

2012-2016年中国老年人保 健品产业市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2012-2016年中国老年人保健品产业市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/baojian1209/728029AX2O.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2012-09-03

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2012-2016年中国老年人保健品产业市场分析与投资前景研究报告》共十六章。首先介绍了中国老年人保健品行业的概念，接着分析了中国老年人保健品行业发展环境，然后对中国老年人保健品行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国老年人保健品行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国老年人保健品行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

通过《2012-2016年中国老年人保健品产业市场分析与投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

保健品具有调节人体机能、增进健康的功能。随着人们生活水平的逐步提高，对自身的健康日益重视，对保健品的需求日益升温，为健康投资已经成为一种趋势。近些年来，保健品行业已迅速发展成为一个独特的产业，保健品行业势必将成为我国经济新增长点和战略产业，我国保健品行业将进入高速发展阶段。随着经济的高速增长，国人的养生意识不断提升，保健品行业迎来黄金发展期。截至2011年年底，中国保健食品市场产值已达2000亿元以上，且仍以每年15%的速度增长。到2015年时，人均消费达到300元，市场总容量将突破4500亿元。国内保健品市场每年在千亿元以上，我国保健品市场潜力巨大。2011年1-12月，中国保健品进出口额3.83亿美元，同比上升31.01%，其中出口额1.05亿美元，同比增长26.21%；进口额2.78亿美元，同比增长38.28%。2011年4月，国家食品药品监督管理局下发《关于加强保健食品生产经营日常监管的通知》，通知要求各地相关部门高度重视对保健食品生产经营企业的日常监管工作，明确监管职责，强化企业责任意识，监督企业完善管理制度，加强产品质量管理。

目前中国65岁及以上老人近1.2亿，约占全国总人口的9%。调查显示，食品、医疗和营养保健是老年人日常消费支出最多的三个方面。出于对身体健康的关注，医疗和营养保健品正成为老年人的重要需求。在医疗方面，如果生病，会有71.2%的老年人选择专业大医院就医，有22.1%的老年人就近选择社区医院就医。另外有3.0%的老年人选择民营诊所就医、3.6%的老年人选择药店就医；在营养保健方面，老年消费群体对保健产品的市场需求日益旺盛，67.5%的老年人使用过营养保健产品，有59%的老年人表示愿意参加养生保健方面的知识讲座。调查显示，老年消费群体对药品、保健品的概念和功能存在认知误区。在受访问的老年人中，

有48%的老年人不了解处方药和非处方药的区别，有31.4%的老年人不知道药品都应当标有“国药准字”，有一半以上老人相信保健产品对疾病有治疗功能，相信保健产品的所谓疗效宣传。

第一章 老年人保健品行业相关概述 第一节 老年人保健品行业定义 第二节 老年人保健品介绍 第三节 老年人保健品产业链分析 第二章 中国老年人保健品行业运行环境分析 第一节 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、2012年中国宏观经济发展预测分析 第二节 2011-2012年中国老年人保健品行业政策环境分析 一、老年人保健品行业标准 二、老年人保健品行业相关政策 三、老年人保健品政策 第三节 2011-2012年中国老年人保健品行业社会环境分析 一、人口环境分析 二、教育环境分析 三、文化环境分析 四、生态环境分析 五、中国城镇化率 六、居民的各种消费观念和习惯 第四节 投融资发展环境 一、金融开放 二、金融财政政策 三、金融货币政策 四、外汇政策 五、银行信贷政策 六、股权债券融资政策 第三章 全球老年人保健品行业发展分析 第一节 2011年全球老年人保健品市场分析 一、全球老年人保健品市场分析 二、全球老年人保健品市场需求分析 第二节 2011年全球部分地区老年人保健品市场发展分析 第四章 中国老年人保健品行业发展现状分析 第一节 2011-2012年老年人保健品行业发展现状 一、老年人保健品行业发展概况 二、老年人保健品行业生产状况分析 第二节 2011年老年人保健品企业发展分析 一、老年人保健品企业发展动态分析 二、老年人保健品企业发展存在的问题 三、老年人保健品企业战略发展分析 第三节 2011年老年人保健品行业经济运行分析 一、2011年老年人保健品行业产值分析 二、2011年老年人保健品行业效益分析 三、2011年老年人保健品行业进口分析 四、2011年老年人保健品行业出口分析 第四节 2011年老年人保健品市场发展分析 一、2011年老年人保健品市场分析 二、2011年老年人保健品市场变化分析 三、2012-2016年老年人保健品市场走势分析 第五节 老年人保健品行业面临的挑战及发展建议 一、老年人保健品行业发展面临的难题 二、老年人保健品行业发展建议 第五章 中国老年人保健品消费市场分析 第一节 2011-2012年老年人保健品消费者特征分析 一、人口结构分析 二、年龄结构分析 三、学历结构分析 四、职业结构分析 五、收入结构分析 第二节 2011-2012年老年人保健品消费者对老年人保健品选择的调查 一、消费者对老年人保健品种类的选择率调查 二、消费者对老年人保健品品牌选择的调查 三、消费者对老年人保健品消费满意度调查 第三节 2011-2012年老年人保健品行业影响消费者选购因素分析 一、价格因素 二、质量因素 三、品牌的影响 四、广告的影响程度 第四节 2011-2012年老年人保健品市场消费者费渠道分析 一、连锁药店、社区药店 二、普通商场、超市 三、批发市场 四、医院 五、其他渠道 第六章 中国老年人保健品行业市场营销战略分析 第一节 老年人保健品企业营销分析 一、老年人保健品市场营销现状 二、老年人保健品品牌成功因素分析 三、老年人保健品企业营销战略研究 第二节 老年人保健品营销渠道分析 一、老年人保健品销售渠道构成 二、老年人保健品营销渠道策略分析 第三节 老年

人保健品行业营销策略分析 第四节 老年人保健品企业成功营销策略分析 一、连锁品牌营销策略分析 二、广告营销策略分析 三、体育（健康）营销策略分析 四、电子商务营销策略分析 五、主题营销策略分析 六、整体营销策略分析 第七章 2009-2011年中国老年人保健品行业数据监测 第一节 2009-2011年中国老年人保健品行业总体数据分析 一、2009年中国老年人保健品行业全部企业数据分析 二、2010年中国老年人保健品行业全部企业数据分析 三、2011年中国老年人保健品行业全部企业数据分析 第二节 2009-2011年中国老年人保健品行业不同规模企业数据分析 一、2009年中国老年人保健品行业不同规模企业数据分析 二、2010年中国老年人保健品行业不同规模企业数据分析 三、2011年中国老年人保健品行业不同规模企业数据分析 第三节 2009-2011年中国老年人保健品行业不同所有制企业数据分析 一、2009年中国老年人保健品行业不同所有制企业数据分析 二、2010年中国老年人保健品行业不同所有制企业数据分析 三、2011年中国老年人保健品行业不同所有制企业数据分析 第八章 中国老年人保健品药品行业发展分析 第一节 2011-2012年老年人保健品行业发展现状 一、老年人保健品行业的发展史 二、老年人保健品市场变化分析 三、老年人保健品质量情况分析 四、老年人保健品市场现状分析 第二节 2011-2012年老年人保健品市场供需分析 一、老年人保健品产值分析 二、老年人保健品需求分析 三、影响老年人保健品市场需求的因素 第三节 老年人保健品行业生产分析 一、产品及原材料进口、自有比例 二、国内产品及原材料生产基地分布 三、产品及原材料产业集群发展分析 四、2010-2012年产品及原材料产能情况分析 第九章 中国老年人保健品行业发展分析 第一节 2011-2012年老年人保健品市场发展分析 一、老年人保健品发展分析 二、老年人保健品市场发展有利因素分析 三、老年人保健品市场消费特点分析 第二节 2011-2012年老年人保健品出口状况分析 一、老年人保健品出口数量及金额分析 二、老年人保健品主要出口市场分析 第三节 2011-2012年老年人保健品行业存在的问题及对策 一、老年人保健品产品问题分析 二、老年人保健品行业存在的问题 三、针对老年人保健品的解难 四、老年人保健品行业品牌策略分析 五、提高老年人保健品市场竞争力策略分析 第十章 中国老年人保健品行业竞争格局分析 第一节 2011-2012年老年人保健品行业竞争结构分析 一、老年人保健品种类品牌竞争 二、老年人保健品技术工艺创新竞争 三、老年人保健品销售渠道竞争 第二节 2011-2012年老年人保健品区域市场格局分析 第十一章 中国老年人保健品市场竞争分析 第一节 2011-2012年老年人保健品行业集中度分析 一、老年人保健品市场集中度分析 二、老年人保健品区域集中度分析 三、老年人保健品企业集中度分析 第二节 2011-2012年老年人保健品市场竞争分析 一、老年人保健品市场竞争现状分析 二、老年人保健品企业竞争动态分析 三、老年人保健品行业竞争策略研究 第十二章 我国主要老年人保健品行业重点企业分析 第一节 湖南九芝堂股份有限公司 一、企业概况 二、竞争优势分析 三、2011-2012年经营状况分析 四、2012-2016年公司发展战略分析 第二节 深圳海王集团 一、企业概况 二、竞争优势分析 三

、2011-2012年经营状况分析 四、2012-2016年公司发展战略分析 第三节 吉林修正药业老年人保健品有限公司 一、企业概况 二、竞争优势分析 三、2011-2012年经营状况分析 四、2012-2016年公司发展战略分析 第四节 健康元药业集团股份有限公司 一、企业概况 二、竞争优势分析 三、2011-2012年经营状况分析 四、2012-2016年公司发展战略分析 第五节 山东东阿阿胶股份有限公司 一、企业概况 二、竞争优势分析 三、2011-2012年经营状况分析 四、2012-2016年公司发展战略分析 第十三章 中国老年人保健品行业发展前景分析 第一节 2012-2016年老年人保健品市场发展前景分析 一、2012-2016年老年人保健品市场发展潜力分析 二、2012-2016年老年人保健品市场发展前景分析 第二节 2012-2016年老年人保健品产品市场发展前景分析 第十四章 中国老年人保健品行业发展趋势分析 第一节 对老年人保健品市场发展预测 一、2012-2016年老年人保健品市场供给预测 二、2012-2016年老年人保健品市场销量预测 三、2012-2016年老年人保健品市场规模预测 第二节 2012-2016年老年人保健品市场发展趋势 一、2012-2016年老年人保健品行业发展趋势 二、2012-2016年老年人保健品市场发展趋势 第十五章 老年人保健品整体行业发展规划分析 第一节 2012-2016年老年人保健品行业发展规划分析 一、老年人保健品行业发展机会分析 二、老年人保健品行业发展机遇分析 三、老年人保健品行业发展规划分析 第二节 2012-2016年老年人保健品行业投资分析 一、老年人保健品市场投资现状 二、老年人保健品市场投资机会分析 三、对老年人保健品市场投资分析 第三节 2012-2016年老年人保健品行业投资风险分析 一、2012-2016年老年人保健品行业市场风险预测 二、2012-2016年老年人保健品行业政策风险预测 三、2012-2016年老年人保健品行业经营风险预测 四、2012-2016年老年人保健品行业竞争风险预测 五、2012-2016年老年人保健品行业其他风险预测 第四节 2012-2016年老年人保健品行业投资战略分析 一、老年人保健品市场投资策略分析 二、老年人保健品细分市场投资策略分析 三、对老年人保健品行业的投资建议 第十六章 中国老年人保健品行业发展战略研究 第一节 市场策略分析 一、老年人保健品价格策略分析 二、老年人保健品渠道策略分析 第二节 销售策略分析 一、媒介选择策略分析 二、产品定位策略分析 三、企业宣传策略分析 第三节 对我国老年人保健品品牌的战略思考 一、企业品牌的重要性分析 二、老年人保健品实施品牌战略的意义 三、老年人保健品企业品牌的现状分析 四、我国老年人保健品企业的品牌战略 五、老年人保健品品牌战略管理的策略 第四节 老年人保健品企业经营管理策略 一、成本控制策略 二、定价策略 三、竞争策略 四、并购重组策略 五、营销策略 六、人力资源 七、财务管理 图表目录：图表：国内生产总值同比增长速度 图表：全国粮食产量及其增速 图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%） 图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%） 图表：进出口总额（亿美元） 图表：广义货币（M2）增长速度（%） 图表：居民消费价格同比上涨情况 图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%） 图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%） 图表：农村居民人均收

入实际增长速度 图表：人口及其自然增长率变化情况 图表：2011年固定资产投资（不含农户）同比增速（%） 图表：2011年房地产开发投资同比增速（%） 图表：2012年中国GDP增长预测 图表：国内外知名机构对2012年中国GDP增速预测

本研究报告数据主要采用国家统计数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/baojian1209/728029AX2O.html>