



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国保健品制造市场发展现状及战略咨询报告

一、调研说明

《2017-2022年中国保健品制造市场发展现状及战略咨询报告》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/283849.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

长期以来，国内绝大多数保健食品以“药健字”保健药品或“食健字”保健食品为批号上市，国家药监局在2000年3月颁布正式撤销“药健字”批号文件。一些“药健字”批准文号生产的产品升级为药品，随着人们保健意识的增强，这些具有保健作用的药品近年市场占有率亦不断提高，产品年产值不断增长。

根据统计数据：2015年我国保健品行业总产值为2288.23亿元，行业企业销售收入为2180.46亿元。而同期国内保健品出口金额为17.97亿元，进口金额为69.74亿元，依次推算2015年我国国内保健品消费市场规模为2232.23亿元，较上年同期增长12.3%。 2009-2015年我国保健品产业供需统计（亿元） 2009-2015年我国保健品市场规模走势图 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 中国保健品制造行业发展环境16 第一节 保健品制造行业及属性分析16 一、行业定义16 二、国民经济依赖性18 三、经济类型属性18 四、行业周期属性19 第二节 经济发展环境20 一、中国经济发展阶段20 二、2012-2016年中国经济发展状况21 三、经济结构调整23 四、国民收入状况24 第三节 政策发展环境30 一、产业振兴规划30 二、产业发展规划32 三、行业标准政策32 四、市场应用政策32 五、财政税收政策32 第二章 中国保健品制造生产现状分析33 第一节 保健品制造行业总体规模33 2012-2014年中国保健食品行业销售收入统计分析 第二节 保健品制造产能概况36 一、2012-2016年产能分析36 二、2016-2021年产能预测37 第三节 保健品制造市场容量概况38 一、2012-2016年市场容量分析38 二、产能配置与产能利用率调查38 三、2016-2021年市场容量预测39 第四节 保健品制造产业的生命周期分析40 第五节 保健品制造产业供需情况43 第三章 2016年中国市场分析45 第一节 我国整体市场规模45 一、总量规模45 二、增长速度45 三、各季度市场情况46 第二节 原材料市场分析47 第三节 市场结构分析48 一、产品市场结构48 二、品牌市场结构51 三、区域市场结构52 四、渠道市场结构52 第四章 2016年中国保健品制造市场供需监测分析53 第一节 需求分析53 第二节 供给分析54 第三节 市场特征分析55 第五章 2016年中国保健品制造市场竞争格局与厂商市场竞争力评价56 第一节 竞争格局分析56 第二节 主力厂商市场竞争力评价56 一、产品竞争力56 二、价格竞争力58 三、渠道竞争力61 六、品牌竞争力61 第六章 我国保健品制造行业供需状况分析63 第一节 保健品制造行业市场需求分析63 第二节 保健品制造行业供给能力分析63 第三节 保健品制造行业进出口贸易分析64 一、产品的国内外市场需求态势64 二、国内外产品的比较优势65 第七章 保健品制造行业竞争绩效分析66 第一节 保健品制造行业总

体效益水平分析66 第二节 保健品制造行业产业集中度分析66 第三节 保健品制造行业不同所有制企业绩效分析67 第四节 保健品制造行业不同规模企业绩效分析67 第五节 保健品制造市场分销体系分析68 一、销售渠道模式分析68 二、产品最佳销售渠道选择70 第八章、2016-2021年保健品制造市场发展前景预测71第一节 国际市场发展前景预测71 一、2016-2021年经济增长与需求预测71 二、2016-2021年行业总产量预测72 三、我国中长期市场发展策略预测72 第二节 我国资源配置的前景73 第九章 我国保健品制造行业投融资分析75第一节 我国保健品制造行业企业所有制状况75 第二节 我国保健品制造行业外资进入状况75 第三节 我国保健品制造行业合作与并购75 第四节 我国保健品制造行业投资体制分析76 第五节 我国保健品制造行业资本市场融资分析76 第十章 保健品制造产业投资策略77第一节 产品查找策略77 一、市场细分策略77 二、目标市场的选择79 第二节 产品开发策略79 一、追求产品质量80 二、促进产品多元化发展80 第三节 渠道销售策略80 一、销售模式分类80 二、市场投资建议80 第四节 品牌经营策略81 一、不同品牌经营模式81 二、如何切入开拓品牌81 第五节 服务策略82 第十一章 我国保健品制造行业重点企业分析83第一节 A公司83 一、公司基本情况83 二、公司经营与财务状况84 第二节 B公司90 一、公司基本情况90 二、公司经营与财务状况91 第三节 C公司97 一、公司基本情况97 二、公司经营与财务状况98 第四节 D公司104 一、公司基本情况104 二、公司经营与财务状况105 第五节 E公司111 一、公司基本情况111 二、公司经营与财务状况112 第十二章 2016年中国保健品制造产业投资分析120第一节 投资环境120 一、资源环境分析120 二、市场竞争分析123 三、政策环境分析124 第二节 投资机会分析131 第三节 投资风险及对策分析132 第四节 投资发展前景133 一、市场供需发展趋势133 二、未来发展展望134 第十三章 保健品制造相关产业2016年走势分析135第一节 上游行业影响分析135 第二节 下游行业影响分析136 第十四章 保健品制造行业成长能力及稳定性分析141第一节 保健品制造行业生命周期分析141 第二节 保健品制造行业增长性与波动性分析144 第三节 保健品制造行业集中程度分析144 第十五章 保健品制造行业风险趋势分析与对策145第一节 保健品制造行业风险分析145 一、市场竞争风险145 二、原材料压力风险分析145 三、技术风险分析145 四、政策和体制风险145 五、进入退出风险146 第二节 保健品制造行业投资风险及控制策略分析146 一、2016-2021年保健品制造行业市场风险及控制策略146 二、2016-2021年保健品制造行业政策风险及控制策略146 三、2016-2021年保健品制造行业经营风险及控制策略147 四、2016-2021年保健品制造同业竞争风险及控制策略147 五、2016-2021年保健品制造行业其他风险及控制策略148 六、专家观点148 第十六章 保健品制造产业投资风险155第一节 保健品制造行业宏观调控风险155 第二节 保健品制造行业竞争风险155 第三节 保健品制造行业供需波动风险155 第四节 保健品制造行业技术创新风险156 第五节 保健品制造行业经营管理风险157 第五节 观点158 第十七章 2016-2021年中国保健品制

造行业发展趋势研究分析160第一节 2016-2021年保健品制造行业国际市场预测160 一、保健品制造行业产能预测160 二、保健品制造行业市场需求前景160 第二节 中国保健品制造行业发展趋势161 一、产品发展趋势161 二、技术发展趋势162 第三节 2016-2021年保健品制造行业中国市场预测162 一、保健品制造行业产能预测162 二、保健品制造行业市场需求前景162

第十八章 保健品制造行业投资机会分析研究164第一节 2016-2021年保健品制造行业主要区域投资机会164 第二节 2016-2021年保健品制造行业出口市场投资机会164 第三节 2016-2021年保健品制造行业企业的多元化投资机会164 第十九章 保健品制造企业制定"十三五"发展战略研究分析166一、"十三五"发展战略规划的背景意义166 第一节 企业转型升级的需要166 第二节 企业强做大做的需要166 第三节 企业可持续发展需要167 二、"十三五"发展战略规划的制定原则168 第一节 科学性168 第二节 实践性169 第三节 前瞻性169 第四节 创新性169 第五节 全面性169 第六节 动态性170 三、"十三五"发展战略规划的制定依据171 第一节 国家产业政策171 第二节 行业发展规律171 第三节 企业资源与能力172 第四节 可预期的战略查找172(AK HT)

图表目录：图表 1 2012-2016年国内生产总值及其增长速度21 图表 2 2006-2016年我国季度GDP增长率 单位：%22 图表 3 2008-2016年我国三产业增加值季度增长率 单位：%23 图表 4 2016年居民消费价格月度涨跌幅度25 图表 5 2016年居民消费价格比上年涨跌幅度25 图表 6 我国CPI、PPI运行趋势 单位：%26 图表 7 2008年-2016年企业商品价格指数走势27 图表 8 居民消费价格指数（上年同月=100） 图表 9 我国保健品制造行业标准32 图表 10 3月我国保健品制造行业产能分析37 图表 11 2016-2021年我国保健品制造行业产能预测37 图表 12 我国保健品制造行业市场规模分析38 图表 13 我国保健品制造行业产能利用率分析39 图表 14 2016-2021年我国保健品制造行业市场规模预测39 图表 15 保健品制造产业行业所处生命周期示意图40 图表 16 行业生命周期、战略及其特征42 图表 17 我国保健品制造行业供需分析43 图表 18 我国保健品制造行业市场规模分析45 图表 19 我国保健品制造行业市场增长性分析45 图表 20 2016年我国保健品制造行业市场生产情况分析46 图表 21 我国保健品制造各区域市场企业分布情况52 图表 22 我国保健品制造行业市场需求量分析53 图表 23 我国保健品制造行业市场供给分析54 图表 24 2010-2016年我国保健品制造行业市场结构分析55 图表 25 2009-2016年我国保健品制造行业市场需求及预测分析63 图表 26 2009-2016年我国保健品制造行业市场供给及预测分析63 图表 27 国内外保健品制造行业市场需求分析64 图表 28 我国保健品制造行业总资产周转率分析66 图表 29 我国保健品制造行业不同所有制企业总资产周转率分67 图表 30 我国保健品制造行业不同规模企业总资产周转率分析 更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/283849.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。