



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年中国保健品市场研究预测 报告

一、调研说明

《2008年中国保健品市场研究预测报告》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/39843.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

【目录】

第一部分 行业现状 1

第一章 中国保健品行业特点分析 2

1.1 保健品行业的定义与分类 2

1.1.1 我国对保健品的定义与分类 2

1.1.2 中国保健品行业的发展 4

1.2 保健品行业的特点 7

1.2.1 行业盈利性分析 7

1.2.2 市场发展周期分析 7

1.2.3 投资壁垒分析 8

1.3 目前中国保健品市场产品功能分析 9

1.3.1 产品功能分布情况 9

1.3.2 主要产品概念诉求 11

1.4 保健品行业原材料分析 12

1.4.1 我国保健产品的原料 12

1.4.2 主要原料的产品分布 13

第二章 2006市场总体情况分析 15

2.1 2006年女性保健品市场分析 15

2.2 地域分布 20

2.3 市场集中度 20

2.4 2006市场变化分析 21

2.4.1 变化一 21

2.4.2 变化二 22

2.4.3 变化三 22

2.4.4 变化四 22

2.4.5 变化五 23

2.5 2006十大保健品事件 24

2.6 保健品价格现状分析 27

2.7 保健品定价策略分析 30

第三章 中国保健品进出口分析 34

3.1 中国保健品进出口分析 34

3.1.1 总体情况分析 34

3.1.2 主要出口国家地区 36

3.1.2 主要出口企业 43

2.3.2 中国保健品进口分析 44

第二部分 市场细分 47

第四章 区域市场分析 48

4.1 区域性差异 48

4.2 北京保健品市场 50

4.2.1 消费环境 50

4.2.1.1 人口情况 50

4.2.1.2 2006年经济增长 52

4.2.2 市场品牌表现 54

4.2.3 经销渠道 64

4.2.4 价格分析 65

4.2.5 北京减肥医药保健品市场 66

4.3 上海保健品市场 66

4.3.1 消费环境 67

4.3.1.1 人口情况 67

4.3.1.2 2006年经济增长 67

4.3.1.2 2006年经济增长 72

4.3.2 终端分析 82

4.3.2.1 批发市场 82

4.3.2.2 便利店 83

4.3.3 区域分析 83

4.3.4 产品分析 85

4.3.5 经销商分析 90

4.3.6	销售季节分析	94
4.3.8	市场品牌表现	95
4.4	广州保健品市场	105
4.4.1	消费环境	105
4.4.1.1	人口情况	105
4.4.2	消费环境	107
4.4.3	市场品牌表现	120
4.5	成都保健品市场	129
4.5.1	消费环境	129
4.5.2	市场表现	135
4.6	其他地区保健品市场	147
4.6.1	武汉保健品市场	147
4.6.2	南京保健品市场	158
4.6.3	杭州保健品市场	167
4.6.4	重庆保健品市场	177
4.6.5	沈阳保健品市场	188
4.6.6	青岛保健品市场	195
4.7	中国农村保健品市场	204
4.7.1	市场状况	204
4.7.2	推广策略	206

第五章 补钙类保健品市场 208

5.1	市场规模	208
5.2	市场竞争	209
5.3	前景预测	212
5.4	市场表现	213
5.4.1	总体情况	213
5.4.2	典型市场	216
5.4.2.1	杭州市场	216
5.4.2.2	广州市场	217
5.4.2.3	成都市场	218
5.4.2.4	沈阳市场	219

- 5.5 成功产品案例分析 220
 - 5.5.1 成功案例一——三精葡萄糖酸钙 220
 - 5.5.2 成功案例二——盖中盖 227
 - 5.5.3 成功案例三——盖天力 231
 - 5.5.4 成功案例四——钙尔奇 233
 - 5.5.5 成功案例五——巨能钙 235
 - 5.5.6 成功案例六——乐力 236
 - 5.5.7 成功案例七——凯思立 236

第六章 补血保健品市场 239

- 6.1 市场现状 239
 - 6.1.1 总体情况 239
 - 6.1.2 销售情况 239
 - 6.1.3 市场竞争 240
 - 6.1.4 补血市场动态 249
 - 6.1.4.1 保健品专攻“补血美容”市场 250
 - 6.1.4.2 医药大企业争做补血老大 251
 - 6.1.4.3 女人缘来就美丽 252
 - 6.1.4.4 福胶集团回补血市场 254
 - 6.1.4.5 补血—红桃K的ERP之路 255
- 6.2 优势企业 259
 - 6.2.1 红桃K和红桃K集团 259
 - 6.2.1.1 红桃K 259
 - 6.2.1.2 红桃K的营销策略分析 260
 - 6.2.1.3 红桃K还能红多久? 265
 - 6.2.2 血尔和康富来公司 276
 - 6.2.2.1 血尔口服液三大城市04年市场份额分析 278
 - 6.2.2.2 保健品的老牌选手 - 康富来公司 280
 - 6.2.3 女人缘和深圳万基药业 281
 - 6.2.3.1 女人缘来势汹汹 281
 - 6.2.3.2 万基药业 282
 - 6.2.4 阿胶和山东东阿公司 283

- 6.2.4.1千年中药瑰宝 - 阿胶 283
- 6.2.4.22004年经营业绩 284
- 6.2.5驴胶补血冲剂和长沙九芝堂 287
- 6.2.5.1驴胶补血冲剂 287
- 6.2.5.2长沙九芝堂 288
- 6.2.6益血生胶囊和北京同仁堂 291
- 6.2.6.1益血生胶囊 291
- 6.2.6.2北京同仁堂 291
- 6.2.6.3经营业绩 292

第七章 维生素类保健品市场 295

- 7.1 市场规模 295
- 7.2 主要产品 295
- 7.3 消费市场 298
- 7.4 2005复合维生素市场 300
- 7.4.1长沙市场 303
- 7.4.2杭州市场 304
- 7.5 优势企业 305
- 7.5.1杭州民生药业集团有限公司 305
- 7.5.221金维它VS 黄金搭档 305
- 7.6 进出口分析 306

第八章 减肥类保健品市场 317

- 8.1 市场规模 317
- 8.2 产品分类 318
- 8.3 销售情况 320
- 8.3.1口服减肥产品总体情况 320
- 8.3.2 2005减肥产品品牌分析 326
- 8.3.2典型市场 332
- 8.3.2.1北京市场 332
- 8.3.2.2上海市场 332
- 8.4 优势品牌 333

8.4.1 大印象减肥茶 333

8.4.2 赛尼可 334

8.4.3 曲美胶囊 335

第九章 美容类保健品市场 336

9.1 发展历程 336

9.2 市场特征 336

9.3 销售情况 337

9.4 主要品牌 339

9.5 趋势预测 341

9.6 成功产品案例分析 342

9.6.1 成功案例——太太口服液、静心口服液 342

9.6.2 成功案例——排毒养颜胶囊 345

第十章 改善肠胃类保健品市场 346

10.1 市场发展 346

10.2 成功产品案例分析——昂立一号 346

10.3 交大昂立经营现状 349

第十一章 提高免疫力类保健品市场 352

11.1 提高免疫力类保健品市场 352

11.1.1 品牌销售表现 352

11.2 成功产品案例 358

11.2.1 成功案例一——深圳万基 358

11.2.2 成功案例二——中脉蜂灵胶囊 362

第十二章 其他类保健品市场 363

12.1 补脑类保健品市场 363

12.2 调节血糖类保健品 363

12.3 抗肿瘤保健品 366

12.4 滋阴壮阳类保健品 371

第三部分 市场竞争	375
第十三章 2006年中国保健品市场竞争局势分析	376
13.1 保健品战略集群分析	376
13.1.1 中国保健品市场竞争格局分析	376
13.1.2 保健品市场主要战略集群分析	379
13.1.3 跨国公司在华战略举措	379
13.1.4 保健品上市公司分析	380
13.2 保健品上市公司分析	381
13.2.1 交大昂立	382
13.2.2 海南椰岛	382
13.2.3 健康元	385
13.2.4 朗力福	388
13.2.4 健特生物	389
13.2.5 重庆太极实业(集团)股份有限公司	392
13.2.5.1 基本情况	392
13.2.5.2 主要产品	392
13.2.5.3 经营状况	392
13.2.6 深圳海王生物公司	395
13.2.6.1 基本情况	395
13.2.6.2 主要产品	395
13.2.6.3 经营状况	396
第十四章 重点企业	399
14.1 安利中国	399
14.1.1 公司动态	399
14.1.2 主要产品	403
14.1.3 产品定位	403
14.2 罗氏中国	407
第四部分 市场营销	410
第十五章 中国保健品市场销售渠道分析	411
15.1 构成及变化	411

- 15.1.1 零售结构的变化 411
- 15.1.2 零售结构的趋势 411
- 15.1.3 长窄型渠道向短宽型转变 412
- 15.2 保健品专卖店 415
- 15.3 保健品专柜 419
- 15.4 大卖场及超市 419
- 15.5 经销商分析 420
 - 15.5.1 招商模式 420
 - 15.5.2 经销商现状 428
 - 15.5.3 经销商管理 429
- 15.6 零售连锁药店发展分析 437
 - 15.6.1 经营现状 437
 - 15.6.2 发展特点 441
 - 15.6.3 发展趋势 445
- 15.7 保健品终端管理 449

第十六章 中国保健品市场营销策略分析 456

- 16.1 概念策略分析 456
 - 16.1.1 CI理念 456
 - 16.1.2 事件营销 456
 - 16.2.3 品牌营销 457
- 16.2 广告策略分析 458
 - 16.2.1 广告法规 458
 - 16.2.2 广告创新 459
 - 16.2.3 广告投放 464
 - 16.2.4 重点媒体 470
- 16.3 沟通策略分析 472
 - 16.3.1 软文与概念炒作 472
 - 16.3.2 公共关系与功能教育 479
 - 16.3.3 小报、墙标、专家义诊、病例 482
 - 16.3.4 终端包装策略 482
- 16.4 品牌策略分析 483

- 16.4.1 品牌塑造和管理策划案例 483
- 16.4.2 品牌延伸与扩张分析 489
- 16.4.3 保健品企业媒体宣传策划案例分析 491
- 16.4.4 营销变革 496

第十七章 行业趋势分析及企业相应对策 504

- 17.1 内部因素的发展变化 504
- 17.2 外部因素的发展变化 507
- 17.3 存在的问题及发展策略 509
- 17.4 2008年中国保健品行业前景预测 519
 - 17.4.1 市场环境分析 519
 - 17.4.2 市场前景分析 520
 - 17.4.3 发展趋势分析 523

第十八章 我国保健品行业营销发展趋势 526

- 18.1 成功的传统营销模式 526
 - 18.1.1 蒙派营销 526
 - 18.1.2 大众化营销 529
- 18.2 新兴营销模式分析 533
 - 18.2.1 体验营销 533
 - 18.2.2 连锁营销 533
 - 18.2.3 服务营销 534
 - 18.2.4 会务营销 536

第五部分 消费者调查 539

第十九章 消费者调查分析 540

- 19.1 分品类保健品消费者调查 540
 - 19.1.1 三大城市保健品消费者调查 540
 - 19.1.2 九大城市补钙保健品消费者调查 545
 - 19.1.3 五大城市美容养颜类保健品消费者调查 548
 - 19.1.4 京沪穗蓉药店复合维生素市场抽样调查 553
 - 19.1.5 提高免疫力类消费者调查分析 556

- 19.1.6 减肥类保健品消费者调查 563
- 19.2 分地区消费者调查 568
 - 19.2.1 北京保健品消费者调查分析 568
 - 19.2.2 上海杭州保健品消费者调查 574
 - 19.2.3 成都保健品消费者调查 580
 - 19.2.4 广州保健品消费者调查 581
- 19.3 分人群消费者调查及分析 585
 - 19.3.1 老年人保健品市场调查及分析 587
 - 19.3.2 女性保健品市场调查及分析 593
 - 19.3.3 青少年保健品市场调查及分析 597
 - 19.3.4 中年人保健品市场调查及分析 605

第六部分 投资环境 609

第二十章 2005-2006年中国经济及人口环境分析 610

- 20.1 2006年经济运行情况分析 610
 - 20.1.1 总体情况 610
 - 20.1.2 农业生产 610
 - 20.1.3 工业生产 611
 - 20.1.4 固定资产投资 611
 - 20.1.5 国内市场消费 612
 - 20.1.6 对外贸易 612
 - 20.1.7 城乡居民收入 612
- 20.2 我国经济增长趋势预测 613
- 20.3 2006年人民币汇率波动对经济的影响 615
- 20.4 中国居民保健品消费的影响因素 616
 - 20.4.1 中国面临老龄化社会及其影响 616
 - 20.4.2 中国70%的成年人处于亚健康状态 617
 - 20.4.3 近年来中国居民疾病谱变化 618

第二十一章 中国保健品行业政策环境分析 620

- 21.1 政策颁布 620
 - 21.1.1 “药健字”保健品退市和“国食”取代“卫食” 620

- 21.1.2. 国家取消保健食品审批终身制实行五年一审批 620
- 21.1.3 《保健食品注册管理办法(试行)》(局令第19号) 621
- 21.1.4 上海明确保健品GMP审查程序 621
- 21.1.5 上海市保健食品生产企业GMP审查申请 622
- 21.1.6 保健食品注册申报基本要求及资料书写与审查规范 625
- 21.1.6 外资企业在中国市场准入法规政策 625
- 21.2 政策分析 625
- 21.2.1 GMP认证及影响分析 625
- 20.2.2 保健食品功能受理和审批范围对行业的限制 626
- 21.3 中国医疗制度改革及影响分析 631
- 21.3.1 城镇基本医疗保险制度 631
- 21.3.2 农村医疗体制的完善 633
- 21.3.3 商业医疗保险制度的建立及影响 634

第二十二章 2007-2008年保健品行业技术环境分析 636

- 22.1 保健品科技发展分析 636
- 22.1.1 中国医药研究发展水平 636
- 22.1.2 中医理论和中药研究发展 638
- 22.1.3 中药保健品 642
- 22.2 中国保健品行业技术研发存在的问题 643
- 22.3 中国高等院校医药和生物技术项目研究开展最新动向 644

第二十三章 2008世界保健品行业发展状况与趋势分析 682

- 23.1 世界保健品市场 682
- 23.2 动态分析与预测 686
- 23.2.1 技术发展状况 686
- 23.2.2 2008年世界保健品市场研发热点预测及分析 690
- 23.3 主要国家 692
- 23.3.1 美国保健品市场 692
- 23.3.2 日本保健品市场 700
- 23.3.3 欧洲保健品市场 713
- 23.3.4 台湾地区保健品市场 714

图表目录

- 图表 中国保健品行业的发展阶段 5
- 图表 中国保健品行业生命周期 7
- 图表 现有保健品企业投资规模分布 8
- 图表 我国保健食品功能分布情况 10
- 图表 我国保健品行业产品形态构成情况 10
- 图表 我国保健品行业地域分布状况 20
- 图表 36城市医疗保健及个人用品类消费价格指数 30
- 图表 2007年1月我国保健品类产品出口金额统计 34
- 图表 2007年1-3月份保健品产品进出口统计表 35
- 图表 2007年1-3月份中药类产品出口前10名城市（按金额排序） 35
- 图表 2007年1-3月中国向亚洲地区出口维生素C情况 36
- 图表 2007年1-3月中国向欧洲地区出口维生素C情况 37
- 图表 2007年1-3月中国向南美洲地区出口维生素C情况 37
- 图表 2007年1-3月中国向北美洲地区出口维生素C情况 38
- 图表 2007年1月主要出口国家地区保健品出口金额排序 38
- 图表 2007年1月各大洲保健品出口金额排序 39
- 图表 2007年1-3月份对各地区或国家中药类产品出口（按金额排序） 39
- 图表 2006年医药保健品进出口商品统计 40
- 图表 2006年12月保健品、医药、医疗设备重要产品出口量统计 40
- 图表 我国保健品行业2006年度出口20强企业名单 43
- 图表 中国人参行业2006年度出口20强企业名单 44
- 图表 进口保健食品与国产保健食品比例 45
- 图表 2005年北京市常住人口统计 50
- 图表 2005年北京市人口出生率/死亡率/自然增长率 50
- 图表 2005年北京市人口城乡构成统计 51
- 图表 2005年北京市人口性别构成统计 51
- 图表 2006年1-12月份北京市主要经济社会指标 53
- 图表 2006年1—12月份北京社会消费品零售额增长 53
- 图表 2007年1月份北京市零售市场保健品销售金额排行榜 54

图表 2006年12月份北京市零售市场保健品销售金额排行榜	55
图表 2006年11月份北京市零售市场保健品销售金额排行榜	56
图表 2006年10月份北京市零售市场保健品销售金额排行榜	56
图表 2006年9月份北京市零售市场保健品销售金额排行榜	57
图表 2006年8月份北京市零售市场保健品销售金额排行榜	58
图表 2006年7月份北京市零售市场保健品销售金额排行榜	59
图表 2006年6月份北京市零售市场保健品销售金额排行榜	59
图表 2006年5月份北京市零售市场保健品销售金额排行榜	60
图表 2006年4月份北京市零售市场保健品销售金额排行榜	61
图表 2006年3月份北京市零售市场保健品销售金额排行榜	62
图表 2006年2月份北京市零售市场保健品销售金额排行榜	63
图表 2006年1月份北京市零售市场保健品销售金额排行榜	63
图表 2004年上海市各区域的人口信息	67
图表 2006年1-12月购物中心商品销售收入 单位：亿元	77
图表 2006年1-12月上海市城市居民消费支出情况	81
图表 2007年1季度上海居民消费价格指数 (去年同期价格为100)	81
图表 经销商经销品牌主要考虑因素	91
图表 零售商希望供应商提供的服务	92
图表 不同零售商希望供应商提供的服务	94
图表 保健品销售的季节特征	95
图表 2007年1月份上海市零售市场保健品销售金额排行榜	95
图表 2006年12月份上海市零售市场保健品销售金额排行榜	96
图表 2006年11月份上海市零售市场保健品销售金额排行榜	96
图表 2006年10月份上海市零售市场保健品销售金额排行榜	97
图表 2006年9月份上海市零售市场保健品销售金额排行榜	98
图表 2006年8月份上海市零售市场保健品销售金额排行榜	99
图表 2006年7月份上海市零售市场保健品销售金额排行榜	100
图表 2006年6月份上海市零售市场保健品销售金额排行榜	100
图表 2006年5月份上海市零售市场保健品销售金额排行榜	101
图表 2006年4月份上海市零售市场保健品销售金额排行榜	102
图表 2006年3月份上海市零售市场保健品销售金额排行榜	103
图表 2006年2月份上海市零售市场保健品销售金额排行榜	104

图表 2006年1月份上海市零售市场保健品销售金额排行榜	104
图表 2006年城乡居民消费价格指数 单位：%	109
图表 2006年主要农牧渔业产品产量	112
图表 2006年工业总产值主要分类情况 单位：亿元	112
图表 规模以上工业企业主要工业产品产量	113
图表 2006年各种运输方式完成货物运输量	115
图表 2006年各种运输方式完成旅客运输量	115
图表 2006年全部金融机构存贷款情况	117
图表 2006年广州进出口主要分类情况 单位：亿美元	118
图表 2006年广州城乡居民家庭平均每百户耐用消费品拥有量	119
图表 2007年1月份广州市零售市场保健品销售金额排行榜	120
图表 2006年12月份广州市零售市场保健品销售金额排行榜	120
图表 2006年11月份广州市零售市场保健品销售金额排行榜	121
图表 2006年10月份广州市零售市场保健品销售金额排行榜	122
图表 2006年9月份广州市零售市场保健品销售金额排行榜	123
图表 2006年7月份广州市零售市场保健品销售金额排行榜	123
图表 2006年6月份广州市零售市场保健品销售金额排行榜	124
图表 2006年5月份广州市零售市场保健品销售金额排行榜	124
图表 2006年4月份广州市零售市场保健品销售金额排行榜	125
图表 2006年3月份广州市零售市场保健品销售金额排行榜	126
图表 2006年2月份广州市零售市场保健品销售金额排行榜	127
图表 2006年1月份广州市零售市场保健品销售金额排行榜	127
图表 广州减肥市场04年销售十强品牌	128
图表 2006年1-6月成都市城市居民家庭收支情况	133
图表 2006年1-6月成都市居民消费价格指数	133
图表 2006年1-6月成都市规模以上工业产品产量	133
图表 2007年1月份成都市零售市场保健品销售金额排行榜	136
图表 2006年12月份成都市零售市场保健品销售金额排行榜	137
图表 2006年11月份成都市零售市场保健品销售金额排行榜	138
图表 2006年10月份成都市零售市场保健品销售金额排行榜	139
图表 2006年9月份成都市零售市场保健品销售金额排行榜	140
图表 2006年8月份成都市零售市场保健品销售金额排行榜	140

图表 2006年7月份成都市零售市场保健品销售金额排行榜	141
图表 2006年6月份成都市零售市场保健品销售金额排行榜	142
图表 2006年5月份成都市零售市场保健品销售金额排行榜	143
图表 2006年4月份成都市零售市场保健品销售金额排行榜	144
图表 2006年3月份成都市零售市场保健品销售金额排行榜	145
图表 2006年2月份成都市零售市场保健品销售金额排行榜	145
图表 2006年1月份成都市零售市场保健品销售金额排行榜	146
图表 2007年1月份武汉市零售市场保健品销售金额排行榜	147
图表 2006年12月份武汉市零售市场保健品销售金额排行榜	148
图表 2006年11月份武汉市零售市场保健品销售金额排行榜	149
图表 2006年10月份武汉市零售市场保健品销售金额排行榜	149
图表 2006年9月份武汉市零售市场保健品销售金额排行榜	150
图表 2006年8月份武汉市零售市场保健品销售金额排行榜	151
图表 2006年7月份武汉市零售市场保健品销售金额排行榜	152
图表 2006年6月份武汉市零售市场保健品销售金额排行榜	153
图表 2006年5月份武汉市零售市场保健品销售金额排行榜	154
图表 2006年4月份武汉市零售市场保健品销售金额排行榜	154
图表 2006年3月份武汉市零售市场保健品销售金额排行榜	155
图表 2006年2月份武汉市零售市场保健品销售金额排行榜	156
图表 2006年1月份武汉市零售市场保健品销售金额排行榜	157
图表 2007年1月份南京市零售市场保健品销售金额排行榜	158
图表 2006年12月份南京市零售市场保健品销售金额排行榜	159
图表 2006年11月份南京市零售市场保健品销售金额排行榜	160
图表 2006年10月份南京市零售市场保健品销售金额排行榜	160
图表 2006年9月份南京市零售市场保健品销售金额排行榜	161
图表 2006年8月份南京市零售市场保健品销售金额排行榜	162
图表 2006年7月份南京市零售市场保健品销售金额排行榜	163
图表 2006年6月份南京市零售市场保健品销售金额排行榜	163
图表 2006年5月份南京市零售市场保健品销售金额排行榜	164
图表 2006年4月份南京市零售市场保健品销售金额排行榜	165
图表 2006年3月份南京市零售市场保健品销售金额排行榜	165
图表 2006年2月份南京市零售市场保健品销售金额排行榜	166

图表 2006年1月份南京市零售市场保健品销售金额排行榜	167
图表 2007年1月份杭州市零售市场保健品销售金额排行榜	168
图表 2006年12月份杭州市零售市场保健品销售金额排行榜	169
图表 2006年11月份杭州市零售市场保健品销售金额排行榜	169
图表 2006年10月份杭州市零售市场保健品销售金额排行榜	170
图表 2006年9月份杭州市零售市场保健品销售金额排行榜	171
图表 2006年8月份杭州市零售市场保健品销售金额排行榜	172
图表 2006年7月份杭州市零售市场保健品销售金额排行榜	172
图表 2006年6月份杭州市零售市场保健品销售金额排行榜	173
图表 2006年5月份杭州市零售市场保健品销售金额排行榜	174
图表 2006年4月份杭州市零售市场保健品销售金额排行榜	174
图表 2006年3月份杭州市零售市场保健品销售金额排行榜	175
图表 2006年2月份杭州市零售市场保健品销售金额排行榜	176
图表 2006年1月份杭州市零售市场保健品销售金额排行榜	177
图表 2007年1月份重庆市零售市场保健品销售金额排行榜	178
图表 2006年12月份重庆市零售市场保健品销售金额排行榜	178
图表 2006年11月份重庆市零售市场保健品销售金额排行榜	179
图表 2006年10月份重庆市零售市场保健品销售金额排行榜	180
图表 2006年9月份重庆市零售市场保健品销售金额排行榜	181
图表 2006年8月份重庆市零售市场保健品销售金额排行榜	181
图表 2006年7月份重庆市零售市场保健品销售金额排行榜	182
图表 2006年6月份重庆市零售市场保健品销售金额排行榜	183
图表 2006年5月份重庆市零售市场保健品销售金额排行榜	184
图表 2006年4月份重庆市零售市场保健品销售金额排行榜	185
图表 2006年3月份重庆市零售市场保健品销售金额排行榜	185
图表 2006年2月份重庆市零售市场保健品销售金额排行榜	186
图表 2006年1月份重庆市零售市场保健品销售金额排行榜	187
图表 2007年1月份沈阳市零售市场保健品销售金额排行榜	188
图表 2006年12月份沈阳市零售市场保健品销售金额排行榜	188
图表 2006年11月份沈阳市零售市场保健品销售金额排行榜	189
图表 2006年10月份沈阳市零售市场保健品销售金额排行榜	189
图表 2006年9月份沈阳市零售市场保健品销售金额排行榜	190

图表 2006年8月份沈阳市零售市场保健品销售金额排行榜	190
图表 2006年7月份沈阳市零售市场保健品销售金额排行榜	191
图表 2006年6月份沈阳市零售市场保健品销售金额排行榜	191
图表 2006年5月份沈阳市零售市场保健品销售金额排行榜	192
图表 2006年4月份沈阳市零售市场保健品销售金额排行榜	193
图表 2006年3月份沈阳市零售市场保健品销售金额排行榜	193
图表 2006年2月份沈阳市零售市场保健品销售金额排行榜	194
图表 2006年1月份沈阳市零售市场保健品销售金额排行榜	195
图表 2007年1月份青岛市零售市场保健品销售金额排行榜	195
图表 2006年12月份青岛市零售市场保健品销售金额排行榜	196
图表 2006年11月份青岛市零售市场保健品销售金额排行榜	197
图表 2006年10月份青岛市零售市场保健品销售金额排行榜	197
图表 2006年9月份青岛市零售市场保健品销售金额排行榜	198
图表 2006年8月份青岛市零售市场保健品销售金额排行榜	199
图表 2006年7月份青岛市零售市场保健品销售金额排行榜	199
图表 2006年6月份青岛市零售市场保健品销售金额排行榜	200
图表 2006年5月份青岛市零售市场保健品销售金额排行榜	201
图表 2006年4月份青岛市零售市场保健品销售金额排行榜	201
图表 2006年3月份青岛市零售市场保健品销售金额排行榜	202
图表 2006年2月份青岛市零售市场保健品销售金额排行榜	202
图表 2006年1月份青岛市零售市场保健品销售金额排行榜	203
图表 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	213
图表 2006年12月份全国部分连锁店超市补钙类保健食品销售排行	213
图表 2006年10月份全国部分连锁店超市补钙类保健食品销售排行	213
图表 2006年8月份全国部分连锁店超市补钙类保健食品销售排行	214
图表 2006年7月份全国部分连锁店超市补钙类保健食品销售排行	214
图表 2006年3月份全国部分连锁店超市补钙类保健食品销售排行	214
图表 2006年2月份全国部分连锁店超市补钙类保健食品销售排行	215
图表 2006年1月份全国部分连锁店超市补钙类保健食品销售排行	215
图表 2005年8月杭州钙制剂用药市场：销售数量前10位	216
图表 2005年8月杭州钙制剂用药市场：销售金额前10位	216
图表 2005年7月广州钙制剂用药市场：销售金额前10位	217

图表 2005年7月广州钙制剂用药市场：销售数量前10位	217
图表 2005年5月成都钙制剂用药市场：销售数量前10位	218
图表 2005年5月成都钙制剂用药市场：销售金额前10位	218
图表 2005年4月沈阳钙制剂用药市场：销售数量前10位	219
图表 2005年4月沈阳钙制剂用药市场：销售金额前10位	219
图表 苏州惠氏--百宫制药有限公司2004年1-7月经济指标	234
图表 2005年3月全国补血类保健品销售排名	239
图表 血尔口服液三城市04年市场份额	279
图表 2006东阿阿胶获利能力分析	285
图表 2006东阿阿胶经营能力分析	285
图表 2006东阿阿胶偿债能力分析	286
图表 2006东阿阿胶资本结构分析	286
图表 2006东阿阿胶发展能力分析	286
图表 2006东阿阿胶现金流量分析	287
图表 2006年九芝堂获利能力分析	289
图表 2006年九芝堂经营能力分析	289
图表 2006年九芝堂偿债能力分析	289
图表 2006年九芝堂资本结构分析	290
图表 2006年九芝堂发展能力分析	290
图表 2006年九芝堂现金流量分析	290
图表 2006年同仁堂获利能力分析	292
图表 2006年同仁堂经营能力分析	292
图表 2006年同仁堂偿债能力分析	292
图表 2006年同仁堂资本结构分析	293
图表 2006年同仁堂发展能力分析	293
图表 2006年同仁堂现金流量分析	293
图表 全球维生素市场规模	295
图表 维生素B主要子产品	296
图表 维生素B主要生产厂家	296
图表 维生素C主要生产厂家及市场份额	297
图表 中国主要维生素生产企业	298
图表 美、日VE人均消耗量	299

图表 城市居民家庭购买率列前十位的补充维生素/微量元素类保健品	299
图表 2005年各品牌复合维生素销售额与销售量比较	301
图表 2003~2005各年前两个季度的销售额情况比较(金额:亿元)	301
图表 复合维生素产品季度销售趋势图(金额:亿元)	302
图表 2005年8月长沙维生素用药市场:销售数量前10位	303
图表 2005年8月长沙维生素用药市场:销售金额前10位	303
图表 2005年7月杭州维生素用药市场:销售金额前10位	304
图表 2005年7月杭州维生素用药市场:销售数量前10位	304
图表 2006年1-6月份维生素C进出口统计表	307
图表 2006年1-5月份68地区维生素C及其衍生物出口量值表	307
图表 2006年1-5月份96个国家维生素C类产品进出口量值表	309
图表 2004-2006维生素C年度出口日本数量趋势表	312
图表 2004-2006维生素C年度出口德国数量趋势表	312
图表 2004-2006维生素C年度出口美国数量趋势表	312
图表 2006年上半年80地区维生素E类进出口量值表	313
图表 2006年上半年62国家(地区)维生素E类进出口量值表	315
图表 2000年-2003年我国减肥类保健品市场规模变化图	317
图表 减肥产品各剂型销售金额比例	319
图表 减肥产品各剂型销售数量比例	320
图表 主流的口服减肥产品的铺货率	321
图表 口服减肥产品的销售情况	321
图表 2004-2005口服减肥产品的销售情况趋势图	322
图表 口服减肥产品促销活动落实情况调查	324
图表 店员最常推荐的口服减肥产品销售代表拜访店员的周期	325
图表 2005年减肥用药市场容量比	326
图表 2005年十一城市减肥用药产品十强榜	327
图表 2005年十一城市减肥用药厂家十强榜	328
图表 曲美、赛尼可胶囊2005年份额趋势图	328
图表 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	329
图表 2006年12月份全国部分连锁店超市减肥类保健食品销售排行	329
图表 2006年10月份全国部分连锁店超市减肥类保健食品销售排行	330
图表 2006年8月份全国部分连锁店超市减肥类保健食品销售排行	330

图表 2006年7月份全国部分连锁店超市减肥类保健食品销售排行	331
图表 2006年3月份我国部分连锁店超市减肥类保健食品销售排行	331
图表 2006年2月份我国部分连锁店超市减肥类保健食品销售排行	331
图表 2006年1月份我国部分连锁店超市减肥类保健食品销售排行	332
图表 2005年11月份北京市场减肥用药零售5强	332
图表 2005年11月份上海市场减肥用药零售5强	332
图表 2005年11月份广州市场减肥用药零售5强	333
图表 大印象减肥茶2004年三城市场销售情况	333
图表 赛尼可2004年三城市场销售情况	334
图表 曲美胶囊2004年三城市场销售情况	335
图表 2005年上半年度成都美容养颜市场：销售数量前10位	338
图表 2005年上半年度成都美容养颜市场：销售金额前10位	338
图表 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	339
图表 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	340
图表 美容养颜类保健品广告整体接触率	341
图表 2006年交大昂立获利能力分析	349
图表 2006年交大昂立经营能力分析	349
图表 2006年交大昂立偿债能力分析	350
图表 2006年交大昂立资本结构分析	350
图表 2006年交大昂立发展能力分析	350
图表 2006年交大昂立现金流量分析	351
图表 2007年1月份我国部分连锁店超市洋参类保健食品销售排行	352
图表 2006年12月份我国部分连锁店超市洋参类保健食品销售排行	352
图表 2006年10月份我国部分连锁店超市洋参类保健食品销售排行	352
图表 2006年8月份我国部分连锁店超市洋参类保健食品销售排行	353
图表 2006年7月份我国部分连锁店超市洋参类保健食品销售排行	353
图表 2006年3月份我国部分连锁店超市洋参类保健食品销售排行	354
图表 2006年2月份我国部分连锁店超市洋参类保健食品销售排行	354
图表 2006年1月份我国部分连锁店超市洋参类保健食品销售排行	354
图表 2005年1-12月鲜蜂王浆出口企业排名	355
图表 2005年1-12月鲜蜂王浆粉出口企业排名	355
图表 2005年1-12月鲜蜂王浆出口的地区和国家（按金额）	356

图表 2005年中国出口人参企业排名	356
图表 补脑类保健品购买率、知名度与购买知名比	363
图表 补肾类保健品购买率、知名度与购买知名比	371
图表 国内主要的保健品上市公司概况	381
图表 2006海南椰岛获利能力分析	383
图表 2006海南椰岛经营能力分析	383
图表 2006海南椰岛偿债能力分析	383
图表 2006海南椰岛资本结构分析	384
图表 2006海南椰岛发展能力分析	384
图表 2006海南椰岛现金流量分析	384
图表 2006-2007健康元获利能力分析	385
图表 2006-2007健康元经营能力分析	385
图表 2006-2007健康元偿债能力分析	386
图表 2006-2007健康元资本结构分析	386
图表 2006-2007健康元发展能力分析	386
图表 2006-2007健康元现金流量分析	387
图表 2005-2006朗力福经营情况分析表	388
图表 2004-2005朗力福主营业务分析表	389
图表 2006健特生物获利能力分析	390
图表 2006健特生物经营能力分析	390
图表 2006健特生物偿债能力分析	390
图表 2006健特生物资本结构分析	391
图表 2006健特生物发展能力分析	391
图表 2006健特生物现金流量分析	391
图表 2006重庆太极实业股份有限公司获利能力分析	393
图表 2006重庆太极实业股份有限公司经营能力分析	393
图表 2006重庆太极实业股份有限公司偿债能力分析	393
图表 2006重庆太极实业股份有限公司资本结构分析	394
图表 2006重庆太极实业股份有限公司发展能力分析	394
图表 2006重庆太极实业股份有限公司现金流量分析	394
图表 2006海王生物获利能力分析	396
图表 2006海王生物经营能力分析	396

图表 2006海王生物偿债能力分析	397
图表 2006海王生物资本结构分析	397
图表 2006海王生物发展能力分析	397
图表 2006海王生物现金流量分析	398
图表 安利纽崔莱销量增长图(亿元)	403
图表 罗氏公司主要产品销售情况(百万瑞士法郎)	407
图表 上海罗氏制药有限公司2004年7月经济指标(千元)	408
图表 2005中国连锁药店百强(按销售额排名)	437
图表 2006年3月全国保健品平面媒体广告投放排行榜	464
图表 分年龄的保健品消费观念	542
图表 保健品消费者的心理	542
图表 消费者对药品的依赖性	543
图表 消费者对保健品的依赖性	543
图表 使用保健品的情况%	544
图表 保健品来源%	544
图表 对保健品送礼的现象的看法来源%	545
图表 消费者补钙来源分布	546
图表 城市居民家庭购买率列前十位的补钙类保健品	547
图表 美容保健品消费者满意度调查	552
图表 南京地区以男性为基准的购买率、知名度、购买知名比(美容保健)	552
图表 南京地区以女性为基准的购买率、知名度、购买知名比(美容保健)	552
图表 补血类保健品购买率、知名度与购买知名比	553
图表 八城市调查代表性配额标准	554
图表 2004年第三季度~2005年第二季度各品牌复合维生素销售额与销售量比较	556
图表 消费者购买洋参的地点分布	557
图表 消费者购买洋参产品的类型分布	558
图表 消费者购买洋参产品的目的	559
图表 消费者购买洋参产品时考虑的因素	559
图表 蜂类产品购买率、知名度与购买知名比	562
图表 参类产品购买率、知名度与购买知名比	562
图表 减肥消费者减肥原因情况	564
图表 肥胖人群对各种减肥方式的提及率	565

图表 影响减肥消费者购买的因素	565
图表 减肥人群对各种减肥产品减肥效果的评价	566
图表 2005最受消费者信赖减肥产品调查	567
图表 北京地区消费者食用保健食品后的满意度情况	568
图表 北京地区消费者对保健食品管理的满意度	568
图表 北京地区消费者每年用于保健食品的费用	568
图表 消费者年龄与购买目的的关系	568
图表 消费者保健品信息的渠道情况图	569
图表 北京地区不同年龄消费者所需的保健功能	569
图表 北京地区人均消费保健品金额	571
图表 北京地区家庭收入与消费的关系	571
图表 不同家庭月均收入的消费者买保健食品的用途	572
图表 不同文化程度的消费者购买保健食品的用途	572
图表 购买保健食品时考虑的因素	572
图表 影响消费者购买保健食品的因素	573
图表 消费者年龄与购买目的的关系	573
图表 上海杭州类城市保健品消费情况	578
图表 上海杭州对保健品的认知途径	578
图表 上海不同年收入家庭消费保健品情况	579
图表 杭州不同年收入家庭消费保健品情况	579
图表 上海杭州不同年龄消费者消费保健品情况	579
图表 成都消费者购买维生素产品的动机	580
图表 成都地区影响购买维生素的因素	581
图表 广州不同年龄层保健品消费习惯	582
图表 广州各收入层品牌习惯	582
图表 广州不同消费者最常使用的种类	583
图表 广州各年龄层最常服用的包装形式	583
图表 广州消费者保健品的来源	584
图表 各年龄层最常服用的场合	584
图表 老年人保健品消费最看重的方面	588
图表 老年人服用保健品的比例	589
图表 各收入水平层来年人服用保健品的比例	589

图表 不同年龄段的服用情况 590

图表 不同年龄段的收入分布 591

图表 经常或比较经常服用保健品老年人看重的功效 591

图表 老年人服用保健品来源 593

图表 中学生服用保健品的情况 601

图表 中学生的保健品来源 602

图表 中学生服用的保健品类型 603

图表 中学生认为保健品是否有用 604

图表 2006年年中国第一产业/第二产业/第三产业增长 610

图表 2006年全国规模以上工业完成增加 611

图表 2006年1-5月全国规模以上工业利润 611

图表 2006年全社会固定资产投资 611

图表 2006年进出口总额 612

图表 2006年居民储蓄存款余额 613

图表 我国原有保健品功能受理和审批范围 627

图表 卫生部受理保健食品的27项功能分布 629

图表 只需做动物试验的保健食品 630

图表 只需做人体试验的保健食品 630

图表 必须通过人体、动物试验的保健食品 630

图表 全球健康诉求食品市场细分 683

图表 世界保健食品市场规模 684

图表 全球健康诉求食品市场区域分布 685

图表 2001-2004年美国膳食补充剂市场 697

图表 日本健康食品市场概况 700

图表 日本消费者摄取健康食品心理细分 701

图表 21世纪日本健康产业与食品相关市场的方向性 710

图表 日本特定保健用食品市场现况与预测 711

图表 日本机能性食品(特定保健用食品)的实现可能性与潜在市场规模 712

图表 台湾保健食品销售情况 715

图表 台湾未来保健食品发展趋势 715

图表 台湾保健食品通路概况 716

图表 医疗机构诊疗人次及入院人数 717

图表 2006年各类医疗机构诊疗人次及入院人数 717

图表 综合医院分科门诊人次构成(%) 718

图表 2006年综合医院分科门诊人次 719

图表 综合医院分科门诊人次构成(%) 719

图表 2006年综合医院分科门诊人次 720

图表 卫生部门综合医院医生人均每天担负诊疗人次和住院床日 720

图表 2006年各地区医院诊疗人次及住院人数 721

图表 2006年各地区非营利医院诊疗人次及住院人数 722

图表 2006年医疗机构病床使用情况 724

图表 卫生部门医院、卫生院病床使用率(%) 724

图表 卫生部门医院、卫生院出院病人平均住院日 725

图表 2006年各地区医院病床使用情况 726

图表 2006年各地区非营利医院病床使用情况 727

图表 2006年东、中、西部医院和乡镇卫生院 医疗服务量及病床使用情况 728

图表 2006年三级医院工作量 729

图表 2006年卫生部门综合医院收入与支出 730

图表 2006年政府办医院收入和支出 731

图表 卫生部门综合医院门诊病人人均医疗费用 732

图表 卫生部门综合医院出院者人均医疗费用 733

图表 卫生部门市医院住院病人前十位疾病构成(ICD-9) 734

图表 卫生部门市医院住院病人前十位疾病构成(ICD-10) 736

图表 卫生部门县医院住院病人前十位疾病构成(ICD-9) 737

图表 卫生部门县医院住院病人前十位疾病构成(ICD-10) 738

图表 居民医疗保障方式(%) 739

图表 居民两周患病率(‰) 740

图表 居民医疗保障方式(%) 740

图表 居民两周患病率(‰) 741

图表 2003年疾病别两周患病率 741

图表 2003年居民慢性病患者率 742

图表 居民两周就诊情况 743

图表 居民住院情况 744

图表 居民两周就诊情况 744

图表 居民住院情况 745

图表 乡镇卫生院医疗服务及病床使用情况 745

图表 2006年各地区乡镇卫生院诊疗人次及住院人数 746

图表 2006年各地区乡镇卫生院病床使用情况 747

图表 2006年各地区社区卫生服务中心诊疗人次及住院人数 748

图表 新法接生及住院分娩率 749

图表 监测地区孕产妇死亡率(1/10万) 750

图表 新法接生及住院分娩率 750

图表 监测地区孕产妇死亡率(1/10万) 751

图表 2005年监测地区孕产妇死亡原因 751

图表 监测地区5岁以下儿童死亡率 752

图表 节育手术情况 753

图表 法定报告传染病发病及死亡率 754

图表 2006年27种法定报告传染病发病及死亡率 754

图表 2006年部分市县前十位疾病死亡专率及死亡原因构成(合计) 755

图表 2006年部分市县前十位疾病死亡专率及死亡原因构成(男) 756

图表 2006年部分市县前十位疾病死亡专率及死亡原因构成(女) 757

图表 1990~1992年前十位恶性肿瘤死亡率(1/10万) 758

图表 一岁儿童免疫报告接种率(%) 759

图表 2006年血吸虫病防治情况 759

图表 一岁儿童免疫报告接种率(%) 760

图表 2006年血吸虫病防治情况 760

图表 2006年地方性氟中毒防治情况 761

图表 2006年克山病、大骨节病、碘缺乏病防治情况 761

图表 农村改水工作情况 762

图表 各地区农村改水情况 762

图表 2006年各地区农村改厕工作情况 764

图表 人口出生率、死亡率、自然增长率 765

图表 各地区人口出生率、死亡率 766

图表 婴儿死亡率 767

图表 期望寿命(岁) 768

图表 各地区人口期望寿命(岁) 769

图表 年龄别期望寿命(岁) 770

图表 城市七岁以下儿童身体发育情况 771

图表 农村七岁以下儿童身体发育情况 772

图表 青少年、儿童身体发育情况(城市男性) 773

图表 青少年、儿童身体发育情况(城市女性) 773

图表 青少年、儿童身体发育情况(农村男性) 774

图表 青少年、儿童身体发育情况(农村女性) 775

图表 居民人均每日营养摄取量 776

图表 2002年居民人均每日营养摄入量 776

图表 食品卫生、生抽样监测情况 776

图表 2006年发生食物中毒致病因素情况 777

图表 2006年公共场所卫生监督监测情况 779

图表 2006年化妆产品卫生监督监测情况 780

图表 卫生机构数 781

图表 2006年各地区卫生机构数(1) 782

图表 2006年各地区卫生机构数(2) 783

图表 2006年医疗机构数 783

图表 按床位数分组医院数 785

图表 2006年医院等级 785

图表 卫生机构床位数 786

图表 2006年医疗机构床位数 787

图表 医院分科床位数及构成 788

图表 2006年各地区医疗机构床位数 789

图表 2004年医院主要医用设备台数及拥有率 791

图表 卫生人员数 792

图表 2006年各地区卫生人员数 792

图表 分市县卫生技术人员数 794

图表 中高级卫生技术人员数 795

图表 2005年卫生技术人员年龄及学历构成 796

图表 分科医师数及构成 797

图表 2005年执业(助理)医师年龄及学历构成 798

图表 农村乡镇卫生院及床位、人员数 799

图表 2006年各地区农村乡镇卫生院及床位、人员数 800

图表 妇幼保健机构、床位、人员数 801

图表 村卫生室及人员数 802

图表 2006年各地区村卫生室及人员数 803

图表 疾病预防控制中心(防疫站)及人员数 804

图表 卫生总费用 805

图表 卫生事业费和卫生基建投资 806

图表 医学专业招生及在校学生数 807

图表 高中等院校医学专业毕业人数 808

图表 医学科研成果 808

图表 香港、澳门特别行政区和台湾省居民健康状况 809

图表 香港特别行政区医疗卫生条件 810

图表 澳门特别行政区医疗卫生条件 811

图表 台湾省医疗卫生条件 811

图表 2002年人口状况 812

图表 卫生资源状况 813

图表 妇幼卫生状况 814

图表 1988-1990年居民营养状况 814

图表 2005年底全国行政区划 815

图表 2004年按人口分组市数 817

图表 人口数及构成 818

图表 五次全国人口普查数 818

图表 年龄别人口构成(%) 819

图表 人口文化程度 820

图表 各地区人口数 821

图表 全国居民消费价格与商品零售价格指数(上年=100) 822

图表 国内生产总值和财政收支 823

图表 2006年全国法定传染病发病、死亡统计表(鼠疫) 824

图表 2006年全国法定传染病发病、死亡统计表(霍乱) 824

图表 2006年全国法定传染病发病、死亡统计表(传染性非典型肺炎) 825

图表 2006年全国法定传染病发病、死亡统计表(艾滋病) 825

图表 2006年全国法定传染病发病、死亡统计表(病毒性肝炎) 825

图表 2006年全国法定传染病发病、死亡统计表（甲肝）	825
图表 2006年全国法定传染病发病、死亡统计表（乙肝）	826
图表 2006年全国法定传染病发病、死亡统计表（丙肝）	826
图表 2006年全国法定传染病发病、死亡统计表（丙肝）	826
图表 2006年全国法定传染病发病、死亡统计表（肝炎（未分型）	827
图表 2006年全国法定传染病发病、死亡统计表（脊灰）	827
图表 2006年全国法定传染病发病、死亡统计表（人禽流感）	827
图表 2006年全国法定传染病发病、死亡统计表（麻疹）	827
图表 2006年全国法定传染病发病、死亡统计表（流行性出血热）	828
图表 2006年全国法定传染病发病、死亡统计表（狂病）	828
图表 2006年全国法定传染病发病、死亡统计表（流行性乙型脑炎）	828
图表 2006年全国法定传染病发病、死亡统计表（登革热）	829
图表 2006年全国法定传染病发病、死亡统计表（炭疽）	829
图表 2006年全国法定传染病发病、死亡统计表（经菌性和阿米巴性痢疾）	829
图表 2006年全国法定传染病发病、死亡统计表（肺结核）	829
图表 2006年全国法定传染病发病、死亡统计表（伤寒 副伤寒）	830
图表 2006年全国法定传染病发病、死亡统计表（流行性脑脊髓膜炎）	830
图表 2006年全国法定传染病发病、死亡统计表（百日咳）	830
图表 2006年全国法定传染病发病、死亡统计表（白喉）	830
图表 2006年全国法定传染病发病、死亡统计表（新生儿破伤风）	831
图表 2006年全国法定传染病发病、死亡统计表（猩红热）	831
图表 2006年全国法定传染病发病、死亡统计表（布鲁氏菌病）	831
图表 2006年全国法定传染病发病、死亡统计表（淋病）	832
图表 2006年全国法定传染病发病、死亡统计表（梅毒）	832
图表 2006年全国法定传染病发病、死亡统计表（钩端螺旋体病）	832
图表 2006年全国法定传染病发病、死亡统计表（血吸虫病）	832
图表 2006年全国法定传染病发病、死亡统计表（疟疾）	833
图表 2006年全国法定传染病发病、死亡统计表（甲乙类传染病合计）	833
图表 2006年全国法定传染病发病、死亡统计表（流行性感 冒）	833
图表 2006年全国法定传染病发病、死亡统计表（流行性腮腺炎）	833
图表	

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/39843.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。