

# 2014-2019年中国保健品市场 调研与投资机会研究报告

## 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

《2014-2019年中国保健品市场调研与投资机遇研究报告》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/201408/111213.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

目前，世界各国对保健品的定义、称谓和划分范围略有区别，但基本含义是一致的。根据迄今已有的相关产品，我国保健品包括特殊营养食品（例如：婴幼儿、孕产妇、老年人奶粉以及常见病、多发病、地方病等特定人群用的特制食品）、新资源食品、保健食品以及其他具有类似特定营养保健作用的食物。

保健品是介于普通食品和药品之间的一类特殊食品，广义上可认为是通过科学配方、强化或改变食物的天然营养成分和含量比例，以适应某些特殊人群营养和保健需求的，具有特定营养和保健功能的食品。保健品有明确的适用人群对象，对适用对象有改善生理功能、增进体质健康、纠正营养不平衡、预防和遏制某些功能和器质异常等可验证的营养保健功效，而与一般食品相区别：它不需要医生处方、不以治疗为目的、不追求短期临床疗效、对适用对象在作为食物的正常食用量下保证食用安全，而与药品相区别。

由于现今人们生活水平逐渐提高，开始注重生活质量的提升，因此对保健品的需求越来越大。特别是当今我国人口步入老龄化，老年保健品市场需求旺盛，进一步促进了保健品行业的发展。2012年我国保健品市场规模1130.44亿元，截至2013年上半年，我国保健品市场规模为750，比2012年有所增长。保健食品行业中的大部分产品层次和附加值不高，所有营养保健食品中，绝大多数属于第一代和第二代产品。行业中缺少具有龙头作用的大型企业和集团公司。

企业小而分散，抵抗风险的能力和市场竞争能力较弱，难以形成名牌优势。随着保健食品市场的逐渐成熟和规范，及一系列新保健食品行业法律、法规的出台，将进一步提高行业集中度，中、小规模企业，特别是数量众多的小型保健品加工企业将面临严峻考验。保健品研究报告对行业研究的内容和方法进行全面的阐述和论证，对研究过程中所获取的资料进行全面系统的整理和分析，通过图表、统计结果及文献资料，或以纵向的发展过程，或横向类别分析提出论点、分析论据，进行论证。报告如实地反映客观情况，一切叙述、说明、推断、引用恰如其分，文字、用词表达准确，概念表述科学化。报告对行业相关各种因素进行具体调查、研究、分析，洞察行业今后的发展方向、行业竞争格局的演变趋势以及技术标准、市场规模、潜在问题与行业发展的症结所在，评估行业投资价值、效果效益程度，提出建设性意见建议，为行业投资决策者和企业经营者提供参考依据。

本行业报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、中国经济景气监测中心、中国保健品协会、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国保健品市场进行了分析研究。报告在总结中国保健品行业发展历程

的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国保健品行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为保健品企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。

## 报告目录

### 第一部分 保健品行业发展现状

#### 第一章 我国养生保健品行业发展现状 1

##### 第一节 全国保健品市场分析 1

###### 一、2012年保健品市场规模分析 1

###### 二、2013年保健品市场变化趋势 1

##### 第二节 保健品市场需求分析 3

###### 一、2012年保健品零售市场销量 3

###### 二、2013年保健品市场需求预测 3

##### 第三节 养生保健品行业总体规模分析 5

###### 一、2012年保健品企业数量结构分析 5

###### 二、2012年养生保健品行业生产规模分析 7

##### 第四节 保健品市场价格分析 7

###### 一、保健品市场价格影响因素 7

###### 二、2012年保健品市场价格走势 10

###### 三、2013年保健品市场价格走势 11

##### 第五节 农村保健品市场分析 13

###### 一、农村保健品市场分析 13

###### 二、2012年农村医药保健品市场发展状况 16

###### 三、2014-2019年农村保健品市场前景分析 17

#### 第二章 养生保健品行业经济运行分析 19

##### 第一节 2011-2012年保健品产量分析 19

###### 一、2011年保健品产量分析 19

###### 二、2012年保健品产量分析 29

##### 第二节 2011-2012年养生保健品行业主要经济指标分析 29

###### 一、销售收入前十家企业分析 29

###### 二、2011年养生保健品行业主要经济指标分析 30

###### 三、2012年养生保健品行业主要经济指标分析 33

##### 第三节 2012-2013年我国养生保健品行业绩效分析 35

一、2012-2013年行业产销情况	35
二、2012-2013年行业规模情况	36
三、2012-2013年行业盈利能力	37
四、2012-2013年行业经营发展能力	38
五、2012-2013年行业偿债能力分析	43
第三章 保健品消费市场分析	48
第一节 保健品消费者分析	48
一、现代达人保健观念	48
二、保健品消费者消费行为分析	50
三、保健品消费群体分析	54
四、保健品中产阶级消费者分析	56
第二节 保健品消费者市场分析	58
一、2012-2013年中老年保健品市场发展分析	58
二、2012-2013年女性保健品市场发展状况分析	60
三、2012-2013年儿童保健品市场发展状况分析	64
第三节 保健品细分市场分析	68
一、2012-2013年减肥类产品市场发展分析	68
二、2012-2013年补肾壮阳类保健品市场分析	69
三、2012-2013年我国女性补血养颜市场分析	73
四、2012-2013年我国维生素行业发展现状及趋势	77
五、2012-2013年补钙类产品市场现状及趋势分析	78
第二部分 保健品行业竞争格局	
第四章 养生保健品行业竞争格局分析	80
第一节 养生保健品行业历史竞争格局概况	80
一、养生保健品行业集中度分析	80
二、养生保健品行业竞争程度分析	82
第二节 中国养生保健品行业结构分析	84
一、行业的省份分布概况	84
二、行业销售集中度分析	95
三、行业利润集中度分析	95
四、行业规模集中度分析	95
第三节 中国保健品产业竞争状况	95

一、我国养生保健品行业品类竞争现状	95
二、我国保健品企业的竞争力分析	96
三、中国养生保健品行业并购重组状况	99
四、我国养生保健品行业并购整合分析	99
第四节 养生保健品行业竞争格局分析	102
一、2012年国内外保健品竞争分析	102
二、2012年我国保健品市场竞争分析	112
三、2012年我国保健品市场集中度分析	112
四、2013年国内主要保健品企业动向	121
第五章 保健品企业竞争策略分析	123
第一节 保健品市场竞争策略分析	123
一、2013年保健品市场增长潜力分析	123
二、2013年保健品主要潜力品种分析	123
三、现有保健品产品竞争策略分析	125
四、潜力保健品品种竞争策略选择	134
五、典型企业产品竞争策略分析	135
第二节 保健品企业竞争策略分析	135
一、金融危机对养生保健品行业竞争格局的影响	135
二、金融危机后养生保健品行业竞争格局的变化	136
三、2014-2019年我国保健品市场竞争趋势	136
四、2014-2019年养生保健品行业竞争格局展望	138
五、2014-2019年养生保健品行业竞争策略分析	139
六、2014-2019年保健品企业竞争策略分析	140
第三部分 保健品行业发展预测	
第六章 养生保健品行业发展趋势分析	142
第一节 2014-2019年中国医药发展趋势分析	142
一、2012-2013年中国医药产业发展趋势总结	142
二、2014-2019年中国医药市场发展方向分析	145
三、2014-2019年中国医药行业发展趋势分析	148
四、2014-2019年中国医药行业竞争态势分析	151
第二节 2012-2013年养生保健品行业发展趋势	154
一、保健品大众化趋势分析	154

二、我国保健食品市场发展趋势	155
三、未来医疗养生保健品行业发展趋向分析	157
四、中国传统保健品发展前景	164
第三节 2014-2019年保健品产业发展趋势	167
一、保健品产业发展走向分析	167
二、保健品产业未来发展策略	168
三、我国保健品产业发展新趋势	172
第四节 2014-2019年保健品产业发展趋势分析	173
一、2014-2019年保健品产业政策趋向	173
二、2014-2019年保健品技术革新趋势	180
三、2014-2019年保健品价格走势分析	181
四、2014-2019年国际环境对行业的影响	182
第七章 未来养生保健品行业发展预测	186
第一节 2014-2019年国际保健品市场预测	186
一、2014-2019年全球养生保健品行业产能预测	186
二、2014-2019年全球保健品市场需求前景	186
三、2014-2019年全球保健品市场价格预测	187
第二节 2014-2019年国内保健品市场预测	188
一、2014-2019年国内养生保健品行业产能预测	188
二、2013-2018年营养保健品行业总产值预测	188
二、2014-2019年国内养生保健品行业产量预测	189
三、2014-2019年国内保健品市场需求前景	189
四、2014-2019年国内保健品市场价格预测	190
五、2014-2019年国内养生保健品行业集中度预测	191
第四部分 保健品行业投资战略研究	
第八章 养生保健品行业投资环境分析	194
第一节 养生保健品行业投资环境	194
一、2014-2019年政策环境分析预测	194
二、2014-2019年技术环境分析预测	196
三、2014-2019年市场环境分析预测	197
第二节 2014-2019年我国经济形势分析	203
一、2012年我国宏观经济运行情况分析	203

二、2013年我国宏观经济发展情况分析	215
三、2014-2019年我国宏观经济形势分析	221
四、2014-2019年我国宏观经济的新特点	228
五、2014-2019年我国经济前景与预测	231
六、2014-2019年投资趋势及其影响预测	235
第三节 中国医药卫生体制改革分析	236
一、医药卫生体制改革意义	236
二、医药卫生体制改革思想及目标	237
三、医药卫生体系与制度改革分析	239
四、医药卫生体系改革方向	252
五、医药卫生体制改革重点工作分析	264
六、医药卫生体制改革步骤分析	267
第四节 中国药品进出口政策分析	269
一、2012年医药产品进出口关税调整情况	269
二、我国出口退税调整对保健品企业的影响	271
三、我国出口退税调整对养生保健品行业的影响	272
四、医药技术出口管制调整情况及其影响	275
五、2012年有关养生保健品行业的政策分析	277
第九章 养生保健品行业投资机会与风险	280
第一节 养生保健品行业投资效益分析	280
一、2012-2013年养生保健品行业投资状况分析	280
二、2012-2013年养生保健品行业投资效益分析	280
三、2014-2019年养生保健品行业投资趋势预测	281
四、2014-2019年养生保健品行业的投资方向	282
五、2014-2019年养生保健品行业投资的建议	283
六、新进入者应注意的障碍因素分析	283
第二节 影响养生保健品行业发展的主要因素	284
一、2014-2019年影响养生保健品行业运行的有利因素分析	284
二、2014-2019年影响养生保健品行业运行的稳定因素分析	284
三、2014-2019年影响养生保健品行业运行的不利因素分析	289
四、2014-2019年我国养生保健品行业发展面临的挑战分析	290
五、2014-2019年我国养生保健品行业发展面临的机遇分析	290



### 第三节 养生保健品行业投资风险及控制策略分析 291

一、2014-2019年养生保健品行业市场风险及控制策略 291

二、2014-2019年养生保健品行业政策风险及控制策略 295

三、2014-2019年养生保健品行业经营风险及控制策略 300

四、2014-2019年养生保健品行业技术风险及控制策略 301

五、2014-2019年保健品同业竞争风险及控制策略 303

六、2014-2019年养生保健品行业其他风险及控制策略 305

七、风险控制分析 307

## 第十章 养生保健品行业投资战略研究 312

### 第一节 养生保健品行业发展战略研究 312

一、战略综合规划 312

二、技术开发战略 315

三、业务组合战略 316

四、区域战略规划 318

五、产业战略规划 319

六、营销品牌战略 319

七、竞争战略规划 322

### 第二节 对我国保健品品牌的战略思考 323

一、企业品牌的重要性 323

二、保健品实施品牌战略的意义 324

三、保健品企业品牌的现状分析 326

四、我国保健品企业的品牌战略 330

五、保健品品牌战略管理的策略 333

### 第三节 保健品企业发展策略分析 334

一、医药企业进军医药保健品市场策略 334

二、医药保健品企业经营模式 337

三、医药保健品企业细节 控制策略 341

### 第四节 医药保健品市场突围策略 342

一、产品定位 342

二、营销创新 347

三、消费群体细分 358

四、产品宣传 359

## 第五节 养生保健品行业投资战略研究 360

### 一、2013年医药行业投资战略 360

### 二、2013年养生保健品行业投资战略 362

### 三、2014-2019年养生保健品行业投资战略 366

### 四、2014-2019年细分行业投资战略 368

### 五、投资战略分析 369

#### 图表目录

图表：2012-2013年上半年营养保健品市场规模 1

图表：2012-2013年上半年营养保健品销售额 3

图表：2012年我国保健品行业企业结构情况 6

图表：2012年我国保健品行业不同规模企业结构 6

图表：2012-2013年上半年营养保健品市场规模 7

图表：2012-2013年上半年营养保健品销售额 19

图表：2012-2013年北京市保健等其他食品产成品变化情况 19

图表：2012-2013年天津市保健等其他食品产成品变化情况 20

图表：2012-2013年河北省保健等其他食品产成品变化情况 20

图表：2012-2013年山西省保健等其他食品产成品变化情况 20

图表：2012-2013年内蒙古保健等其他食品产成品变化情况 21

图表：2012-2013年辽宁省保健等其他食品产成品变化情况 21

图表：2012-2013年吉林省保健等其他食品产成品变化情况 21

图表：2012-2013年黑龙江保健等其他食品产成品变化情况 22

图表：2012-2013年上海市保健等其他食品产成品变化情况 22

图表：2012-2013年江苏省保健等其他食品产成品变化情况 22

图表：2012-2013年浙江省保健等其他食品产成品变化情况 23

图表：2012-2013年安徽省保健等其他食品产成品变化情况 23

图表：2012-2013年福建省保健等其他食品产成品变化情况 23

图表：2012-2013年江西省保健等其他食品产成品变化情况 24

图表：2012-2013年山东省保健等其他食品产成品变化情况 24

图表：2012-2013年河南省保健等其他食品产成品变化情况 24

图表：2012-2013年湖北省保健等其他食品产成品变化情况 25

图表：2012-2013年湖南省保健等其他食品产成品变化情况 25

图表：2012-2013年广东省保健等其他食品产成品变化情况 25

图表：2012-2013年广西省保健等其他食品产成品变化情况 26

图表：2012-2013年重庆市保健等其他食品产成品变化情况 26

图表：2012-2013年四川省保健等其他食品产成品变化情况 26

图表：2012-2013年陕西省保健等其他食品产成品变化情况 27

图表：2012-2013年甘肃省保健等其他食品产成品变化情况 27

图表：2012-2013年青海省保健等其他食品产成品变化情况 27

图表：2012-2013年新疆保健等其他食品产成品变化情况 28

图表：2012-2013年我国保健等其他食品产成品排名前十的省市占比情况 28

图表：2012-2013年上半年营养保健品产值 29

图表：2013年1-9月份我国保健食品行业企业数量变化情况 31

图表：2012年我国保健品从业人员数变化情况（人） 32

图表：2012-2013年我国保健品行业总资产规模变化情况 32

图表：2012年我国保健品行业企业结构情况 33

图表：2012年我国保健品行业不同规模企业结构 34

图表：2012年我国保健品行业不同规模企业工业销售产值占比情况 34

图表：2012年我国保健品行业不同所有制企业工业销售产值结构 34

图表：2012-2013年上半年营养保健品销售额 36

图表：2012-2013年我国保健品主营业务收入变化情况 37

图表：2012-2013年我国保健品利润总额及同比增长变化情况 37

图表：2012-2013年我国保健品销售成本变化情况 38

图表：2012-2013年我国保健品行业各种费用结构变化情况 42

图表：2012-2013年我国保健品行业总费用变化情况（千元） 43

图表：2012-2013年我国保健品行业各种费用结构变化情况 47

图表：2012-2013年我国保健品行业总费用变化情况（千元） 47

图表：&quot;五大家族&quot;维生素C产能概况(万吨) 77

图表：我国历年VC出口量和价(单位：吨，美元/千克) 78

图表：2010年国内前5位保健食品企业销售额排名 83

图表：2013年上半年我国营养保健品区域结构 84

图表：2012年北京市保健等其它食品工业销售产值各月变化情况 84

图表：2012年天津市保健等其它食品工业销售产值各月变化情况 85

图表：2012年河北省保健等其它食品工业销售产值各月变化情况 85

图表：2012年山西省保健等其它食品工业销售产值各月变化情况 85

图表：2012年内蒙古保健等其它食品工业销售产值各月变化情况 86

图表：2012年辽宁省保健等其它食品工业销售产值各月变化情况 86

图表：2012年吉林省保健等其它食品工业销售产值各月变化情况 86

图表：2012年黑龙江保健等其它食品工业销售产值各月变化情况 87

图表：2012年上海市保健等其它食品工业销售产值各月变化情况 87

图表：2012年江苏省保健等其它食品工业销售产值各月变化情况 87

图表：2012年浙江省保健等其它食品工业销售产值各月变化情况 88

图表：2012年安徽省保健等其它食品工业销售产值各月变化情况 88

图表：2012年福建省保健等其它食品工业销售产值各月变化情况 88

图表：2012年江西省保健等其它食品工业销售产值各月变化情况 89

图表：2012年山东省保健等其它食品工业销售产值各月变化情况 89

图表：2012年天津市市保健等其它食品工业销售产值各月变化情况 89

图表：2012年湖北省保健等其它食品工业销售产值各月变化情况 90

图表：2012年湖南省保健等其它食品工业销售产值各月变化情况 90

图表：2012年广东省保健等其它食品工业销售产值各月变化情况 90

图表：2012年广西省保健等其它食品工业销售产值各月变化情况 91

图表：2012年海南省保健等其它食品工业销售产值各月变化情况 91

图表：2012年重庆市保健等其它食品工业销售产值各月变化情况 91

图表：2012年四川省保健等其它食品工业销售产值各月变化情况 92

图表：2012年贵州省保健等其它食品工业销售产值各月变化情况 92

图表：2012年云南省保健等其它食品工业销售产值各月变化情况 92

图表：2012年陕西省保健等其它食品工业销售产值各月变化情况 93

图表：2012年甘肃省保健等其它食品工业销售产值各月变化情况 93

图表：2012年青海省保健等其它食品工业销售产值各月变化情况 93

图表：2012年宁夏保健等其它食品工业销售产值各月变化情况 94

图表：2012年新疆保健等其它食品工业销售产值各月变化情况 94

图表：2012年我国保健等其他食品工业销售产值同比增长率排名前十的省市的对比情况 94

图表：2013-2018年营养保健品产值预测 188

图表：2013-2018年我国营养保健品产值预测 189

图表：2013-2018年营养保健品需求预测 189

图表：经济增长具有阶段性 206

图表：2012年国内生产总值核算数据 208

- 图表：2012年国内生产总值环比增速 208
- 图表：2006-2012年我国国内生产总值及同比增长 209
- 图表：2012年全社会固定资产投资 212
- 图表：1978-2012年中国城乡居民恩格尔系数走势图 212
- 图表：2012年各省城乡居民恩格尔系数对比 213
- 图表：2012年各省城乡居民恩格尔系数具体数据 213
- 图表：2009-2012年全国城乡居民恩格尔系数对比 214
- 图表：中国保健企业投资规模分布情况 281
- 图表：我国保健品功能分布情况 282
- 图表：我国保健品销售排行榜前5名 283
- 图表：不同城市的保健品购买率 318

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201408/111213.html>