

# 2010-2015年中国保健品市场 投资机遇分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2010-2015年中国保健品市场投资机遇分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201007/44584.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

### 第一章 中国保健品行业概述及发展环境分析

#### 第一节 保健品市场特征

##### 一、行业定义

##### 二、行业特征

##### 1、行业消费特征

##### 2、行业产品结构特征

##### 3、行业原材料供给特征

##### 4、行业产业集中度特征

#### 第二节、国内宏观经济环境分析

##### 一、GDP历史变动轨迹分析

##### 二、固定资产投资历史变动轨迹分析

##### 三、2010年中国宏观经济发展预测分析

#### 第三节 政策环境分析

##### 一、国家宏观调控政策分析

##### 二、保健品行业相关政策分析

#### 第四节 保健品行业发展的“波特五力模型”分析

##### 一、行业内竞争

##### 二、买方侃价能力

##### 三、卖方侃价能力

##### 四、进入威胁

##### 五、替代威胁

### 第二章 中国保健品行业上、下游及关联产业状况分析

#### 第一节 上游产业发展状况分析

#### 第二节 下游产业发展状况分析

#### 第三节 关联产业发展状况分析

### 第三章 中国保健品市场规模及区域结构分析

#### 第一节 2006-2010年1-6月中国保健品市场规模分析

#### 第二节 2009年我国保健品区域结构分析

### 第三节 中国保健品区域市场规模分析

- 一、2006-2010年1-6月东北地区市场规模分析
- 二、2006-2010年1-6月华北地区市场规模分析
- 三、2006-2010年1-6月华东地区市场规模分析
- 四、2006-2010年1-6月华中地区市场规模分析
- 五、2006-2010年1-6月华南地区市场规模分析
- 六、2006-2010年1-6月西部地区市场规模分析

## 第四章 中国保健品国内市场运行综述

### 第一节 中国保健品产品产量分析及预测

- 一、保健品产业总体产能规模
- 二、保健品生产区域分布
- 三、2006-2010年1-6月产量
- 四、2006-2010年1-6月消费情况

### 第二节 中国保健品市场需求分析及预测

- 一、中国保健品需求特点
- 二、主要地域分布

### 第三节 2010-2015年中国保健品供需平衡预测

### 第四节 中国保健品价格趋势分析

- 一、中国保健品2006-2009年价格趋势
- 二、中国保健品当前市场价格及分析
- 三、影响保健品价格因素分析
- 四、2010-2015年中国保健品价格走势预测

## 第五章 全国保健品行业财务状况分析

### 第一节 2009年保健品行业规模分析

- 一、2009年保健品行业总资产对比分析
- 二、2009年保健品行业企业单位数对比分析
- 三、2009年保健品行业从业人员平均人数对比分析

### 第二节 2009年保健品行业经济效益分析

- 一、2009年保健品行业产值利税率对比分析
- 二、2009年保健品行业资金利润率对比分析

### 三、2009年保健品行业成本费用利润率对比分析

#### 第三节 2009年保健品行业效率分析

##### 一、2009年保健品行业资产负债率对比分析

##### 二、2009年保健品行业流动资产周转次数对比分析

#### 第四节 2009年保健品行业结构分析

##### 一、2009年保健品行业地区结构分析

##### 二、2009年保健品行业所有制结构分析

##### 三、2009年保健品行业不同规模企业结构分析

#### 第五节 2009年保健品行业不同规模企业财务状况分析

##### 一、2009年保健品行业不同规模企业人均指标分析

##### 二、2009年保健品行业不同规模企业盈利能力分析

##### 三、2009年保健品行业不同规模企业营运能力分析

##### 四、2009年保健品行业不同规模企业偿债能力分析

## 第六章 重点企业分析

此章可根据客户要求选择目标企业及调查内容。

### 第一节 重点企业1

#### 一、公司概况

#### 二、企业财务数据分析

##### (1)、企业资产负债分析

##### (2)、企业收入及利润分析

#### 三、发展战略

### 第二节 重点企业2

#### 一、公司概况

#### 二、企业财务数据分析

##### (1)、企业资产负债分析

##### (2)、企业收入及利润分析

#### 三、发展战略

### 第三节 重点企业3

#### 一、公司概况

#### 二、企业财务数据分析

##### (1)、企业资产负债分析

(2)、企业收入及利润分析

三、发展战略

第四节 重点企业4

一、公司概况

二、企业财务数据分析

(1)、企业资产负债分析

(2)、企业收入及利润分析

三、发展战略

第五节 重点企业5

一、公司概况

二、企业财务数据分析

(1)、企业资产负债分析

(2)、企业收入及利润分析

三、发展战略

第七章 中国保健品行业发展预测

第一节 2010-2015年我国保健品行业产量预测

第二节 2010-2015年我国保健品行业消费量预测

第三节 2010-2015年我国保健品行业产值预测

第四节 2010-2015年我国保健品行业销售收入预测

第八章 保健品行业投资风险与投资策略分析

第一节 行业SWOT模型分析

一、优势分析

二、劣势分析

三、机会分析

四、风险分析

第二节 保健品行业发展的PEST分析

一、政治和法律环境分析

二、经济发展环境分析

三、社会、文化与自然环境分析

四、技术发展环境分析

### 第三节 保健品行业投资价值分析

#### 一、保健品行业发展前景分析

#### 二、保健品行业盈利能力预测

#### 三、投资机会分析

### 第四节 保健品行业投资风险分析

#### 一、政策风险

#### 二、竞争风险

#### 三、经营风险

#### 四、其他风险

### 第五节 保健品行业投资策略分析

#### 一、重点投资品种分析

#### 二、重点投资地区分析

## 第九章 专家建议

### 第一节 保健品行业企业问题总结

### 第二节 保健品企业应对策略

#### 一、把握国家投资的契机

#### 二、竞争性战略联盟的实施

#### 三、企业自身应对策略

### 第三节 保健品市场的重点客户战略实施

#### 一、实施重点客户战略的必要性

#### 二、合理确立重点客户

#### 三、对重点客户的营销策略

#### 四、强化重点客户的管理

#### 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

## 部分图表目录

图表：2005-2009年国内生产总值

图表：2005-2009年居民消费价格涨跌幅度

图表：2009年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2009年年末国家外汇储备

图表：2005-2009年财政收入

图表：2005-2009年全社会固定资产投资

图表：2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2009年固定资产投资新增主要生产能力

图表2009年中国人口数及其构成 单位：万人

图表1996-2009年我国人口数量变化（亿人）

图表2009年我国人口年龄结构分析图

图表2009年我国保健品行业职工学历结构图

图表2009年我国保健品行业管理人员学历结构图

图表2006-2010年1-6月中国保健品市场规模变化

图表2006-2010年1-6月中国保健品市场规模变化图

图表2009年中国保健品市场销售收入区域分布图

图表2006-2010年1-6月东北地区保健品市场规模变化

图表2006-2010年1-6月东北地区保健品市场规模变化图

图表2006-2010年1-6月华北地区保健品市场规模变化

图表 2006-2010年1-6月华北地区保健品市场规模变化图

图表2006-2010年1-6月华东地区保健品市场规模变化

图表2006-2010年1-6月华东地区保健品市场规模变化图

图表 2006-2010年1-6月华中地区保健品市场规模变化

图表2006-2010年1-6月华中地区保健品市场规模变化图

图表2006-2010年1-6月华南地区保健品市场规模变化

图表 2006-2010年1-6月华南地区保健品市场规模变化图

图表2006-2010年1-6月西部地区保健品市场规模变化

图表2006-2010年1-6月西部地区保健品市场规模变化图

图表 2010-2015年中国保健品市场规模变化表

图表2010-2015年中国保健品市场规模变化图

图表2006-2010年1-6月我国保健品产量比较分析

图表2006-2010年1-6月我国保健品产量及增长率变化图

图表2006-2010年1-6月我国保健品消费量比较分析

图表2006-2010年1-6月我国保健品消费量及增长率变化图

图表2009年不同收入水平的消费者偏好分析

图表2009年保健品消费区域分布比率图



图表2009年消费者对保健品产品的品牌满意度调查

图表 中国保健品消费者对其价格的敏感度分析

图表 2009年我国保健品市场集中度分析

图表2009年保健品行业领导企业的市场占有率

图表2010-2015年我国保健品产值预测表

图表2010-2015年我国保健品产值预测图

图表 2010-2015年我国保健品销售收入预测表

图表 2010-2015年我国保健品销售收入预测图

图表2010-2015年我国保健品总资产预测表

图表 2010-2015年我国保健品总资产预测图

图表我国保健品行业SWOT分析

图表2009年我国保健品行业盈利能力情况

图表 2009年我国保健品行业偿债能力情况

图表2009年我国保健品行业发展能力情况

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201007/44584.html>