



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009-2012年中国补血保健品市场发展前景预测分析报告

## 一、调研说明

《2009-2012年中国补血保健品市场发展前景预测报告》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/97395.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 2008-2009年世界补血保健品产业发展状况

#### 第一节 2008-2009年世界补血保健品产业发展概述

##### 一、世界补血保健品产业特点

##### 二、世界补血保健品市场

##### 三、世界补血保健品主要产品价格

#### 第二节 2008-2009年世界主要国家补血保健品产业

##### 一、美国主要补血保健品企业

##### 二、韩国补血品产业

##### 三、加拿大

#### 第三节 2009-2012年世界补血保健品产业发展趋势

### 第二章 2008-2009年中国补血保健品产业运行环境

#### 第一节 2008-2009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

##### 三、恩格尔系数

#### 第二节 2008-2009年中国补血保健品行业政策环境

##### 一、保健品管理机构

##### 二、相关政策

#### 第三节 2008-2009年中国补血保健品行业技术环境

##### 一、中国保健品科技发展

##### 二、中国保健品行业技术研发存在的问题

##### 三、中国高等院校医药和生物技术项目研究开展最新动向

### 第三章 2008-2009年中国补血保健品产业运行形势

#### 第一节 2008-2009年中国补血保健品产业发展概述

##### 一、常见的植物性补血食品

##### 二、主要补血中药

##### 三、补血市场主要品牌特点

#### 第二节 2008-2009年中国补血品行业发展优势状况

##### 一、发展优势

## 二、已经形成补血产品的消费习惯

### 第三节 2008-2009年中国补血品发展存在的问题

### 第四节 2008-2009年中国补血品应对策略研究

## 第四章 2008-2009年中国补血品市场运行动态

### 第一节 2008-2009年中国补血品市场现状

#### 一、补血保健食品总体情况

#### 二、补血类保健品销售情况

#### 三、补血市场动态

### 第二节 2008-2009年中国补血品市场供需

#### 一、主要企业生产情况

#### 二、产品需求特点

#### 三、影响供需的因素

### 第三节 2008-2009年中国补血品市场进出口

## 第五章 2008-2009年中国补血品市场深度调研

### 第一节 2008-2009年中国贫血疾病现状

#### 一、缺铁性贫血

#### 二、地中海贫血

#### 三、溶血性贫血

#### 四、老年人贫血

#### 五、儿童贫血

#### 六、育龄妇女贫血状况调查

### 第二节 2008-2009年中国补血品主要消费人群调查

#### 一、老年人保健品市场

#### 二、女性保健品市场

#### 三、青少年保健品市场

#### 四、中年人保健品市场

## 第六章 2008-2009年中国补血产品市场营销战略透析

### 第一节 2008-2009年中国补血产品策略

#### 一、CI理念

## 二、事件营销

## 三、品牌营销

### 第二节 2008-2009年中国补血产品广告策略

#### 一、保健品广告法规

#### 二、近几年保健品市场广告创新趋势

#### 三、保健品广告投放

#### 四、保健品广告投放重点媒体

### 第三节 2008-2009年中国补血产品沟通策略

#### 一、软文与概念炒作

#### 二、公共关系与功能教育

#### 三、小报、墙标、专家义诊、病例

#### 四、终端包装策略

### 第四节 2008-2009年中国补血产品品牌策略

#### 一、保健品知名企业品牌塑造和管理策划案例

#### 二、保健品品牌延伸与扩张

#### 三、保健品企业媒体宣传策划案例

## 第七章 2008-2009年中国补血保健品市场竞争格局

### 第一节 2008-2009年中国补血保健品品牌竞争

#### 一、市场占有率比较

#### 二、品牌忠诚度比较

#### 三、竞争力指数比较

### 第二节 2008-2009年中国补血保健品品类竞争

#### 一、品类竞争现状

#### 二、品类竞争发展趋势

### 第三节 2008-2009年中国补血保健品市场竞争集团

#### 一 中国补血保健品兼并重组

#### 二 国内补血保健品行业垄断时代即将到来

#### 三 国外补血保健品品牌加紧抢摊国内光伏太阳能市场

## 第八章 2008-2009年中国补血保健品优势企业关键性财务数据

### 第一节 红桃开集团股份有限公司

## 一、企业基本概况

## 二、2008-2009年企业经营与财务状况

## 三、2008-2009年企业竞争优势

## 四、企业未来发展战略与规划

### 第二节 佛山市顺德区容桂康富来保健品有限公司

## 一、企业基本概况

## 二、2008-2009年企业经营与财务状况

## 三、2008-2009年企业竞争优势

## 四、企业未来发展战略与规划

### 第三节 深圳万基药业有限公司

## 一、企业基本概况

## 二、2008-2009年企业经营与财务状况

## 三、2008-2009年企业竞争优势

## 四、企业未来发展战略与规划

### 第四节 山东东阿阿胶股份有限公司

## 一、企业基本概况

## 二、2008-2009年企业经营与财务状况

## 三、2008-2009年企业竞争优势

## 四、企业未来发展战略与规划

### 第五节 九芝堂股份有限公司

## 一、企业基本概况

## 二、2008-2009年企业经营与财务状况

## 三、2008-2009年企业竞争优势

## 四、企业未来发展战略与规划

### 第六节 北京同仁堂科技发展股份公司

## 一、企业基本概况

## 二、2008-2009年企业经营与财务状况

## 三、2008-2009年企业竞争优势

## 四、企业未来发展战略与规划

### 第七节 江西众源药业有限公司

## 一、企业基本概况

## 二、2008-2009年企业经营与财务状况

三、2008-2009年企业竞争优势

四、企业未来发展战略与规划

#### 第八节 新蔡县伟鑫药业有限公司

一、企业基本概况

二、2008-2009年企业经营与财务状况

三、2008-2009年企业竞争优势

四、企业未来发展战略与规划

#### 第九节 株洲千金药业股份有限公司

一、企业基本概况

二、2008-2009年企业经营与财务状况

三、2008-2009年企业竞争优势

四、企业未来发展战略与规划

#### 第十节 广东红珊瑚药业有限公司

一、企业基本概况

二、2008-2009年企业经营与财务状况

三、2008-2009年企业竞争优势

四、企业未来发展战略与规划

### 第九章 2008-2009年世界保健品行业运行状况

#### 第一节 2008-2009年世界保健品产业发展概述

一、全球营养保健品市场概况

二、美国对保健品的态度

三、日本保健品研究开发浅谈

#### 第二节 2008-2009年中国保健品产业发展

一、中国保健品市场的亚健康状态

二、中国农村保健品市场

三、保健市场的细分策略

#### 第三节 2008-2009年中国保健品产业发展存在的问题

### 第十章 2009-2012年中国补血保健品行业发展前景预测

#### 第一节 2009-2012年中国血肽素市场发展趋势

一、补血新品血肽素研制成功

## 二、利用动物血液生产血肽素可行性

### 第二节 2009-2012年中国主要补血类中草药市场前景

#### 一、当归的市场前景

#### 二、阿胶的市场前景

### 第三节 2009-2012年中国主要研究现状及发展趋势

#### 一、四物汤能调节骨髓蛋白质表达

#### 二、造血干细胞研究应用的新进展

### 第四节 2009-2012年中国雌激素市场现状及趋势

## 第十一章 2009-2012年中国补血保健品行业投资机会与风险

### 第一节 2009-2012年中国补血保健品行业投资环境

#### 一、绿色天然产品发展空间巨大

#### 二、孕妇保健品市场前景广阔

### 第二节 2009-2012年中国补血保健品行业投资机会

#### 一、行业投资热点

#### 二、国家扩大内需

### 第三节 2009-2012年中国补血保健品行业投资风险

#### 一、市场竞争风险

#### 二、政策性风险

#### 三、原材料风险

#### 四、进入退出风险

### 第四节 专家建议

## 图表目录：

图表：中国GDP

图表：城乡居民家庭人均可支配收入

图表：恩格尔系数

图表：红桃开集团股份有限公司销售收入情况

图表：红桃开集团股份有限公司盈利指标情况

图表：红桃开集团股份有限公司盈利能力情况

图表：红桃开集团股份有限公司资产运行指标状况

图表：红桃开集团股份有限公司资产负债能力指标



图表：红桃开集团股份有限公司成本费用构成情况

图表：佛山市顺德区容桂康富来保健品有限公司销售收入情况

图表：佛山市顺德区容桂康富来保健品有限公司盈利指标情况

图表：佛山市顺德区容桂康富来保健品有限公司盈利能力情况

图表：佛山市顺德区容桂康富来保健品有限公司资产运行指标状况

图表：佛山市顺德区容桂康富来保健品有限公司资产负债能力指标

图表：佛山市顺德区容桂康富来保健品有限公司成本费用构成情况

图表：深圳万基药业有限公司销售收入情况

图表：深圳万基药业有限公司盈利指标情况

图表：深圳万基药业有限公司盈利能力情况

图表：深圳万基药业有限公司资产运行指标状况

图表：深圳万基药业有限公司资产负债能力指标

图表：深圳万基药业有限公司成本费用构成情况

图表：山东东阿阿胶股份有限公司销售收入情况

图表：山东东阿阿胶股份有限公司盈利指标情况

图表：山东东阿阿胶股份有限公司盈利能力情况

图表：山东东阿阿胶股份有限公司资产运行指标状况

图表：山东东阿阿胶股份有限公司资产负债能力指标

图表：山东东阿阿胶股份有限公司成本费用构成情况

图表：九芝堂股份有限公司销售收入情况

图表：九芝堂股份有限公司盈利指标情况

图表：九芝堂股份有限公司盈利能力情况

图表：九芝堂股份有限公司资产运行指标状况

图表：九芝堂股份有限公司资产负债能力指标

图表：九芝堂股份有限公司成本费用构成情况

图表：北京同仁堂科技发展股份公司销售收入情况

图表：北京同仁堂科技发展股份公司盈利指标情况

图表：北京同仁堂科技发展股份公司盈利能力情况

图表：北京同仁堂科技发展股份公司资产运行指标状况

图表：北京同仁堂科技发展股份公司资产负债能力指标

图表：北京同仁堂科技发展股份公司成本费用构成情况

图表：江西众源药业有限公司销售收入情况

图表：江西众源药业有限公司盈利指标情况  
图表：江西众源药业有限公司盈利能力情况  
图表：江西众源药业有限公司资产运行指标状况  
图表：江西众源药业有限公司资产负债能力指标  
图表：江西众源药业有限公司成本费用构成情况  
图表：株洲千金药业股份有限公司销售收入情况  
图表：株洲千金药业股份有限公司盈利指标情况  
图表：株洲千金药业股份有限公司盈利能力情况  
图表：株洲千金药业股份有限公司资产运行指标状况  
图表：株洲千金药业股份有限公司资产负债能力指标  
图表：株洲千金药业股份有限公司成本费用构成情况  
图表：广东红珊瑚药业有限公司销售收入情况  
图表：广东红珊瑚药业有限公司盈利指标情况  
图表：广东红珊瑚药业有限公司盈利能力情况  
图表：广东红珊瑚药业有限公司资产运行指标状况  
图表：广东红珊瑚药业有限公司资产负债能力指标  
图表：广东红珊瑚药业有限公司成本费用构成情况  
图表：2009-2012年中国血肽素市场发展趋势  
图表：2009-2012年中国主要补血类中草药市场前景  
图表：2009-2012年中国雌激素市场现状及趋势  
略&hellip;&hellip;

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/97395.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。