金额 38
 - 三、我国保健食品滋补品出口面临的挑战 39
 - 四、保健食品滋补品大型高端产品发展情况 39
- 第二节 2013年影响保健食品滋补品行业发展的因素 40
 - 一、经济危机 40
 - 二、反倾销税限制 40
 - 三、成本的上涨 40
 - 四、人民币升值 41

第三节 2013年中国保健食品滋补品行业供需情况 41

- 一、 保健食品滋补品企业的发展机遇 41
- 二、 大型保健食品滋补品等产品自主研发情况 41
- 三、 保健食品滋补品企业产业优化与战略调整情况 42
- 四、 2013-2018年保健食品滋补品行业发展预测 44

第六章 保健食品滋补品销售市场分析 45

- 第一节 保健食品滋补品国内营销模式分析 45
- 第二节 行业价格竞争方式分析 46
- 第三节 保健食品滋补品国内销售渠道分析 48
- 第四节 保健食品滋补品行业国际化营销模式分析 48
- 第五节 保健食品滋补品重点销售区域分析 50
- 第六节 保健食品滋补品内部与外部流通量分析 51

第七章 保健食品滋补品市场价格及价格走势分析 52

- 第一节 保健食品滋补品年度价格变化分析 52
- 第二节 保健食品滋补品月度价格变化分析 52
- 第三节 保健食品滋补品各厂家价格分析 53
- 第四节 保健食品滋补品市场价格驱动因素分析 55
- 第五节 2013-2018年我国保健食品滋补品市场价格预测 56

第八章 国内保健食品滋补品行业重点企业分析 57

第一节 健康元药业集团股份有限公司 57

- 一、 企业简介 57
- 二、 产品介绍 57
- 三、 经营情况 57
- 四、 未来发展趋势 57
- 五、 企业优劣势分析 58
- 六、 企业投资情况调查 58
- 七、 企业产品特征现状及趋势分析 58
- 八、 企业最新动态研究 59
- 九、 企业战略发展分析 59

第二节 广东汤臣倍健生物科技股份有限公司 60

- 一、 企业简介 60
- 二、 产品介绍 60
- 三、 经营情况 61
- 四、 未来发展趋势 61
- 五、 企业优劣势分析 62
- 六、 企业投资情况调查 62
- 七、 企业产品特征现状及趋势分析 62
- 八、 企业最新动态研究 65
- 九、 企业战略发展分析 66

第三节 山东东阿阿胶股份有限公司 67

- 一、 企业简介 67
- 二、 产品介绍 67
- 三、 经营情况 67
- 四、 未来发展趋势 68
- 五、 企业优劣势分析 68
- 六、 企业投资情况调查 68
- 七、 企业产品特征现状及趋势分析 69
- 八、 企业最新动态研究 69
- 九、 企业战略发展分析 70

第四节 上海交大昂立股份有限公司 70

- 一、 企业简介 70
- 二、 产品介绍 70
- 三、 经营情况 71
- 四、 未来发展趋势 71
- 五、 企业优劣势分析 71
- 六、 企业投资情况调查 72
- 七、 企业产品特征现状及趋势分析 72
- 八、 企业最新动态研究 73
- 九、 企业战略发展分析 73

第五节 海南椰岛股份有限公司 73

- 一、 企业简介 73

- 二、产品介绍 73
- 三、经营情况 74
- 四、未来发展趋势 74
- 五、企业优劣势分析 75
- 六、企业投资情况调查 75
- 七、企业产品特征现状及趋势分析 75
- 八、企业最新动态研究 76
- 九、企业战略发展分析 76

第九章 保健食品滋补品消费者调查分析 77

第一节 保健食品滋补品市场调查对象情况分析 77

- 一、不同收入水平消费者偏好调查 77
- 二、年龄结构调查 77
- 三、不同地区的消费者偏好调查 78

第二节 保健食品滋补品消费者消费习惯调查 79

- 一、保健食品滋补品产品消费者购买频次调查 79
- 二、消费者对保健食品滋补品价格认同情况调查 79
- 三、消费者购买渠道情况调查 80

第三节 保健食品滋补品消费者品牌状况调查 81

- 一、消费者品牌忠诚度调查 81
- 二、消费者的消费理念调研 81
- 三、消费者对保健食品滋补品品牌偏好调查 82
- 四、消费者对保健食品滋补品品牌的首要认知渠道 83

第十章 保健食品滋补品企业竞争策略分析 84

第一节 保健食品滋补品市场竞争策略分析 84

- 一、2013年保健食品滋补品市场增长潜力分析 84
- 二、2013年保健食品滋补品主要潜力品种分析 85
- 三、现有保健食品滋补品产品竞争策略分析 89
- 四、潜力保健食品滋补品品种竞争策略选择 91
- 五、典型企业产品竞争策略分析 91

第二节 保健食品滋补品企业竞争策略分析 92

- 一、金融危机对保健食品滋补品行业的影响 92
- 二、金融危机后保健食品滋补品行业竞争格局的变化 93
- 三、2013-2018年我国保健食品滋补品市场竞争趋势 93
- 四、2013-2018年保健食品滋补品行业竞争格局展望 95
- 五、2013-2018年保健食品滋补品行业竞争策略分析 96
- 六、2013-2018年保健食品滋补品企业竞争策略分析 98

第十一章 2013-2018年保健食品滋补品行业竞争格局展望 99

第一节 保健食品滋补品行业的发展周期 99

- 一、保健食品滋补品行业的经济周期 99
- 二、保健食品滋补品行业的增长性与波动性 100
- 三、保健食品滋补品行业的成熟度 101

第二节 保健食品滋补品行业历史竞争格局综述 101

- 一、保健食品滋补品行业集中度分析 101
- 二、保健食品滋补品行业竞争程度 101

第三节 中国保健食品滋补品市行业SWOT分析与对策 102

- 一、优势 102
- 二、劣势 103
- 三、威胁 104
- 四、机遇 105
- 五、发展我国保健食品滋补品工业的建议 106

第十二章 2013-2018年我国保健食品滋补品行业发展趋势预测 107

第一节 保健食品滋补品行业产量预测 107

第二节 保健食品滋补品行业销售收入预测 108

第三节 保健食品滋补品行业总资产预测 108

第四节 保健食品滋补品行业工业总产值预测 109

第五节 我国保健食品滋补品行业市场未来发展的走向预测 109

第六节 中国保健食品滋补品企业面对市场竞争采取的措施 111

第十三章 保健食品滋补品行业发展趋势及投资战略研究 112

第一节 保健食品滋补品行业发展趋势分析 112

一、	市场发展趋势	112
二、	行业竞争趋势	112
三、	渠道分布趋势	112
四、	市场趋势分析	113
第二节	保健食品滋补品行业发展战略研究	113
一、	战略综合规划	113
二、	技术开发战略	114
三、	业务组合战略	114
四、	区域战略规划	115
五、	产业战略规划	115
六、	竞争战略规划	116
第十四章	亚博中研研究院对行业投资机会与风险分析	116
第一节	2013-2018年中国保健食品滋补品行业投资机会	116
一、	市场前景	116
二、	投资机会	116
第二节	保健食品滋补品行业投资效益分析	117
一、	投资状况分析	117
二、	投资效益分析	117
三、	投资趋势预测	118
四、	投资方向	119
五、	投资的建议	120
六、	新进入者应注意的障碍因素分析	120
第三节	影响保健食品滋补品行业发展的主要因素	120
一、	有利因素分析	120
二、	稳定因素分析	121
三、	不利因素分析	122
四、	行业发展面临的挑战分析	122
五、	行业发展面临的机遇分析	122
第四节	保健食品滋补品行业投资风险及控制策略分析	123
一、	市场风险及控制策略	123
二、	政策风险及控制策略	123

三、经营风险及控制策略 124

四、行业技术风险及控制策略 124

五、同业竞争风险及控制策略 124

六、其他风险及控制策略 124

【图表目录】

图表 1：中国保健食品细分行业现状 12

图表 2：保健食品产业链构成 14

图表 3：中国保健食品产业生命周期 16

图表 4：2008-2013年3季度保健食品滋补品行业市场规模及增长率分析 单位：亿元 17

图表 5：2004-2013年一季度我国国民生产总值统计 单位：亿元 22

图表 6：2006-2013年上半年全社会固定资产投资统计 单位：亿元 23

图表 7：2013年分行业城镇固定资产投资及其增长速度 单位：亿元 23

图表 8：2006-2013年上半年我国货物进出口额统计 单位：亿美元 25

图表 9：2008-2013年3季度我国保健食品滋补品行业产能规模及增长率分析 单位：亿元 31

图表 10：2008-2013年3季度我国保健食品滋补品行业供应规模及增长率分析 单位：亿元 32

图表 11：2008-2013年3季度我国保健食品滋补品行业市场容量及增长率分析 单位：亿元 33

图表 12：2007-2013年3季度我国保健食品滋补品行业工业销售产值及增长率分析 单位：千元
33

图表 13：2007-2013年3季度我国保健食品滋补品行业销售收入及增长率分析 单位：千元 33

图表 14：2007-2013年3季度我国保健食品滋补品毛利率分析 34

图表 15：2007-2013年3季度我国保健食品滋补品行业产销率分析 34

图表 16：2010-2015年保健食品滋补品产品市场规模预测 单位：亿元 35

图表 17：2007-2013年3季度我国保健食品滋补品行业经营能力分析 35

图表 18：2007-2013年3季度我国保健食品滋补品行业偿债能力分析 35

图表 19：2007-2013年3季度我国保健食品滋补品总资产利润率分析 36

图表 20：2007-2013年3季度我国保健食品滋补品销售利润率分析 36

图表 21：2007-2013年3季度保健食品滋补品行业总资产及增长率分析 单位：千元 37

图表 22：2007-2013年3季度保健食品滋补品行业利润总额及增长率分析 单位：千元 37

图表 23：我国保健食品滋补品行业销售渠道情况 48

图表 24：我国保健食品滋补品各区域市场份额占比情况 51

图表 25：2007-2013年我国保健食品滋补品价格走势 52

图表 26：2013年1-12月我国保健食品滋补品价格走势 53

- 图表 27：部分保健食品滋补品价格及厂家 53
- 图表 28：2008-2013年上半年健康元药业集团经营指标统计 单位：元 57
- 图表 29：健康元药业集团股份有限公司优劣势分析 58
- 图表 30：2008-2013年健康元药业集团资产增减情况统计 单位：元 58
- 图表 31：2008-2013年上半年广东汤臣倍健生物科技股份有限公司经营情况 单位：元 61
- 图表 32：广东汤臣倍健生物科技股份有限公司优劣势分析 62
- 图表 33：2008-2013年上半年山东东阿阿胶股份有限公司经营情况 单位：元 67
- 图表 34：山东东阿阿胶股份有限公司优劣势分析 68
- 图表 35：2008-2013年山东东阿阿胶股份有限公司资产增减情况统计 单位：元 68
- 图表 36：2008-2013年上半年上海交大昂立股份有限公司经营情况 单位：元 71
- 图表 37：上海交大昂立股份有限公司优劣势分析 71
- 图表 38：2008-2013年交大昂立企业资产增减情况统计 元 72
- 图表 39：2008-2013年上半年海南椰岛股份有限公司经营情况 单位：元 74
- 图表 40：海南椰岛股份有限公司优劣势分析 75
- 图表 41：2008-2013年海南椰岛股份有限公司资产增减情况统计 元 75
- 图表 42：不同收入水平消费者对保健食品滋补品的关注度 77
- 图表 43：不同年龄水平消费者对保健食品滋补品的关注度 78
- 图表 44：不同地区消费者对保健食品滋补品的关注度 78
- 图表 45：保健食品滋补品产品消费者购买频次调查 79
- 图表 46：消费者对保健食品滋补品价格认同情况 80
- 图表 47：保健食品滋补品消费者购买渠道调查 80
- 图表 48：消费者对保健食品滋补品的忠诚度 81
- 图表 49：我国保健食品滋补品消费者品牌偏好 83
- 图表 50：消费者对保健食品滋补品首要认知渠道 83
- 图表 51：行业的经济周期发展 100
- 图表 52：2013-2018年我国保健食品滋补品行业产能规模预测 亿元 108
- 图表 53：2013-2018年我国保健食品滋补品行业销售收入预测 亿元 108
- 图表 54：2013-2018年我国保健食品滋补品行业总资产预测 亿元 109
- 图表 55：2013-2018年我国保健食品滋补品行业总产值预测 亿元 109
- 图表 56：影响保健食品滋补品行业发展有利因素分析 120
- 图表 57：影响保健食品滋补品行业发展稳定因素分析 121
- 图表 58：影响保健食品滋补品行业发展不利因素分析 122

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/242939.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。