



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国营养保健品市场运行态势及投资战略研究报告

一、调研说明

《2015-2020年中国营养保健品市场运行态势及投资战略研究报告》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/248485.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

第1章：中国营养保健品行业发展综述 43

1.1 行业定义及分类 43

1.1.1 概念及定义 43

1.1.2 主要产品大类 43

1.1.3 行业在国民经济中的地位 44

1.2 营养保健品行业PEST模型 44

1.2.1 行业政治法律环境分析 44

(1) 政府管制与调控 44

(2) 行业法律法规 68

(3) 行业发展规划 73

1.2.2 行业经济环境分析 74

(1) 居民收入水平 74

(2) 消费结构变化 75

1.2.3 行业社会环境分析 80

(1) 自我保健意识与个人营养学发展 80

(2) 疾病护理及亚健康保健 83

(3) 中国城市化与保健需求 85

(4) 中国新医改政策与落实情况 86

(5) 传统礼仪与礼品消费 87

1.2.4 行业技术环境分析 94

1.3 营养保健品行业波特五力模型 95

1.3.1 上游议价能力 95

(1) 原料市场议价能力 95

(2) 包装业议价能力 98

1.3.2 下游议价能力 104

1.3.3 新进入者威胁 105

1.3.4 替代威胁 107

1.3.5 行业内竞争 108

第2章：营养保健品行业产业链结构分析 111

2.1 营养保健品行业产业链环节与构成 111

2.2 营养保健品行业原料供应链解析	112
2.2.1 营养保健品行业原料结构	112
2.2.2 国家药监局原料使用统计数据	114
2.2.3 保健品植物类原料市场供给与价格走势	115
(1) 中药材市场供给与价格走势	115
(2) 植物提取物市场供给与价格走势	117
2.2.4 保健品动物类原料市场供给与价格走势	119
2.2.5 保健品真菌/益生菌类原料市场供给与价格走势	123
2.2.6 保健品生物活性物质类原料市场分析	126
2.3 营养保健品行业辅料供应链解析	126
2.3.1 营养保健品行业辅料结构	126
2.3.2 食品添加剂市场供给与价格走势	135
2.3.3 药用辅料市场供给与价格走势	136
2.4 营养保健品行业下游流通链解析	137
2.4.1 零售业发展现状与需求	137
(1) 传统零售业发展现状与需求	137
(2) 电子商务行业发展现状与需求	138
(3) 直销行业发展现状与需求	141
2.4.2 药品零售发展现状与需求	141
(1) 药品零售连锁发展现状	141
(2) 营养保健品在药店流通渠道的发展情况	148
第3章：营养保健品行业运行经济指标	153
3.1 中国营养保健品发展情况综述	153
3.1.1 综合经营效益指标	153
3.1.2 盈利能力指标	153
3.1.3 运营能力指标	154
3.1.4 偿债能力指	154
3.1.5 发展能力指标	154
3.2 中国营养保健品行业结构分析	155
3.2.1 综合经济指标	155
3.2.2 不同规模企业经济指标	156
3.2.3 不同性质企业经济指标	157

3.3 中国营养保健品行业供需平衡指标	157
3.3.1 营养保健品行业供给指标	157
(1) 总产值	157
(2) 总产值前十地区	158
(3) 产成品	159
(4) 产成品前十地区	159
3.3.2 营养保健品行业需求指标	160
(1) 销售产值	160
(2) 销售产值前十地区	161
(3) 销售收入	162
(4) 销售收入前十地区	162
3.3.3 营养保健品行业产销率	163
3.4 2014年1-9月营养保健品行业运营状况分析	163
3.4.1 2014年1-9月产业规模分析	163
3.4.2 2014年1-9月资本/劳动密集度分析	164
3.4.3 2014年1-9月营养保健品行业产销分析	165
3.4.4 2014年1-9月成本费用结构分析	165
3.4.5 2014年1-9月营养保健品行业盈亏分析	166
第4章：营养保健品行业主要产品市场分析	168
4.1 按功能属性划分的细分产品市场	168
4.1.1 不同功能产品结构特征	168
4.1.2 细分产品市场发展情况	169
(1) 增强免疫力类保健品市场	169
(2) 缓解疲劳类产品市场	172
(3) 降血脂类产品市场	177
(4) 营养补充类产品市场	183
(5) 美容养颜保健食品市场	190
(6) 减肥保健食品市场	195
(7) 改善睡眠类产品市场	198
(8) 降糖类保健品市场	200
4.2 按消费群划分的细分产品潜力市场	203
4.2.1 孕婴童保健品市场	203

- (1) 孕婴童保健消费潜力 203
- (2) 营销推广模式 205
- (3) 销售模式与渠道 205
- (4) 品牌企业关注度 207
- (5) 市场前景 208
- 4.2.2 老年人保健品市场 210
 - (1) 老年人保健消费潜力 210
 - (2) 产品营销推广 211
 - (3) 销售渠道 212
 - (4) 市场前景与投资趋势 213
- 4.3 营养保健品套餐市场 215
 - 4.3.1 套餐功能与设计 215
 - 4.3.2 套餐满足健康需求 217
 - 4.3.3 套餐增值服务附加 218
 - 4.3.4 主要品牌企业套餐服务情况 218
 - (1) 营养师配套情况 218
 - (2) 套餐类别及功能 218
 - (3) 售后服务与计划 219

第5章：营养保健品行业市场发展及竞争分析 219

5.1 国际营养保健品市场发展及经验借鉴 219

5.1.1 美国营养保健品市场 219

- (1) 美国营养保健品市场结构 219
- (2) 市场发展经验借鉴 230

5.1.2 欧洲营养保健品市场 231

- (1) 欧洲营养保健品市场结构 231
- (2) 市场发展经验借鉴 231

5.1.3 日本保健品市场 232

- (1) 日本营养保健品市场结构 232
- (2) 市场发展经验借鉴 232

5.1.4 韩国保健品市场 232

- (1) 韩国营养保健品市场结构 232

(2) 市场发展经验借鉴	232
5.2 国内营养保健品市场发展	233
5.2.1 国内营养保健品市场发展与竞争	233
(1) 产业价值链及毛利率水平	233
(2) 产业规模的驱动增长因素	234
(3) 产业竞争格局	234
(4) 产业集中度	235
(5) 不同经济类型企业特征	238
5.2.2 营养保健品行业投资兼并与重组	241
(1) 投资兼并与重组整合特征判断	241
(2) 国际营养保健品企业投资兼并与重组整合	241
(3) 国内营养保健品企业投资兼并与重组整合	241
5.2.3 营养保健品企业监管情况	242
第6章：营养保健品行业重点区域市场	244
6.1 总体区域结构特征	244
6.1.1 区域结构总体特征	244
6.1.2 区域集中度	244
6.1.3 区域规模指标	245
6.1.4 区域效益指标	247
6.1.5 区域企业分布	248
6.1.6 区域消费指标	249
6.2 广东省营养保健品市场发展	249
6.2.1 发展规划及配套措施	249
6.2.2 在全国的比重	250
6.2.3 经济运营指标	250
6.2.4 重点企业发展指标	251
(1) 企业集中度排名	251
(2) 企业发展及盈亏状况	251
6.2.5 发展趋势与前景	251
6.3 浙江省营养保健品市场发展	252
6.3.1 发展规划及配套措施	252
6.3.2 在全国的比重	254

6.3.3 经济运营指标	254
6.3.4 重点企业发展指标	255
(1) 企业集中度排名	255
(2) 企业发展及盈亏状况	255
6.3.5 发展趋势与前景	255
6.4 江苏省营养保健品市场发展	256
6.4.1 发展规划及配套措施	256
6.4.2 在全国的比重	256
6.4.3 经济运营指标	257
6.4.4 重点企业发展指标	257
(1) 企业集中度排名	257
(2) 企业发展及盈亏状况	257
6.4.5 发展趋势与前景	258
6.5 山东省营养保健品市场发展	259
6.5.1 发展规划及配套措施	259
6.5.2 在全国的比重	260
6.5.3 经济运营指标	260
6.5.4 重点企业发展指标	260
(1) 企业集中度排名	260
(2) 企业发展及盈亏状况	261
6.5.5 发展趋势与前景	261
6.6 北京市营养保健品市场发展	262
6.6.1 发展规划及配套措施	262
6.6.2 在全国的比重	264
6.6.3 经济运营指标	265
6.6.4 重点企业发展指标	265
(1) 企业集中度排名	265
(2) 企业发展及盈亏状况	266
6.6.5 发展趋势与前景	266
6.7 湖北省营养保健品市场发展	267
6.7.1 发展规划及配套措施	267
6.7.2 在全国的比重	268

6.7.3 经济运营指标	268
6.7.4 重点企业发展分析	269
6.7.5 发展趋势与前景	269
6.8 辽宁省营养保健品市场发展	270
6.8.1 发展规划及配套措施	270
6.8.2 在全国的比重	271
6.8.3 经济运营指标	271
6.8.4 重点企业发展分析	272
6.8.5 发展趋势与前景	272
6.9 河南省营养保健品市场发展	273
6.9.1 发展规划及配套措施	273
6.9.2 在全国的比重	274
6.9.3 经济运营指标	274
6.9.4 重点企业发展分析	274
6.9.5 发展趋势与前景	275
6.10 吉林省营养保健品市场发展	275
.1 发展规划及配套措施	275
.2 在全国的比重	276
.3 经济运营指标	277
.4 重点企业发展分析	277
.5 发展趋势与前景	277
6.11 上海市营养保健品行业市场发展	278
.1 发展规划及配套措施	278
.2 在全国的比重	279
.3 经济运营指标	279
.4 重点企业发展指标	279
(1) 企业集中度排名	279
(2) 企业发展及盈亏状况	280
.5 发展趋势与前景	280

第7章：营养保健品行业进出口市场 283

7.1 贸易环境及市场影响	283
---------------	-----

7.1.1 国际贸易环境现状	283
7.1.2 营养保健品贸易环境现状	286
7.1.3 营养保健品贸易环境发展趋势	287
7.2 营养保健品行业进出口总体情况	288
7.3 营养保健品行业出口市场	288
7.3.1 出口整体情况	288
7.3.2 出口产品结构	289
7.3.3 出口目的国及比重	290
7.3.4 出口地区及比重	290
7.4 营养保健品行业进口市场	291
7.4.1 进口整体情况	291
7.4.2 进口产品结构	291
第8章：营养保健品行业主要经营情况	292
8.1 企业总体情况	292
8.1.1 企业规模排序	292
8.1.2 企业工业总产值排序	293
8.1.3 企业销售收入和利润排序	294
8.2 传统营养保健品领先企业个案	295
8.2.1 汇仁集团有限公司	295
(1) 企业发展简况	295
(2) 技术研发分析	295
(3) 主营业务与产品结构	296
(4) 销售渠道与网络	296
(5) 企业经营情况	297
(一) 企业偿债能力分析	297
(二) 企业运营能力分析	297
(三) 企业盈利能力分析	299
(6) 企业优劣势分析	299
(7) 企业最新发展动向	300
8.2.2 深圳万基药业有限公司	301
(1) 企业发展简况	301
(2) 技术研发与科研经费投入	302

(3) 主营业务与产品结构	302
(4) 销售渠道与网络	302
(5) 企业经营情况	303
(一) 企业偿债能力分析	303
(二) 企业运营能力分析	303
(三) 企业盈利能力分析	305
(6) 企业优劣势分析	305
8.2.3 劲牌有限公司	305
(1) 企业发展简况	305
(2) 技术研发投入	306
(3) 主营业务与产品结构	306
(4) 销售渠道与网络	307
(5) 企业经营情况	307
(一) 企业偿债能力分析	307
(二) 企业运营能力分析	308
(三) 企业盈利能力分析	309
(6) 企业优劣势分析	309
(7) 企业最新发展动向	309
8.2.4 山东东阿阿胶股份有限公司	310
(1) 企业发展简况	310
(2) 技术研发与科研经费投入	310
(3) 主营业务与产品结构	310
(4) 销售渠道与网络	310
(5) 企业经营情况	311
(一) 企业偿债能力分析	311
(二) 企业运营能力分析	311
(三) 企业盈利能力分析	312
(6) 企业优劣势分析	313
(7) 企业投资兼并与重组	314
(8) 企业最新发展动向	315
8.2.5 海南椰岛(集团)股份有限公司	315
(1) 企业发展简况	315

- (2) 技术研发与科研经费投入 315
- (3) 主营业务与产品结构 315
- (4) 销售渠道与网络 315
- (5) 企业经营情况 316
 - (一) 企业偿债能力分析 316
 - (二) 企业运营能力分析 317
 - (三) 企业盈利能力分析 318
- (6) 企业优劣势分析 318
- (7) 企业投资兼并与重组 318
- (8) 企业最新发展动向 319

8.2.6 江西汪氏蜜蜂园有限公司 319

- (1) 企业发展简况 319
- (2) 技术研发与科研经费投入 319
- (3) 主营业务与产品结构 319
- (4) 销售渠道与网络 320
- (5) 企业经营情况 320
 - (一) 企业偿债能力分析 320
 - (二) 企业运营能力分析 321
 - (三) 企业盈利能力分析 322
- (6) 企业优劣势分析 322
- (7) 企业最新发展动向 323

8.2.7 九芝堂股份有限公司 323

- (1) 企业发展简况 323
- (2) 技术研发与科研经费投入 323
- (3) 主营业务与产品结构 324
- (4) 销售渠道与网络 324
- (5) 企业经营情况 324
 - (一) 企业偿债能力分析 324
 - (二) 企业运营能力分析 325
 - (三) 企业盈利能力分析 326
- (6) 公司组织结构 327
- (7) 企业优劣势分析 328

(8) 企业投资兼并与重组 329

(9) 企业最新发展动向 329

8.2.8 杭州民生药业集团有限公司 329

(1) 企业发展简况 329

(2) 主营业务与产品结构 330

(3) 销售渠道与网络 330

(4) 企业经营情况 330

(一) 企业偿债能力分析 330

(二) 企业运营能力分析 331

(三) 企业盈利能力分析 332

(5) 企业优劣势分析 333

8.2.9 无锡瑞年实业有限公司 333

(1) 企业发展简况 333

(2) 主营业务与产品结构 333

(3) 销售渠道与网络 333

(4) 企业经营情况 333

(一) 企业偿债能力分析 334

(二) 企业运营能力分析 334

(三) 企业盈利能力分析 335

(5) 企业优劣势分析 336

8.2.10 安徽省华信生物药业股份有限公司 336

(1) 企业发展简况 336

(2) 主营业务与产品结构 337

(3) 销售渠道与网络 337

(4) 企业经营情况 337

(一) 企业偿债能力分析 337

(二) 企业运营能力分析 338

(三) 企业盈利能力分析 339

(5) 企业优劣势分析 340

(6) 企业最新发展动向 340

8.2.11 海南养生堂药业有限公司 340

(1) 企业发展简况 340

(2) 主营业务与产品结构 341

(3) 销售渠道与网络 341

(4) 企业经营情况 341

(一) 企业偿债能力分析 341

(二) 企业运营能力分析 342

(三) 企业盈利能力分析 343

(5) 企业优劣势分析 343

(6) 企业最新发展动向 344

8.2.12 健康元药业集团股份有限公司 344

(1) 企业发展简况 344

(2) 主营业务与产品结构 344

(3) 销售渠道与网络 345

(4) 企业经营情况 345

(一) 企业偿债能力分析 345

(二) 企业运营能力分析 346

(三) 企业盈利能力分析 347

(5) 企业组织架构分析 347

(6) 企业优劣势分析 348

(7) 企业投资兼并与重组 348

(8) 企业最新发展动向 349

8.2.13 中健行集团有限公司 349

(1) 企业发展简况 349

(2) 科研实力 349

(3) 主营业务与产品结构 349

(4) 销售渠道与网络 350

(5) 企业经营情况 350

(一) 企业偿债能力分析 350

(二) 企业运营能力分析 351

(三) 企业盈利能力分析 352

(6) 企业优劣势分析 352

(7) 企业最新发展动向 352

8.2.14 无锡健特药业有限公司 353

(1) 企业发展简况	353
(2) 技术研发与科研经费投入	353
(3) 主营业务与产品结构	353
(4) 销售渠道与网络	354
(5) 企业经营情况	354
(一) 企业偿债能力分析	354
(二) 企业运营能力分析	355
(三) 企业盈利能力分析	356
(6) 企业优劣势分析	356
8.2.15 中宏生物工程有限责任公司	356
(1) 企业发展简况	356
(2) 主营业务与产品结构	357
(3) 销售渠道与网络	357
(4) 企业经营情况	357
(一) 企业偿债能力分析	357
(二) 企业运营能力分析	358
(三) 企业盈利能力分析	359
(5) 企业优劣势分析	360
(6) 企业最新发展动向	360
8.2.16 广东长兴科技保健品有限公司	361
(1) 企业发展简况	361
(2) 技术研发与科研经费投入	361
(3) 主营业务与产品结构	361
(4) 销售渠道与网络	361
(5) 企业经营情况	362
(一) 企业偿债能力分析	362
(二) 企业运营能力分析	362
(三) 企业盈利能力分析	364
(6) 企业优劣势分析	364
8.2.17 天津阿尔发保健品有限公司	364
(1) 企业发展简况	364
(2) 主营业务与产品结构	365

(一) 企业偿债能力分析 365

(二) 企业运营能力分析 366

(三) 企业盈利能力分析 367

(3) 销售渠道与网络 367

(4) 企业优劣势分析 368

(5) 企业最新发展动向 368

8.2.18 五粮液集团保健酒有限责任公司 369

(1) 企业发展简况 369

(2) 主营业务与产品结构 369

(3) 企业经营情况 369

(一) 企业偿债能力分析 369

(二) 企业运营能力分析 370

(三) 企业盈利能力分析 371

(4) 销售渠道与网络 371

(5) 企业优劣势分析 372

8.2.19 朗力福集团控股有限公司 372

(1) 企业发展简况 372

(2) 主营业务与产品结构 372

(3) 销售渠道与网络 372

(4) 企业经营情况 373

(一) 企业偿债能力分析 373

(二) 企业运营能力分析 373

(三) 企业盈利能力分析 375

(5) 企业组织架构分析 375

(6) 企业优劣势分析 375

8.2.20 上海交大昂立股份有限公司 375

(1) 企业发展简况 375

(2) 主营业务与产品结构 376

(3) 销售渠道与网络 376

(4) 企业经营情况 376

(一) 企业偿债能力分析 376

(二) 企业运营能力分析 377

(三) 企业盈利能力分析	378
(5) 企业组织架构分析	378
(6) 企业优劣势分析	379
(7) 企业投资兼并与重组	379
(8) 企业最新发展动向	379
8.2.21 大连珍奥生物工程股份有限公司	380
(1) 企业发展简况	380
(2) 技术研发与科研经费投入	380
(3) 主营业务与产品结构	380
(4) 销售渠道与网络	381
(5) 企业经营情况	381
(一) 企业偿债能力分析	381
(二) 企业运营能力分析	382
(三) 企业盈利能力分析	383
(6) 企业组织架构分析	383
(7) 企业优劣势分析	384
(8) 企业最新发展动向	384
8.2.22 云南绿A生物工程有限公司	384
(1) 企业发展简况	384
(2) 主营业务与产品结构	385
(3) 销售渠道与网络	385
(4) 企业经营情况	385
(一) 企业偿债能力分析	386
(二) 企业运营能力分析	386
(三) 企业盈利能力分析	387
(5) 企业优劣势分析	388
(6) 企业最新发展动向	388
8.2.23 汤臣倍健股份有限公司	389
(1) 企业发展简况	389
(2) 技术研发与科研经费投入	389
(3) 主营业务与产品结构	389
(4) 销售渠道与网络	390

(5) 企业经营情况	390
(一) 企业偿债能力分析	390
(二) 企业运营能力分析	391
(三) 企业盈利能力分析	392
(6) 企业优劣势分析	392
(7) 企业投资兼并与重组	392
(8) 企业最新发展动向	393
8.2.24 紫光古汉集团股份有限公司	393
(1) 企业发展简况	393
(2) 技术研发与科研经费投入	393
(3) 主营业务与产品结构	393
(4) 销售渠道与网络	394
(5) 企业经营情况	394
(一) 企业偿债能力分析	394
(二) 企业运营能力分析	395
(三) 企业盈利能力分析	396
(6) 企业组织架构分析	397
(7) 企业优劣势分析	397
(8) 企业投资兼并与重组	397
8.3 直销营养保健品领先企业个案	398
8.3.1 安利(中国)日用品有限公司	398
(1) 企业发展简况	398
(2) 主营业务与产品结构	398
(3) 批准直销区域与销售网络	399
(4) 企业经营情况	401
(一) 企业偿债能力分析	401
(二) 企业运营能力分析	401
(三) 企业盈利能力分析	402
(5) 企业优劣势分析	403
(6) 企业最新发展动向	405
8.3.2 新时代健康产业(集团)有限公司	409
(1) 企业发展简况	409

(2) 主营业务与产品结构	409
(3) 销售渠道与网络	410
(4) 企业经营情况	411
(一) 企业偿债能力分析	411
(二) 企业运营能力分析	412
(三) 企业盈利能力分析	413
(5) 企业优劣势分析	413
(6) 企业最新发展动向	413
8.3.3 哈药集团有限公司	414
(1) 集团发展简况	414
(2) 集团组织架构	414
(3) 哈药集团三精制药股份有限公司	414
(一) 企业偿债能力分析	416
(二) 企业运营能力分析	416
(三) 企业盈利能力分析	417
(4) 哈药集团股份有限公司	418
(一) 企业偿债能力分析	419
(二) 企业运营能力分析	420
(三) 企业盈利能力分析	421
8.3.4 无限极(中国)有限公司	422
(1) 企业发展简况	422
(2) 主营业务与产品结构	422
(3) 销售渠道与网络	423
(4) 企业经营情况	423
(一) 企业偿债能力分析	423
(二) 企业运营能力分析	424
(三) 企业盈利能力分析	425
(5) 企业优劣势分析	425
(6) 企业最新发展动向	425
8.3.5 宝健(中国)日用品有限公司	426
(1) 企业发展简况	426
(2) 主营业务与产品结构	426

- (3) 销售渠道与网络 426
- (4) 企业经营情况 427
 - (一) 企业偿债能力分析 427
 - (二) 企业运营能力分析 427
 - (三) 企业盈利能力分析 429
- (5) 企业优劣势分析 429
- (6) 企业最新发展动向 429

第9章：营养保健品行业行销模式及策略分析 430

9.1 行销模式发展演变 430

9.1.1 行销模式发展演变 430

9.1.2 行销模式主要结构 431

9.2 传统营销模式 432

9.2.1 药店分销模式 432

(1) 零售药店规模与结构 432

(2) 连锁零售药店规模与结构 435

(3) 药店营养保健品销售情况 445

9.2.2 商超渠道分销模式 449

9.3 直销模式 452

9.3.1 直销业政策与监管 452

9.3.2 直销牌照批准与审核 455

9.3.3 单层直销与多层直销解析 456

9.3.4 直销运作区域性发展 461

9.3.5 直销模式适应性分析 462

9.3.6 直销模式优劣势分析 464

9.3.7 直销模式转型与调整 465

(1) 国外直销企业转型与调整 465

(2) 直销企业回归与结构冲突 466

9.3.8 典型直销企业经验借鉴 470

(1) 安利直销模式经验借鉴 470

(2) 雅芳直销模式经验借鉴 471

9.4 会议营销模式 473

- 9.4.1 会议营销操作程序 473
- 9.4.2 会议营销目标群体 476
- 9.4.3 会议营销主要企业 477
- 9.4.4 会议营销优劣势分析 478
- 9.4.5 会议营销转型与调整 479

9.5 电子商务模式 483

9.5.1 电子商务应用方式 483

- (1) 企业网上宣传 483
- (2) 网上市场调研 485
- (3) 网络分销联系 485
- (4) 网上直接销售 487

9.5.2 电子商务价值链构成 489

- (1) 商品供应 489
- (2) 销售流通 489
- (3) 后勤服务保障 489

9.5.3 电子商务竞争格局 490

- (1) 外部竞争与发展特征 490
- (2) 内部竞争与发展特征 491

第10章：营养保健品行业发展趋势分析与预测 495

10.1 营养保健品市场发展趋势 495

10.1.1 市场发展趋势分析 495

10.1.2 市场发展前景预测 496

10.2 营养保健品行业投资特性 498

10.2.1 进入壁垒 498

- (1) 生产环节壁垒 498
- (2) 渠道流通壁垒 499
- (3) 品牌壁垒 499

10.2.2 盈利模式 501

10.2.3 盈利因素 502

10.3 营养保健品行业投资风险 504

10.3.1 政策风险 504

10.3.2 供求风险 504

10.3.3 关联产业风险 505

10.3.4 贸易环境风险 505

10.4 营养保健品行业投资建议 506

10.4.1 行业投资现状 506

10.4.2 主要投资建议 508

图表目录：

图表 1 国家统计局对于营养、保健食品制造行业定义 43

图表 2 2004年9月—2014年9月社会消费品零售总额月度同比增长率（%） 75

图表 3 2014年9月居民消费价格主要数据 76

图表 4 2004年9月—2014年9月居民消费价格指数（上年同月=100） 78

图表 5 上游议价能力分析 104

图表 6 营养保健品行业五力模型分析 108

图表 7 中药材行业产业链示意图 115

图表 8 2013年中国中药材GAP基地发展状态描述总结表 116

图表 9 2010-2013年我国天然植物提取物出口金额统计 118

图表 10 城镇居民肉类消费结构 120

图表 11 农村居民肉类消费结构 120

图表 12 2020年我国居民肉类消费结构预测 120

图表 13 中国肉类市场容量预测 121

图表 14 养殖规模化程度 121

图表 15 生物制品未来十年成长空间 123

图表 16 2009-2014年我国营养保健品行业总资产周转率 153

图表 17 2009-2014年我国营养保健品行业销售利润率 153

图表 18 2009-2014年我国营养保健品行业应收账款周转率 154

图表 19 2009-2014年我国营养保健品行业资产负债率 154

图表 20 2009-2014年我国营养保健品行业速动比率 154

图表 21 2009-2014年我国营养保健品行业利润总额及增长情况 155

图表 22 2009-2014年我国营养保健品行业利润总额及增长对比 155

图表 23 2013-2014年9月我国营养保健品行业不同规模企业利润总额占比 156

图表 24 2013-2014年9月我国营养保健品行业不同所有制企业利润总额占比 157

图表 25 2009-2014年我国营养保健品行业工业总产值及增长情况 157

图表 26 2009-2014年我国营养保健品行业工业总产值及增长对比 158

图表 27	2013-2014年9月我国营养保健品行业工业总产值前十名省份占比	158
图表 28	2009-2014年我国营养保健品行业产成品及增长情况	159
图表 29	2009-2014年我国营养保健品行业产成品及增长对比	159
图表 30	2013-2014年9月我国营养保健品行业产成品前十名省份占比	160
图表 31	2009-2014年我国营养保健品行业工业销售产值及增长情况	160
图表 32	2009-2014年我国营养保健品行业工业销售产值及增长对比	161
图表 33	2013-2014年9月我国营养保健品行业工业销售产值前十名省份占比	161
图表 34	2009-2014年我国营养保健品行业销售收入及增长情况	162
图表 35	2009-2014年我国营养保健品行业销售收入及增长对比	162
图表 36	2013-2014年9月我国营养保健品行业销售收入前十名省份占比	162
图表 37	2009-2014年我国营养保健品行业产销率	163
图表 38	2009-2014年我国营养保健品行业资产合计及增长情况	164
图表 39	2009-2014年我国营养保健品行业资产合计及增长对比	164
图表 40	2009-2014年我国营养保健品行业人均销售率	164
图表 41	2009-2014年我国营养保健品行业产销率	165
图表 42	2009-2014年我国营养保健品行业主营业务成本及增长情况	165
图表 43	2009-2014年我国营养保健品行业主营业务成本及增长对比	166
图表 44	2009-2014年我国营养保健品行业亏损企业亏损总额及增长情况	166
图表 45	2009-2014年我国营养保健品行业亏损企业亏损总额及增长对比	167
图表 46	我国维生素系列产品环比/同比涨跌情况（元/kg）	190
图表 47	2013-2014年9月我国营养保健品行业不同规模企业销售收入占比	235
图表 48	2013-2014年9月我国营养保健品行业不同规模企业资产合计占比	236
图表 49	2013-2014年9月我国营养保健品行业不同所有制企业利润总额占比	237
图表 50	消费者对保健品价格的看法	238
图表 51	2013-2014年9月我国营养保健品行业不同类型企业销售收入占比	238
图表 52	2013-2014年9月我国营养保健品行业不同类型企业资产合计占比	239
图表 53	主要的营养与保健食品企业2013年销售额	240
图表 54	2013-2014年9月我国营养保健品行业不同地区资产合计占比	244
图表 55	2013-2014年9月我国营养保健品行业不同地区销售收入占比	245
图表 56	2013-2014年9月我国营养保健品行业不同地区利润总额占比	247
图表 57	2013-2014年9月广东省营养保健品行业销售收入全国占比	250
图表 58	2013-2014年9月广东省营养保健品行业销售收入	250

图表 59 2013-2014年9月广东省营养保健品行业不同规模企业占比 251

图表 60 2013-2014年9月广东省营养保健品行业利润总额 251

图表 61 2013-2014年9月浙江省营养保健品行业销售收入全国占比 254

图表 62 2013-2014年9月浙江省营养保健品行业销售收入 254

图表 63 2013-2014年9月浙江省营养保健品行业不同规模企业占比 255

图表 64 2013-2014年9月浙江省营养保健品行业利润总额 255

图表 65 2013-2014年9月江苏省营养保健品行业销售收入全国占比 256

图表 66 2013-2014年9月江苏省营养保健品行业销售收入 257

图表 67 2013-2014年9月江苏省营养保健品行业不同规模企业占比 257

图表 68 2013-2014年9月江苏省营养保健品行业利润总额 258

图表 69 2013-2014年9月山东省营养保健品行业销售收入全国占比 260

图表 70 2013-2014年9月山东省营养保健品行业销售收入 260

图表 71 2013-2014年9月山东省营养保健品行业不同规模企业占比 260

图表 72 2013-2014年9月山东省营养保健品行业利润总额 261

图表 73 2013-2014年9月北京营养保健品行业销售收入全国占比 264

图表 74 2013-2014年9月北京营养保健品行业销售收入 265

图表 75 2013-2014年9月北京营养保健品行业不同规模企业占比 265

图表 76 2013-2014年9月北京营养保健品行业利润总额 266

图表 77 2013-2014年9月湖北省营养保健品行业销售收入全国占比 268

图表 78 2013-2014年9月湖北省营养保健品行业销售收入 268

图表 79 2013-2014年9月湖北省营养保健品行业利润总额 269

图表 80 2013-2014年9月辽宁省营养保健品行业销售收入全国占比 271

图表 81 2013-2014年9月辽宁省营养保健品行业销售收入 271

图表 82 2013-2014年9月辽宁省营养保健品行业利润总额 272

图表 83 2013-2014年9月河南省营养保健品行业销售收入全国占比 274

图表 84 2013-2014年9月河南省营养保健品行业销售收入 274

图表 85 2013-2014年9月河南省营养保健品行业利润总额 274

图表 86 2013-2014年9月吉林省营养保健品行业销售收入全国占比 276

图表 87 2013-2014年9月吉林省营养保健品行业销售收入 277

图表 88 2013-2014年9月吉林省营养保健品行业利润总额 277

图表 89 2013-2014年9月上海营养保健品行业销售收入全国占比 279

图表 90 2013-2014年9月上海营养保健品行业销售收入 279

图表 91	2013-2014年9月上海营养保健品行业不同规模企业占比	279
图表 92	2013-2014年9月上海营养保健品行业利润总额	280
图表 93	2013年我国保健品出口市场分布情况	290
图表 94	2009-2014年我国营养保健品行业销售收入及增长情况	292
图表 95	2009-2014年我国营养保健品行业销售收入及增长对比	292
图表 96	2009-2014年我国营养保健品行业工业总产值及增长情况	293
图表 97	2009-2014年我国营养保健品行业工业总产值及增长对比	294
图表 98	2009-2014年我国营养保健品行业利润总额及增长情况	294
图表 99	2009-2014年我国营养保健品行业利润总额及增长对比	294
图表 100	营养保健品行业行销模式发展历程	430
图表 101	保健品电子商务运营模式	431
图表 102	2006-2013年11月我国零售药店总数及增长率	433
图表 103	2006-2013年11月我国平均每店服务人数及增长率	434
图表 104	中国药店分布	435
图表 105	2006-2013年11月我国连锁企业数及增长率	444
图表 106	2000-2015年营养保健品行业规模与人均GDP相关性	496
图表 107	中式保健品品牌及产品特征	500
图表 108	2014年1月至9月间营养与保健食品行业发生的三次募集事件	508

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/248485.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。