



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009-2012年中国保健食品行业 市场分析及发展战略研究报告

# 一、调研说明

《2009-2012年中国保健食品行业市场分析及发展战略研究报告》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/35603.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

### 第一章 保健食品的相关概述

#### 第一节 保健食品的定义

- 一、何为保健品
- 二、保健食品的定义
- 三、保健食品的功用
- 四、保健食品与一般食品的区别
- 五、保健食品与药品的区别

#### 第二节 保健食品的外延

#### 第三节 保健食品的分类

- 一、原料来源分类
- 二、产品剂型分类
- 三、保健品功能分类
- 四、批准文号分类

### 第二章 2008年全球保健食品行业运行状况

#### 第一节 2008年全球保健食品行业发展综述

- 一、全球保健食品行业发展阶段
- 二、全球保健食品行业发展特点
- 三、全球保健食品市场

#### 第二节 2008年全球主要国家保健食品行业发展情况

- 一、美国
- 二、日本
- 三、欧盟
- 四、其他新兴经济体----韩国、新加坡

#### 第三节 2009-2012年全球保健食品行业发展前景展望

### 第三章 2008年中国保健食品行业运行环境

#### 第一节 2008年中国宏观经济环境

- 一、中国GDP
- 二、城乡居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数
- 三、人民币升值

## 第二节 2008年中国保健食品产业发展政策环境

### 一、GMP认证

### 二、卫生部门行业管理

### 三、国家食品药品监督管理局管理

### 三、其他部门的管理

### 四、国外政策对中国环境的影响

## 第三节 2008年中国保健食品行业发展社会环境

### 一、生活水平提高----更加关注健康

### 二、科技发展、推动保健食品研发

## 第四章 2008年中国保健食品行业运行形势

### 第一节 2008年中国保健食品行业发展综述

#### 一、功能结构不尽合理

#### 二、迅速崛起飞快没落、波动较大

#### 三、虚假宣传误导消费

#### 四、产品百花齐放

#### 五、质量水平参差不齐

### 第二节 2008年中国保健食品市场行业发展存在的问题

#### 一、科技投入不足

#### 二、广告宣传泛滥，知名度高，美誉度低

#### 三、质量把关不严，伪劣产品现象严重

#### 四、保健食品业管理混乱

#### 五、保健食品行业诚信度极度危机

#### 六、我国保健食品企业规模小，竞争力弱

### 第三节 2008年中国保健食品行业的对策措施探讨

## 第五章 2008年中国保健食品市场供给态势

### 第一节 2008年中国保健食品市场现状

#### 一、市场总体规模

#### 二、企业投资规模及地域分布

#### 三、保健品年产能

### 第二节 2008年中国保健食品供给种类

## 一、主要产品概况

## 二、保健食品形态

### 第三节2008年中国保健食品进口贸易

### 第四节2008年中国其他行业涉足保健食品行业对供给的影响

#### 一、一般食品业

#### 二、药品行业

## 第六章2008年中国保健食品市场消费者需求态势

### 第一节2008年中国保健食品消费者调查

#### 一、消费者偏好

#### 二、消费者收入

#### 三、保健食品功能特性

### 第二节2008年中国保健食品市场品牌

#### 一、保健食品市场最受关注十大品牌

#### 二、保健食品市场品牌市场占有率

### 第三节2008年中国保健食品需求结构调查

#### 一、城乡需求结构

#### 二、不同群体需求结构

#### 三、地域差异

#### 四、各线城市差异

## 第七章 2008年中国保健食品产品种类市场运行局势

### 第一节2008年中国减肥类保健食品

#### 一、减肥茶

#### 二、减肥胶囊

### 第二节2008年中国"改善皮肤水份"功能保健食品市场概况

#### 一、市场情况

#### 二、产品情况

#### 三、产品的实际应用

### 第三节 2008年中国抗辐射功能保健食品市场概况

#### 一、市场现状

#### 二、常见的抗辐射中草药

### 三、抗辐射的保健食品的主要成分

#### 第四节 补血类保健食品市场

##### 一、市场概述

##### 二、消费群体调查

##### 三、产品、价格

#### 第五节 补脑类保健品产品市场

### 第八章 2008年中国保健食品市场营销策略

#### 第一节 中国保健品主要品牌营销策略回顾

##### 一、太阳神---CI理念的先行者

##### 二、三株---人海战术的先驱

##### 三、脑白金---礼品概念的最大赢家

##### 四、红桃K---农村市场战略的胜利者

##### 五、太太---创新守住女人阵地

##### 六、安利纽崔莱---科技驱动、明星领跑

#### 第二节 2008年中国保健品的主要销售渠道

#### 第三节 2008年中国保健食品营销经典案例

##### 一、脑白金----恶俗广告托起巨人

##### 二、安利-纽崔莱---直销加品牌，跑出行业领军

##### 三、三株---遍地开花、未迎来瓜熟蒂落

### 第九章 2008年中国保健食品行业市场竞争格局

#### 第一节 2008年中国保健食品市场竞争特征

##### 一、保健品细分市场形成

##### 二、市场集中度不断加剧、有走向寡头垄断的趋势

#### 第二节 2008年中国保健食品市场竞争格局综述

##### 一、保健食品市场集中度

##### 二、保健食品市场竞争程度

#### 第三节 2008年中国保健食品行业国际竞争者的影响

##### 一、中国保健食品企业的SWOT

##### 二、国际保健食品企业的SWOT

#### 第四节 2008年中国保健食品行业竞争存在的问题

## 第十章 2008年中国保健食品行业重点企业透析

### 第一节 完美(中国)日用品有限公司

- 一、公司简介
- 二、公司主要财务及主要指标
- 三、公司竞争力
- 四、公司未来战略

### 第二节 苏州东瑞制药有限公司

- 一、公司简介
- 二、公司主要财务及主要指标
- 三、公司竞争力
- 四、公司未来战略

### 第三节 宝健(中国)日用品有限公司

- 一、公司简介
- 二、公司主要财务及主要指标
- 三、公司竞争力
- 四、公司未来战略

### 第四节 南京中脉科技发展有限公司

- 一、公司简介
- 二、公司主要财务及主要指标
- 三、公司竞争力
- 四、公司未来战略

### 第五节 卫材(苏州)制药有限公司

- 一、公司简介
- 二、公司主要财务及主要指标
- 三、公司竞争力
- 四、公司未来战略

### 第六节 苏州市郎力福保健品有限公司

- 一、公司简介
- 二、公司主要财务及主要指标
- 三、公司竞争力
- 四、公司未来战略

### 第七节 上海交大昂立股份有限公司

一、公司简介

二、公司主要财务及主要指标

三、公司竞争力

四、公司未来战略

第八节 长沙王中华生物技术有限公司

一、公司简介

二、公司主要财务及主要指标

三、公司竞争力

四、公司未来战略

第九节 北京知蜂堂蜂产品有限公司

一、公司简介

二、公司主要财务及主要指标

三、公司竞争力

四、公司未来战略

第十节 岳阳市本草生物工程有限公司

一、公司简介

二、公司主要财务及主要指标

三、公司竞争力

四、公司未来战略

第十一节 略&hellip;&hellip;

第十一章 2009-2012年中国保健食品行业趋势预测

第一节 2009-2012年中国保健食品行业趋势

一、保健食品市场将进一步扩大

二、新资源、高技术、方便剂型的保健食品将成为主流

三、功能更加多样化，单品种功能趋向专一化

第二节 2009-2012年中国保健食品需求预测

一、保健食品的功能更加专一

二、“边缘”保健食品异军突起

三、新资源保健食品受宠

四、基因食品将成为未来保健食品主流

五、软胶囊、口服液成为产品包装趋势

## 六、西部战略大转移

### 第三节2009-2012年中国保健食品行业盈利预测

## 第十二章2009-2012年中国保健食品行业投资机会与风险

### 第一节2009-2012年中国保健食品行业投资环境

#### 第二节2009-2012年中国保健食品行业投资机会

##### 一、市场需求越来越大

##### 二、信誉重整

##### 三、科学的力量规范市场

### 第三节2009-2012年中国保健食品行业投资风险

##### 一、市场竞争风险

##### 二、技术风险

##### 三、外资进入风险

##### 四、进出口壁垒

#### 第四节 专家建议

## 第十三章 金融危机对保健食品产业的影响及企业应对策略

### 第一节 金融危机对保健食品产业的影响

#### 一、金融业与保健食品产业的关系

#### 二、当前金融危机对全球保健食品产业的影响

#### 三、当前金融危机对我国的影响

#### 四、次贷危机对我国保健食品行业的影响

#### 五、次贷危机对我国保健食品企业发展的影响

#### 六、我国保健食品产业当前政策与金融危机的关系

### 第二节 我国保健食品产业应对金融危机的主要策略探讨

#### 一、政策角度

#### 二、上、下游市场角度

#### 三、企业管理角度

#### 四、我国保健食品产业应对金融危机的主要策略评价

#### 第三节 专家建议

图表名称：部分

图表 中国GDP

图表 城乡居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数

图表 人民币升值

图表 完美(中国)日用品有限公司盈利指标情况

图表 完美(中国)日用品有限公司资产运行指标状况

图表 完美(中国)日用品有限公司资产负债能力指标

图表 完美(中国)日用品有限公司盈利能力情况

图表 完美(中国)日用品有限公司销售收入情况

图表 完美(中国)日用品有限公司成本费用构成情况

图表 苏州东瑞制药有限公司盈利指标情况

图表 苏州东瑞制药有限公司资产运行指标状况

图表 苏州东瑞制药有限公司资产负债能力指标

图表 苏州东瑞制药有限公司盈利能力情况

图表 苏州东瑞制药有限公司销售收入情况

图表 苏州东瑞制药有限公司成本费用构成情况

图表 宝健(中国)日用品有限公司盈利指标情况

图表 宝健(中国)日用品有限公司资产运行指标状况

图表 宝健(中国)日用品有限公司资产负债能力指标

图表 宝健(中国)日用品有限公司盈利能力情况

图表 宝健(中国)日用品有限公司销售收入情况

图表 宝健(中国)日用品有限公司成本费用构成情况

图表 南京中脉科技发展有限公司盈利指标情况

图表 南京中脉科技发展有限公司资产运行指标状况

图表 南京中脉科技发展有限公司资产负债能力指标

图表 南京中脉科技发展有限公司盈利能力情况

图表 南京中脉科技发展有限公司销售收入情况

图表 南京中脉科技发展有限公司成本费用构成情况

图表 卫材(苏州)制药有限公司盈利指标情况

图表 卫材(苏州)制药有限公司资产运行指标状况

图表 卫材(苏州)制药有限公司资产负债能力指标

图表 卫材(苏州)制药有限公司盈利能力情况

图表 卫材(苏州)制药有限公司销售收入情况

图表 卫材（苏州）制药有限公司成本费用构成情况

图表 苏州市郎力福保健品有限公司盈利指标情况

图表 苏州市郎力福保健品有限公司资产运行指标状况

图表 苏州市郎力福保健品有限公司资产负债能力指标

图表 苏州市郎力福保健品有限公司盈利能力情况

图表 苏州市郎力福保健品有限公司销售收入情况

图表 苏州市郎力福保健品有限公司成本费用构成情况

图表 上海交大昂立股份有限公司盈利指标情况

图表 上海交大昂立股份有限公司资产运行指标状况

图表 上海交大昂立股份有限公司资产负债能力指标

图表 上海交大昂立股份有限公司盈利能力情况

图表 上海交大昂立股份有限公司销售收入情况

图表 上海交大昂立股份有限公司成本费用构成情况

图表 长沙王中华生物技术有限公司盈利指标情况

图表 长沙王中华生物技术有限公司资产运行指标状况

图表 长沙王中华生物技术有限公司资产负债能力指标

图表 长沙王中华生物技术有限公司盈利能力情况

图表 长沙王中华生物技术有限公司销售收入情况

图表 长沙王中华生物技术有限公司成本费用构成情况

图表 北京知蜂堂蜂产品有限公司盈利指标情况

图表 北京知蜂堂蜂产品有限公司资产运行指标状况

图表 北京知蜂堂蜂产品有限公司资产负债能力指标

图表 北京知蜂堂蜂产品有限公司盈利能力情况

图表 北京知蜂堂蜂产品有限公司销售收入情况

图表 北京知蜂堂蜂产品有限公司成本费用构成情况

图表 岳阳市本草生物工程技术有限公司盈利指标情况

图表 岳阳市本草生物工程技术有限公司资产运行指标状况

图表 岳阳市本草生物工程技术有限公司资产负债能力指标

图表 岳阳市本草生物工程技术有限公司盈利能力情况

图表 岳阳市本草生物工程技术有限公司销售收入情况

图表 岳阳市本草生物工程技术有限公司成本费用构成情况

图表 2009-2012年中国保健食品需求预测

图表 2009-2012年中国保健食品行业盈利预测

图表 2009-2012年中国保健食品行业市场竞争预测

图表 略.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/35603.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。