



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009年中国保健品市场研究预测报告(白金版)

一、调研说明

《2009年中国保健品市场研究预测报告(白金版)》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/39768.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

对外贸易 据海关统计，2007年1～11月，我国保健品进出口额1.33亿美元（去年同期进出口额1.24亿美元），同比上升7.17%，其中出口额6234万美元（去年同期出口额6289万美元），同比下降0.83%，保健品出口同比下降趋势在逐月减缓，现已趋于平稳。2008年2月份，未列名人参单月出口218吨，合计347.0万美元，平均出口单价15.9美元/公斤。前2个月，我国未列名人参共出口726吨，出口金额达到1267.7万美元……

市场竞争 2007年是医药保健品行业再次遭遇严冬、面临行业洗牌的一年。传统的数量式营销模式的变革是一件早晚都要发生的事情，如果不变革不进化，整个保健品行业必然步入衰亡。这场新的变革，将会在某种程度上促使大部分企业提前退出市场舞台，同时将进一步对整个行业做出新的规范，提出新的要求，从而使得竞争变得更加有序，更趋于良性……

市场趋势 在保健品行业中，新的品牌越来越难进入市场竞争。进入成本尤其是大范围铺货、获得GMP认证、通过大量广告树立品牌等等的花费越来越大。大部分企业都在致力于寻找其它的途径和方法来销售他们的产品，主要通过少数市场推出创新产品来开拓一小片生存空间，因为大多数企业都没有足够雄厚的竞争实力。到2010年，在过去10年间已经树立起来的主要品牌仍将是**中国保健品市场**上的最突出的市场参与者——只要其继续有效地管理和继续引领该类别的消费潮流和消费需求。

声明：

此报告为本司原创，请购买者予以甄别！谨慎选择！凡所见报告目录均为已完成研究成果。收受款后即时发送报告，所有报告均带防伪标志与底纹！如有报告内容与目录不符者均不是本公司产品，或以正在更新或修改为由推延交付时间者均为假冒！

【 目录 】

上 卷

《2009年中国保健品市场研究预测报告》(白金版)

本报告上卷为您对2008年保健品市场及细分市场进行了详尽的表观描述，并对中国保健品行业运行各项指标进行了详细分析，让您对2009年中国保健品市场现状及行业运行有详尽的了解……，详细内容请您阅读《2009年中国保健品市场研究预测报告》(白金版) 1章——9章……

第一章 全球化中的中国保健品市场 1

第一节 全球医药保健品市场增长分析 1

一、全球医药保健品市场增长速度 1

二、全球医药保健品市场总体规模 1

三、全球医药保健品市场市场份额 2

第二节 全球营养保健品典型市场分析 3

一、全球营养保健品典型市场地位 4

二、全球营养保健品典型市场份额 4

三、全球营养保健品典型市场——意大利 5

四、全球营养保健品典型市场——德国 6

五、全球营养保健品典型市场——英国 6

六、全球营养保健品典型市场——法国 6

七、全球营养保健品典型市场——中国 7

八、全球营养保健品典型市场——日本 7

第二章 保健品市场对外贸易情况分析 10

第一节 2008年我国医药保健品对外贸易形分析 10

第二节 2007年医药保健品对外贸易分析 12

一、保健产品出口品类分析 14

二、保健产品出口地区分析 16

三、保健产品出口企业分析 19

四、保健产品出口国别与地区分析 20

第三章 保健品销售区域性特点分析 23

第四章 中国农村保健品市场 26

第一节 农村保健品市场市场现状分析 26

第二节 农村保健品市场推广策略 28

第五章 华北地区保健品市场分析 30

第一节 北京保健品市场 30

第二节 沈阳保健品市场 37

第三节 青岛保健品市场 41

第六章 华东地区保健品市场分析 47

第一节 上海保健品市场 47

第二节 南京保健品市场 52

第三节 杭州保健品市场 59

第七章 华南地区保健品市场分析 65

第一节 广州保健品市场 65

第八章 2008中国分品类保健品市场分析 72

第一节 传统型保健品市场及主要品牌分析 72

第二节 现代型保健品市场及主要品牌分析 75

第三节 功能性保健品及主要生产厂家分析 75

第九章 2008保健品细分品类市场 77

第一节 补钙保健品市场 77

一、补钙保健品市场规模 77

二、补钙保健品市场竞争 78

三、补钙保健品前景预测 81

四、补钙保健品市场表现 82

五、成功产品案例分析 98

(一) 成功案例一——三精葡萄糖酸钙 98

(二) 成功案例二——盖中盖 106

(三) 成功案例三——盖天力 110

(四) 成功案例四——钙尔奇 112

第二节 补血保健品市场	113
一、补血保健品市场现状	113
二、补血保健品市场竞争	114
三、补血保健品补血市场动态	122
四、补血保健品市场表现	124
五、成功产品案例分析	133
（一）成功案例一——女人缘	133
（二）成功案例二——红桃K	135
（三）成功案例三——血尔	144
第三节 维生素类保健品市场	148
一、我国维生素工业在全球地位	148
二、我国维生素在全球贸易地位	150
三、2009影响全球维生素业企业	150
四、2009中国维生素行业发展方向	151
五、中国维生素资本市场分析	151
六、维生素类保健品主要产品	152
七、维生素类保健品市场销售表现	155
第四节 减肥类保健品市场	173
一、减肥类保健品市场规模	173
二、减肥类保健品产品分类	174
三、减肥类保健品市场表现	176
第五节 美容类保健品市场	190
一、美容类保健品发展历程	190
二、美容类保健品市场特征	191
三、美容类保健品市场表现	192
四、美容类保健品主要品牌	193
五、美容类保健品市场趋势	195
六、成功产品案例分析	196
（一）成功案例——太太口服液、静心口服液	196
（二）成功案例——排毒养颜胶囊	198
第六节 改善肠胃类保健品市场	205
一、改善肠胃类保健品市场发展	205

二、成功产品案例分析——昂立一号	205
第七节 洋参类保健品市场	214
一、2008西洋参市场发展分析	214
二、2008西洋参市场品牌竞争分析	214
三、西洋参市场销售表现分析	218
第八节 保健酒市场	227
一、保健酒市场现状分析	227
二、保健酒市场消费者分析	228
三、保健酒市场未来趋势分析	229
四、保健酒市场面临困境分析	230
五、保健酒市场销售表现分析	234
第九节 清咽类保健品	243
第十节 免疫调节类保健品	254
一、免疫调节类保健品市场分析	254
二、免疫调节类保健品市场表现分析	256
第十一节 改善睡眠类保健品	270
第十二节 调节血脂类保健品	277

下 卷

《2009年中国保健品市场研究预测报告》(白金版)

本报告下卷为您对2008年保健品市场营销、市场竞争格局、未来趋势等进行了深度解构分析，让您对2009年中国保健品市场有更好的了解与把握，助您把握商机，占尽先机！详细内容请您阅读《2009年中国保健品市场研究预测报告》(白金版) 10章——14章……

第十章 2008保健品企业竞争现状	286
第一节 医药保健品市场的竞争利器	286
一、利器之一——服务的变革	288
二、利器之二——技术的变革	288
三、利器之三——品牌的变革	288
第二节 昆明保健品市场竞争现状分析	289

第十一章 优势企业	291
第一节 山东东阿阿胶公司	291
一、公司简介	291
二、经营状况	292
第二节 长沙九芝堂	294
一、公司简介	294
二、经营状况	295
第三节 北京同仁堂	297
一、公司简介	297
二、经营状况	297
第四节 交大昂立经营状况	299
一、公司简介	299
二、经营状况	300
第五节 海南椰岛	302
第六节 健康元	304
第七节 健特生物	306
第八节 重庆太极实业(集团)股份有限公司	308
一、基本情况	308
二、主要产品	308
三、经营状况	308
第九节 深圳海王生物公司	310
一、基本情况	310
二、主要产品	311
三、经营状况	312
第十二章 市场营销	314
第一节 保健品营销策略	314
一、保健品营销策略剖析	314
二、推广保健品的策略	319
三、保健品市场提升策略	324
四、药店保健品经营策略	330
第二节 保健品广告投放分析	332

一、保健品广告成功因素分析	332
二、2008年医药保健品广告投入趋势	337
第三节 保健品营销趋势	339
一、保健品营销趋势透视	339
二、保健品营销走向专卖店模式	346

第十三章 保健品消费者调查与研究 349

第十四章 保健品市场趋势与预测	356
第一节 未来保健品市场瓶颈和展望	356
第二节 未来保健品市场生产厂商分析	356
第三节 未来女性保健品市场趋势	357
第四节 未来抗肿瘤保健品市场趋势	360

表目录

表1 2007年全球医药保健品市场总规模	1
表2 2007年年美国医药保健品市场增速	1
表3 2007年美国占全球医药保健品市场	3
表4 全球各地区营养保健品市场规模	4
表5 德国营养保健品市场规模	5
表6 意大利营养保健品市场规模	5
表7 英国营养保健品市场规模	5
表8 法国营养保健品市场规模	5
表9 2007年1-12月中国医药保健品进出口商品分类统计表	13
表10 2008年1-4月中国医药保健品进出口商品分类统计表	14
表11 2007年保健品产品出口排名	15
表12 2008年1-2月份未列名人参累计出口市场统计表	15
表13 2007年1-12月北京保健品出口统计	16
表14 2008年1-5月份北京市医药保健品出口表	16
表15 2007年1-12月长沙保健品出口统计	16
表16 2007年1-12月广州保健品出口统计	16
表17 2008年1-5月份广州市医药保健品出口表	16

表18	2007年1-12月杭州保健品出口统计	16
表19	2008年1-5月份杭州市医药保健品出口表	17
表20	2007年1-12月上海保健品出口统计	17
表21	2008年1-5月份上海市医药保健品出口表	17
表22	2007年1-12月成都保健品出口统计	17
表23	2008年1-5月份成都市医药保健品出口表	17
表24	2007年1-12月石家庄保健品出口统计	17
表25	2008年1-5月份石家庄市医药保健品出口表	18
表26	2007年1-12月天津保健品出口统计	18
表27	2007年1-12月西安保健品出口统计	18
表28	2008年1-5月份西安市医药保健品出口表	18
表29	2007年1-12月深圳保健品出口统计	18
表30	2008年1-5月份深圳市医药保健品出口表	18
表31	2007年1-12月长春保健品出口统计	19
表32	2008年1-5月份长春市医药保健品出口表	19
表33	2007年1~12月淄博保健品出口统计	19
表34	2007年保健品出口前10名企业	19
表35	2007年各地区或国家保健品出口数量	20
表36	2007年各地区或国家保健品出口金额	20
表37	2007年日本保健品出口数量/金额	21
表38	2007年美国保健品出口金额/数量	21
表39	2007年香港/法国保健品出口金额/数量	21
表40	2007年韩国保健品出口金额/数量	21
表41	2007年马来西亚保健品出口金额/数量	21
表42	2007年澳大利亚保健品出口金额/数量	21
表43	2007年泰国保健品出口金额/数量	22
表44	2007年德国保健品出口金额/数量	22
表45	2007年秘鲁保健品出口金额/数量	22
表46	2007年台湾省保健品出口金额/数量	22
表47	2007年1月份北京市零售市场保健品销售金额排行榜	30
表48	2007年2月份北京市零售市场保健品销售金额排行榜	31
表49	2007年3月份北京市零售市场保健品销售金额排行榜	32

表50	2007年4月份北京市零售市场保健品销售金额排行榜	33
表51	2007年5月份北京市零售市场保健品销售金额排行榜	34
表52	2007年6月份北京市零售市场保健品销售金额排行榜	35
表53	2007年6月份沈阳市场零售市场保健品销售金额排行榜	37
表54	2007年5月份沈阳市场零售市场保健品销售金额排行榜	38
表55	2007年4月份沈阳市场零售市场保健品销售金额排行榜	38
表56	2007年3月份沈阳市场零售市场保健品销售金额排行榜	39
表57	2007年2月份沈阳市场零售市场保健品销售金额排行榜	39
表58	2007年1月份沈阳市场零售市场保健品销售金额排行榜	40
表59	2007年6月份青岛零售市场保健品销售金额排行榜	41
表60	2007年5月份青岛零售市场保健品销售金额排行榜	42
表61	2007年4月份青岛零售市场保健品销售金额排行榜	43
表62	2007年3月份青岛零售市场保健品销售金额排行榜	44
表63	2007年2月份青岛零售市场保健品销售金额排行榜	45
表64	2007年1月份青岛零售市场保健品销售金额排行榜	46
表65	2007年1月份上海市零售市场保健品销售金额排行榜	47
表66	2007年2月份上海市零售市场保健品销售金额排行榜	48
表67	2007年3月份上海市零售市场保健品销售金额排行榜	49
表68	2007年4月份上海市零售市场保健品销售金额排行榜	50
表69	2007年5月份上海市零售市场保健品销售金额排行榜	51
表70	2007年6月份上海市零售市场保健品销售金额排行榜	51
表71	2007年1月份南京市零售市场保健品销售金额排行榜	53
表72	2007年2月份南京市零售市场保健品销售金额排行榜	54
表73	2007年3月份南京市零售市场保健品销售金额排行榜	55
表74	2007年4月份南京市零售市场保健品销售金额排行榜	56
表75	2007年5月份南京市零售市场保健品销售金额排行榜	57
表76	2007年6月份南京市零售市场保健品销售金额排行榜	58
表77	2007年1月份杭州市零售市场保健品销售金额排行榜	59
表78	2007年2月份杭州市零售市场保健品销售金额排行榜	60
表79	2007年3月份杭州市零售市场保健品销售金额排行榜	61
表80	2007年4月份杭州市零售市场保健品销售金额排行榜	62
表81	2007年5月份杭州市零售市场保健品销售金额排行榜	63

表82	2007年6月份杭州市零售市场保健品销售金额排行榜	64
表83	2007年1月份广州市零售市场保健品销售金额排行榜	65
表84	2007年2月份广州市零售市场保健品销售金额排行榜	66
表85	2007年3月份广州市零售市场保健品销售金额排行榜	67
表86	2007年4月份广州市零售市场保健品销售金额排行榜	68
表87	2007年5月份广州市零售市场保健品销售金额排行榜	69
表88	2007年6月份广州零售市场保健品销售金额排行榜	70
表89	2007年1月份全国部分连锁店超市补钙类保健食品销售排行	82
表90	2007年10月全国部分连锁店补钙类保健食品销售排行	82
表91	2007年9月份山东补钙类保健品销售金额排序	83
表92	2007年8月份上海市补钙类保健品销售金额排序	83
表93	2007年7月份上海市补钙类保健品销售金额排序	84
表94	2007年6月份上海市补钙类保健品销售金额排序	85
表95	2007年5月份上海市补钙类保健品销售金额排序	85
表96	2007年4月份上海市补钙类保健品销售金额排序	86
表97	2007年3月份上海市补钙类保健品销售金额排序	87
表98	2007年2月份上海市补钙类保健品销售金额排序	87
表99	2007年1月份上海市补钙类保健品销售金额排序	88
表100	2007年9月份沈阳补钙类保健品销售金额排序	89
表101	2007年8月份沈阳市补钙类保健品销售金额排序	89
表102	2007年7月份沈阳市补钙类保健品销售金额排序	90
表103	2007年6月份沈阳市补钙类保健品销售金额排序	90
表104	2007年5月份沈阳市补钙类保健品销售金额排序	91
表105	2007年4月份沈阳市补钙类保健品销售金额排序	91
表106	2007年3月份沈阳市补钙类保健品销售金额排序	92
表107	2007年2月份沈阳市补钙类保健品销售金额排序	93
表108	2007年1月份沈阳市场补钙类保健品销售金额排序	93
表109	2007年8月份山东市场补钙类保健品销售金额排序	94
表110	2007年7月份山东市场补钙类保健品销售金额排序	94
表111	2007年6月份山东市场补钙类保健品销售金额排序	94
表112	2007年5月份山东市场补钙类保健品销售金额排序	95
表113	2007年4月份山东市场补钙类保健品销售金额排序	96

表114	2007年3月份山东市场补钙类保健品销售金额排序	97
表115	2007年2月份山东市补钙类保健品销售金额排序	97
表116	2007年1月份山东市场补钙类保健品销售金额排序	98
表117	2007年9月份上海市场补血类保健品销售金额排序	124
表118	2007年8月份上海市场补血类保健品销售金额排序	124
表119	2007年7月份上海市场补血类保健品销售金额排序	125
表120	2007年6月份上海市场补血类保健品销售金额排序	125
表121	2007年5月份上海市场补血类保健品销售金额排序	125
表122	2007年4月份上海市场补血类保健品销售金额排序	126
表123	2007年3月份上海市场补血类保健品销售金额排序	126
表124	2007年2月份上海市场补血类保健品销售金额排序	126
表125	2007年1月份上海市场补血类保健品销售金额排序	127
表126	2007年9月份沈阳市场补血类保健品销售金额排序	127
表127	2007年8月份沈阳市场补血类保健品销售金额排序	128
表128	2007年7月份沈阳市场补血类保健品销售金额排序	128
表129	2007年6月份沈阳市场补血类保健品销售金额排序	128
表130	2007年5月份沈阳市场补血类保健品销售金额排序	129
表131	2007年4月份沈阳市场补血类保健品销售金额排序	129
表132	2007年3月份沈阳市场补血类保健品销售金额排序	130
表133	2007年2月份沈阳市场补血类保健品销售金额排序	130
表134	2007年1月份沈阳市场补血类保健品销售金额排序	131
表135	2007年9月份山东市场补血类保健品销售金额排序	131
表136	2007年8月份山东市场补血类保健品销售金额排序	132
表137	2007年7月份山东市场补血类保健品销售金额排序	132
表138	2007年5月份山东市场补血类保健品销售金额排序	132
表139	2007年4月份山东市场补血类保健品销售金额排序	132
表140	2007年3月份山东市场补血类保健品销售金额排序	133
表141	2007年2月份山东市场补血类保健品销售金额排序	133
表142	2007年1月份山东市场补血类保健品销售金额排序	133
表143	国内维生素C及其衍生物的四大生产企业产量	149
表144	国内维生素C的四大生产企业的出口量如下	150
表145	维生素B主要子产品	152

表146 维生素B主要生产厂家	153
表147 维生素C主要生产厂家及市场份额	153
表148 2007年8月份上海市场维生素类保健品销售金额排序	155
表149 2007年7月份上海市场维生素类保健品销售金额排序	156
表150 2007年6月份上海市场维生素类保健品销售金额排序	157
表151 2007年5月份上海市场维生素类保健品销售金额排序	157
表152 2007年4月份上海市场维生素类保健品销售金额排序	158
表153 2007年3月份上海市场维生素类保健品销售金额排序	159
表154 2007年2月份上海市场维生素类保健品销售金额排序	159
表155 2007年1月份上海市场维生素类保健品销售金额排序	160
表156 2007年8月份沈阳市场维生素类保健品销售金额排序	161
表157 2007年7月份沈阳市场维生素类保健品销售金额排序	162
表158 2007年6月份沈阳市场维生素类保健品销售金额排序	162
表159 2007年5月份沈阳市场维生素类保健品销售金额排序	163
表160 2007年4月份沈阳市场维生素类保健品销售金额排序	164
表161 2007年3月份沈阳市场维生素类保健品销售金额排序	165
表162 2007年2月份沈阳市场维生素类保健品销售金额排序	165
表163 2007年1月份沈阳市场维生素类保健品销售金额排序	166
表164 2007年8月份山东市场维生素类保健品销售金额排序	167
表165 2007年7月份山东市场维生素类保健品销售金额排序	167
表166 2007年6月份山东市场维生素类保健品销售金额排序	168
表167 2007年5月份山东市场维生素类保健品销售金额排序	169
表168 2007年4月份山东市场维生素类保健品销售金额排序	170
表169 2007年3月份山东市场维生素类保健品销售金额排序	171
表170 2007年2月份山东市场维生素类保健品销售金额排序	172
表171 2007年1月份山东市场维生素类保健品销售金额排序	173
表172 主流的口服减肥产品的铺货率	177
表173 口服减肥产品的销售情况	178
表174 店员最常推荐的口服减肥产品销售代表拜访店员的周期	181
表175 2007年1月份全国部分连锁店超市减肥类保健食品销售排行	183
表176 2007年10月全国部分连锁店减肥类保健食品销售排行	183
表177 2007年8月份上海市场减肥类保健品销售金额排序	183

表178	2007年7月份上海市场减肥类保健品销售金额排序	184
表179	2007年6月份上海市场减肥类保健品销售金额排序	184
表180	2007年5月份上海市场减肥类保健品销售金额排序	184
表181	2007年4月份上海市场减肥类保健品销售金额排序	185
表182	2007年3月份上海市场减肥类保健品销售金额排序	185
表183	2007年2月份上海市场减肥类保健品销售金额排序	186
表184	2007年1月份上海市场减肥类保健品销售金额排序	186
表185	2007年8月份沈阳市场减肥类保健品销售金额排序	186
表186	2007年7月份沈阳市场减肥类保健品销售金额排序	187
表187	2007年6月份沈阳市场减肥类保健品销售金额排序	187
表188	2007年5月份沈阳市场减肥类保健品销售金额排序	188
表189	2007年4月份沈阳市场减肥类保健品销售金额排序	188
表190	2007年3月份沈阳市场减肥类保健品销售金额排序	188
表191	2007年2月份沈阳市场减肥类保健品销售金额排序	189
表192	2007年1月份沈阳市场减肥类保健品销售金额排序	189
表193	2007年6月份山东市场减肥类保健品销售金额排序	190
表194	2007年5月份山东市场减肥类保健品销售金额排序	190
表195	2007年4月份山东市场减肥类保健品销售金额排序	190
表196	以女性为基准的美容养颜类保健品购买率、知名度与购买知名比	193
表197	以男性为基准的美容养颜类保健品购买率、知名度、购买知名比	194
表198	美容养颜类保健品广告整体接触率	194
表199	2007年8月份上海市场美容类保健品销售金额排序	199
表200	2007年7月份上海市场美容类保健品销售金额排序	199
表201	2007年6月份上海市场美容类保健品销售金额排序	200
表202	2007年5月份上海市场美容类保健品销售金额排序	200
表203	2007年4月份上海市场美容类保健品销售金额排序	200
表204	2007年3月份上海市场美容类保健品销售金额排序	201
表205	2007年2月份上海市场美容类保健品销售金额排序	201
表206	2007年1月份上海市场美容类保健品销售金额排序	201
表207	2007年8月份沈阳市场美容类保健品销售金额排序	202
表208	2007年7月份沈阳市场美容类保健品销售金额排序	202
表209	2007年6月份沈阳市场美容类保健品销售金额排序	202

表210 2007年5月份沈阳市场美容类保健品销售金额排序 203

表211 2007年4月份沈阳市场美容类保健品销售金额排序 203

表212 2007年3月份沈阳市场美容类保健品销售金额排序 203

表213 2007年2月份沈阳市场美容类保健品销售金额排序 204

表214 2007年1月份沈阳市场美容类保健品销售金额排序 204

表215 2007年8月份上海市场润肠通便类保健品销售金额排序 208

表216 2007年7月份上海市场润肠通便类保健品销售金额排序 208

表217 2007年6月份上海市场润肠通便类保健品销售金额排序 208

表218 2007年5月份上海市场润肠通便类保健品销售金额排序 209

表219 2007年4月份上海市场润肠通便类保健品销售金额排序 209

表220 2007年8月份沈阳市场润肠通便类保健品销售金额排序 209

表221 2007年7月份沈阳市场润肠通便类保健品销售金额排序 210

表222 2007年6月份沈阳市场润肠通便类保健品销售金额排序 210

表223 2007年5月份沈阳市场润肠通便类保健品销售金额排序 210

表224 2007年4月份沈阳市场润肠通便类保健品销售金额排序 211

表225 2007年3月份沈阳市场润肠通便类保健品销售金额排序 211

表226 2007年2月份沈阳市场润肠通便类保健品销售金额排序 211

表227 2007年1月份沈阳市场润肠通便类保健品销售金额排序 212

表228 2007年8月份山东市场润肠通便类保健品销售金额排序 212

表229 2007年7月份山东市场润肠通便类保健品销售金额排序 212

表230 2007年6月份山东市场润肠通便类保健品销售金额排序 213

表231 2007年5月份山东市场润肠通便类保健品销售金额排序 213

表232 2007年4月份山东市场润肠通便类保健品销售金额排序 213

表233 2007年3月份山东市场润肠通便类保健品销售金额排序 214

表234 2007年1月份山东市场润肠通便类保健品销售金额排序 214

表235 2007年10月全国部分连锁店洋参类保健食品销售排行 218

表236 2007年3月全国部分连锁店洋参类保健食品销售排行 219

表237 2007年9月份上海市场洋参类保健品销售金额排序 219

表238 2007年8月份上海市场洋参类保健品销售金额排序 220

表239 2007年7月份上海市场洋参类保健品销售金额排序 220

表240 2007年5月份上海市场洋参类保健品销售金额排序 221

表241 2007年4月份上海市场洋参类保健品销售金额排序 221

表242	2007年3月份上海市场洋参类保健品销售金额排序	222
表243	2007年2月份上海市场洋参类保健品销售金额排序	223
表244	2007年1月份上海市场洋参类保健品销售金额排序	224
表245	2007年9月份沈阳市场洋参类保健品销售金额排序	224
表246	2007年8月份沈阳市场洋参类保健品销售金额排序	225
表247	2007年9月份山东市场洋参类保健品销售金额排序	225
表248	2007年8月份山东市场洋参类保健品销售金额排序	225
表249	2007年7月份山东市场洋参类保健品销售金额排序	226
表250	2007年6月份山东市场洋参类保健品销售金额排序	226
表251	2007年5月份山东市场洋参类保健品销售金额排序	226
表252	2007年9月份上海市场保健酒销售金额排序	234
表253	2007年8月份上海市场保健酒销售金额排序	235
表254	2007年7月份上海市场保健酒销售金额排序	235
表255	2007年6月份上海市场保健酒销售金额排序	235
表256	2007年5月份上海市场保健酒销售金额排序	235
表257	2007年4月份上海市场保健酒销售金额排序	236
表258	2007年3月份上海市场保健酒销售金额排序	236
表259	2007年2月份上海市场保健酒销售金额排序	236
表260	2007年1月份上海市场保健酒销售金额排序	236
表261	2007年9月份沈阳市场保健酒销售金额排序	237
表262	2007年8月份沈阳市场保健酒销售金额排序	237
表263	2007年7月份沈阳市场保健酒销售金额排序	237
表264	2007年6月份沈阳市场保健酒销售金额排序	238
表265	2007年5月份沈阳市场保健酒销售金额排序	238
表266	2007年4月份沈阳市场保健酒销售金额排序	238
表267	2007年3月份沈阳市场保健酒销售金额排序	239
表268	2007年2月份沈阳市场保健酒销售金额排序	239
表269	2007年1月份沈阳市场保健酒销售金额排序	239
表270	2007年9月份山东市场保健酒销售金额排序	240
表271	2007年8月份山东市场保健酒销售金额排序	240
表272	2007年7月份山东市场保健酒销售金额排序	240
表273	2007年6月份山东市场保健酒销售金额排序	241

表274	2007年5月份山东市场保健酒销售金额排序	241
表275	2007年4月份山东市场保健酒销售金额排序	241
表276	2007年3月份山东市场保健酒销售金额排序	242
表277	2007年2月份山东市场保健酒销售金额排序	242
表278	2007年8月份上海市场清咽类保健品销售金额排序	243
表279	2007年7月份上海市场清咽类保健品销售金额排序	243
表280	2007年6月份上海市场清咽类保健品销售金额排序	244
表281	2007年5月份上海市场清咽类保健品销售金额排序	244
表282	2007年4月份上海市场清咽类保健品销售金额排序	244
表283	2007年3月份上海市场清咽类保健品销售金额排序	245
表284	2007年2月份上海市场清咽类保健品销售金额排序	245
表285	2007年1月份上海市场清咽类保健品销售金额排序	245
表286	2007年7月份沈阳市场清咽类保健品销售金额排序	246
表287	2007年6月份沈阳市场清咽类保健品销售金额排序	246
表288	2007年5月份沈阳市场清咽类保健品销售金额排序	247
表289	2007年4月份沈阳市场清咽类保健品销售金额排序	248
表290	2007年3月份沈阳市场清咽类保健品销售金额排序	249
表291	2007年2月份沈阳市场清咽类保健品销售金额排序	250
表292	2007年1月份沈阳市场清咽类保健品销售金额排序	251
表293	2007年8月份山东市场清咽类保健品销售金额排序	251
表294	2007年7月份山东市场清咽类保健品销售金额排序	252
表295	2007年6月份山东市场清咽类保健品销售金额排序	252
表296	2007年5月份山东市场清咽类保健品销售金额排序	252
表297	2007年4月份山东市场清咽类保健品销售金额排序	253
表298	2007年3月份山东市场清咽类保健品销售金额排序	253
表299	2007年2月份山东市场清咽类保健品销售金额排序	254
表300	2007年1月份山东市场清咽类保健品销售金额排序	254
表301	2007年8月份上海市场免疫调节类保健品销售金额排序	256
表302	2007年7月份上海市场免疫调节类保健品销售金额排序	257
表303	2007年6月份上海市场免疫调节类保健品销售金额排序	257
表304	2007年5月份上海市场免疫调节类保健品销售金额排序	258
表305	2007年4月份上海市场免疫调节类保健品销售金额排序	258

表306	2007年3月份上海市场免疫调节类保健品销售金额排序	259
表307	2007年2月份上海市场免疫调节类保健品销售金额排序	260
表308	2007年1月份上海市场免疫调节类保健品销售金额排序	260
表309	2007年8月份沈阳市场免疫调节类保健品销售金额排序	261
表310	2007年7月份沈阳市场免疫调节类保健品销售金额排序	261
表311	2007年6月份沈阳市场免疫调节类保健品销售金额排序	262
表312	2007年5月份沈阳市场免疫调节类保健品销售金额排序	263
表313	2007年4月份沈阳市场免疫调节类保健品销售金额排序	264
表314	2007年3月份沈阳市场免疫调节类保健品销售金额排序	265
表315	2007年2月份沈阳市场免疫调节类保健品销售金额排序	266
表316	2007年1月份沈阳市场免疫调节类保健品销售金额排序	267
表317	2007年8月份山东市场免疫调节类保健品销售金额排序	267
表318	2007年7月份山东市场免疫调节类保健品销售金额排序	268
表319	2007年6月份山东市场免疫调节类保健品销售金额排序	268
表320	2007年5月份山东市场免疫调节类保健品销售金额排序	268
表321	2007年4月份山东市场免疫调节类保健品销售金额排序	269
表322	2007年3月份山东市场免疫调节类保健品销售金额排序	269
表323	2007年2月份山东市免疫调节类保健品销售金额排序	269
表324	2007年1月份山东市场免疫调节类保健品销售金额排序	270
表325	2007年8月份上海市场改善睡眠类保健品销售金额排序	270
表326	2007年7月份上海市场改善睡眠类保健品销售金额排序	270
表327	2007年6月份上海市场改善睡眠类保健品销售金额排序	271
表328	2007年5月份上海市场改善睡眠类保健品销售金额排序	271
表329	2007年4月份上海市场改善睡眠类保健品销售金额排序	271
表330	2007年3月份上海市场改善睡眠类保健品销售金额排序	272
表331	2007年2月份上海市场改善睡眠类保健品销售金额排序	272
表332	2007年1月份上海市场改善睡眠类保健品销售金额排序	272
表333	2007年8月份沈阳市场改善睡眠类保健品销售金额排序	273
表334	2007年7月份沈阳市场改善睡眠类保健品销售金额排序	273
表335	2007年6月份沈阳市场改善睡眠类保健品销售金额排序	273
表336	2007年5月份沈阳市场改善睡眠类保健品销售金额排序	274
表337	2007年4月份沈阳市场改善睡眠类保健品销售金额排序	274

表338	2007年3月份沈阳市场改善睡眠类保健品销售金额排序	275
表339	2007年2月份沈阳市场改善睡眠类保健品销售金额排序	275
表340	2007年1月份沈阳市场改善睡眠类保健品销售金额排序	275
表341	2007年8月份山东市场改善睡眠类保健品销售金额排序	276
表342	2007年7月份山东市场改善睡眠类保健品销售金额排序	276
表343	2007年4月份山东市场改善睡眠类保健品销售金额排序	276
表344	2007年3月份山东市场改善睡眠类保健品销售金额排序	276
表345	2007年1月份山东市场改善睡眠类保健品销售金额排序	277
表346	2007年8月份上海市场调节血脂类保健品销售金额排序	277
表347	2007年7月份上海市场调节血脂类保健品销售金额排序	278
表348	2007年6月份上海市场调节血脂类保健品销售金额排序	278
表349	2007年5月份上海市场调节血脂类保健品销售金额排序	278
表350	2007年4月份上海市场调节血脂类保健品销售金额排序	279
表351	2007年3月份上海市场调节血脂类保健品销售金额排序	279
表352	2007年2月份上海市场调节血脂类保健品销售金额排序	280
表353	2007年1月份上海市场调节血脂类保健品销售金额排序	280
表354	2007年8月份山东市场调节血脂类保健品销售金额排序	280
表355	2007年7月份山东市场调节血脂类保健品销售金额排序	281
表356	2007年5月份山东市场调节血脂类保健品销售金额排序	281
表357	2007年8月份沈阳市场调节血脂类保健品销售金额排序	281
表358	2007年7月份沈阳市场调节血脂类保健品销售金额排序	282
表359	2007年6月份沈阳市场调节血脂类保健品销售金额排序	282
表360	2007年5月份沈阳市场调节血脂类保健品销售金额排序	283
表361	2007年4月份沈阳市场调节血脂类保健品销售金额排序	283
表362	2007年3月份沈阳市场调节血脂类保健品销售金额排序	284
表363	2007年2月份沈阳市场调节血脂类保健品销售金额排序	284
表364	2007年1月份沈阳市场调节血脂类保健品销售金额排序	285
表365	2007-2008年东阿阿胶获利能力分析	292
表366	2007-2008年东阿阿胶经营能力分析	292
表367	2007-2008年东阿阿胶偿债能力分析	293
表368	2007-2008年东阿阿胶资本结构分析	293
表369	2007-2008年东阿阿胶发展能力分析	293

表370	2007-2008年东阿阿胶现金流量分析	293
表371	2007-2008年九芝堂获利能力分析	295
表372	2007-2008年九芝堂经营能力分析	295
表373	2007-2008年九芝堂偿债能力分析	295
表374	2007-2008年九芝堂资本结构分析	296
表375	2007-2008年九芝堂发展能力分析	296
表376	2007-2008年九芝堂现金流量分析	296
表377	2007-2008年同仁堂获利能力分析	297
表378	2007-2008年同仁堂经营能力分析	297
表379	2007-2008年同仁堂偿债能力分析	298
表380	2007-2008年同仁堂资本结构分析	298
表381	2007-2008年同仁堂发展能力分析	298
表382	2007-2008年同仁堂现金流量分析	298
表383	2007-2008年交大昂立获利能力分析	300
表384	2007-2008年交大昂立经营能力分析	300
表385	2007-2008年交大昂立偿债能力分析	301
表386	2007-2008年交大昂立资本结构分析	301
表387	2007-2008年交大昂立发展能力分析	301
表388	2007-2008年交大昂立现金流量分析	301
表389	2007-2008年海南椰岛获利能力分析	302
表390	2007-2008年海南椰岛经营能力分析	302
表391	2007-2008年海南椰岛偿债能力分析	303
表392	2007-2008年海南椰岛资本结构分析	303
表393	2007-2008年海南椰岛发展能力分析	303
表394	2007-2008年海南椰岛现金流量分析	303
表395	2007-2008年健康元获利能力分析	304
表396	2007-2008年健康元经营能力分析	304
表397	2007-2008年健康元偿债能力分析	304
表398	2007-2008年健康元资本结构分析	304
表399	2007-2008年健康元发展能力分析	305
表400	2007-2008年健康元现金流量分析	305
表401	2007-2008年健特生物获利能力分析	306

表402 2007-2008年健特生物经营能力分析	306
表403 2007-2008年健特生物偿债能力分析	306
表404 2007-2008年健特生物资本结构分析	307
表405 2007-2008年健特生物发展能力分析	307
表406 2007-2008年健特生物现金流量分析	307
表407 2007-2008年重庆太极实业获利能力分析	308
表408 2007-2008年重庆太极实业经营能力分析	309
表409 2007-2008年重庆太极实业偿债能力分析	309
表410 2007-2008年重庆太极实业资本结构分析	309
表411 2007-2008年重庆太极实业发展能力分析	309
表412 2007-2008年重庆太极实业现金流量分析	310
表413 2007-2008年海王生物获利能力分析	312
表414 2007-2008年海王生物经营能力分析	312
表415 2007-2008年海王生物偿债分析	312
表416 2007-2008年海王生物资本结构分析	313
表417 2007-2008年海王生物发展能力分析	313
表418 2007-2008年海王生物现金流量分析	313
表419 2008年02月保健食品业广告媒体分布前10	338

图目录

图1 2006-2007年美国医药保健品市场增速比较图	2
图2 2007年全球医药保健品市场地区结构图	3
图3 血尔口服液三城市04年市场份额	146
图4 减肥产品各剂型销售金额比例	176
图5 减肥产品各剂型销售数量比例	176
图6 口服减肥产品促销活动落实情况调查	181
图7 2008年6月北京报纸医药保健品类广告发布情况统计	337
图8 2008年6月北京报纸医药保健品类广告发布情况统计	338
图9 消费者使用保健品的频率	349
图10 消费者对保健品的认识	350
图11 消费者对保健顾问服务的认识	351
图12 消费者认为哪种顾问服务更可信	351

图13 消费者是否愿意参加营养保健的教育活动	352
图14 消费者对国内外保健品的评价	353
图15 消费者使用的保健品主要来源	353
图16 消费者使用保健品的目的	354
图17 消费者认为保健品在生活开支中的合理比例	355
图18 消费者主要通过什么渠道了解新保健产品	355

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/39768.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提供专业投资咨询报告、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。