

# 2015-2020年中国保健品市 场竞争力分析及投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

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

# 报告报价

《2015-2020年中国保健品市场竞争力分析及投资前景研究报告》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/baojian1502/E64775A3P4.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】2015-02-09

【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

## 报告说明:

博思数据发布的《2015-2020年中国保健品市场竞争力分析及投资前景研究报告》共十二章。报告内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

由于经济发展，可支配收入的提高，思想观念转变，医药卫生的进步等等诸多原因，人们将疾病的治疗从事后治疗向事前预防转变。其结果就是保健品消费的与日俱增，消费市场容量的快速增长带动了我国保健品产业的蓬勃发展。

根据国家统计局数据：截至2013年底我国保健品行业规模以上企业数量为450家，当中28家企业出现亏损，亏损额为1.98亿元。2013年我国保健品行业总资产为882.70亿元，较上年同期增长34.9%。2013年我国保健品行业总产值达到1624.41亿元，较上年同期增长39.9%。

国家食品药品监督管理局数据显示：截至2013年底，我国共批准了13759个保健食品，其中国产保健食品为13048个，进口保健食品为711个。

## 报告目录：

### 第一章 2014年中国保健品行业发展环境分析 1

#### 第一节 2014年中国保健品行业环境分析 1

##### 一、保健品行业特性，发展方向 1

##### 二、国外保健品行业发展分析 2

##### 三、国内保健品行业发展分析 7

#### 第二节 2014年中国保健品政策环境分析 7

##### 一、《食品安全法》首次纳入保健品监管 7

##### 二、《食品安全法》对保健品行业的影响 8

##### 三、药监局严查保健品行业 8

##### 四、保健品广告法规分析 8

#### 第三节 2014年中国保健品社会环境分析 10

一、人口规模及结构分析	10
二、中国人口老龄化及健康意识	12
三、居民收入与消费分析	12
第四节 2014年中国保健品技术环境分析	15
一、技术发展现状	15
二、保健食品技术审评水平	18
三、保健品生产技术研究发展动向	20
第五节 2014年中国保健品市场环境变化分析	20
一、广告对购买决策的影响力变化	20
二、行业的信任危机对需求的影响	21
三、产品同质化对需求的影响分析	21

## 第二章 2014年中国保健品行业运行态势分析 22

### 第一节 2014年中国保健品行业运行总况 22

一、中国保健品行业发展三阶段	22
二、保健品行业困境之中被迫转型	23
三、产品功能分布情况	24
四、主要产品概念诉求	44

### 第二节 2014年中国保健品行业发展状况分析 45

#### 一、中国保健品行业产值分析 45

根据国家统计局数据：2013年我国保健品行业总产值达到1624.41亿元，较上年同期增长39.9%，行业销售收入达到1579.36亿元，同比增长39.7%。

2009-2013年我国保健品行业产值及销售收入分析年份保健品行业产值：千元保健品行业销售收入：千元

2009年	4146248638681310
2010年	5817505255802191
2011年	8821918485646711
2012年	116073007113067585
2013年	162441142157936372

资料来源：国家统计局

二、在新医改春风下保健品市场成香饽饽	46
三、保健品市场进入“冰封”时期	47
四、新《食品安全法》为保健品行业设门槛	47
第三节 2014年中国保健品行业原材料分析	48

- 一、我国保健产品主要原料 48
- 二、主要原料产品分布概况 49
- 三、水溶性膳食纤维分析及预测 49
- 四、全球鱼油消费量及价格分析 52
- 第四节 2014年中国保健品行业的问题及对策分析 54
- 一、中国保健品企业发展应返璞归真 54
- 二、中国保健品企业的研发策略浅析 56
- 三、保健品企业成功开发产品的四大动力 56

### 第三章 2014年中国保健品市场发展现状 59

#### 第一节 2014年中国保健品市场规模分析 59

- 一、中国保健品企业规模 59
- 二、都市女性保健品市场规模 61
- 三、2014年我国保健品市场规模 62

#### 第二节 2014年中国保健品市场规模预测 63

- 一、2014年中国保健产业年销售额 63
- 二、2015-2020年中国保健品市场规模预测 65

#### 第三节 2014年中国保健品区域市场分析 74

- 一、东北地区保健品市场分析 74
- 二、华北地区保健品市场分析 76
- 三、华东地区保健品市场分析 77
- 四、华中地区保健品市场分析 79
- 五、华南地区保健品市场分析 81
- 六、西部地区保健品市场分析 82

### 第四章 2014年中国保健品需求与消费状况分析 85

#### 第一节 2014年中国保健品需求与消费状况分析 85

- 一、辅食、保健品消费市场分析 85
- 二、中国保健品消费量高价位盘整 88

#### 第二节 2014年中国保健品市场消费动向分析 88

- 一、保健品市场消费者跟风现象 88
- 二、保健品市场两极分化趋势 90

### 三、保健品消费者购买行为分析 90

#### 第三节 2014年中国保健品消费者分析 96

##### 一、老年保健品市场发展分析 96

##### 二、女性保健品市场发展分析 98

##### 三、儿童保健品市场发展分析 101

##### 四、保健品消费人群变化情况 103

## 第五章 2014年中国保健品行业市场价格走势 104

### 第一节 2014年中国保健品市场价格波动情况 104

#### 一、春节保健品价格大幅跳水 104

#### 二、影响保健品价格的因素分析 104

#### 三、2014年蜂王浆价格走势分析 105

### 第二节 2014年中国保健品原料价格走势分析 109

#### 一、中国中药材价格监测 109

#### 二、红花价格走势分析 122

#### 三、宁夏枸杞价格走势 124

#### 四、2014年中药材价格走势 125

## 第六章 2014年中国保健品行业细分产品市场监测 128

### 第一节 2014年中国保健药品市场运行分析 128

#### 一、保健药品功能分布 128

#### 二、保健药品市场开始“清理门户” 130

#### 三、2014年保健品市场占有份额 130

### 第二节 2014年中国保健食品市场产品竞争排名情况 131

#### 一、保健食品企业竞争力 131

#### 二、保健食品产品畅销排名 132

#### 三、保健食品市场占有份额 133

### 第三节 2014年中国保健茶市场产品竞争排名情况 133

#### 一、保健茶企业竞争力 133

#### 二、保健茶产品畅销排名 134

#### 三、保健茶市场占有份额 135

### 第四节 2014年中国保健酒市场产品竞争排名情况 135

- 一、保健酒企业竞争力 135
- 二、保健酒产品畅销排名 142
- 三、保健酒市场占有份额 142
- 第五节 2014年中国保健饮料市场产品竞争排名情况 143
- 一、保健饮料企业竞争力 143
- 二、保健饮料产品畅销排名 144
- 三、保健饮料市场占有份额 144

## 第七章 2014年中国保健品进出口贸易市场综述 146

- 第一节 2014年中国保健品进出口贸易简况 146
- 一、保健品贸易情况分析 146
- 二、中国保健品年销售额及增长情况 151
- 三、保健品B2C电子商务行业分析 152
- 第二节 2014年我国医药保健品进出口形势分析 154
- 一、医药保健品出口“甲流概念”成亮点 154
- 二、2014年中国医药保健品进出口统计 154
- 三、医药保健品进出口分省市统计 155

## 第八章 2014年中国保健品市场营销解析 158

- 第一节 保健品营销的三大要素 158
- 一、概念设计 158
- 二、产品利益的挖掘 160
- 三、产品效果感设计 161
- 四、保健品广告的四大要素 163
- 第二节 2014年中国保健品营销总体概况 166
- 一、浅谈保健品服务营销 166
- 二、如何打造保健品专卖店营销 167
- 三、如何创新保健品营销 171
- 四、减肥保健品市场营销分析 173
- 五、医药保健品营销转型 175
- 六、中国保健品营销模式 176
- 第三节 2014年中国保健品行业的直销分析 183

- 一、直销法的实施给保健品市场带来的影响 183
- 二、直销有助于保健品行业发展 185
- 三、传统模式与直销模式在保健品领域应用的差异 189
- 四、医药保健品的直销分析 192
- 五、保健品企业直销案例分析 198
  - 1、安利保健品的直销 198
  - 2、天狮集团保健品直销 202
  - 3、无限极保健品的直销 207
  - 4、中山完美保健品的直销 209
- 第四节 未来中国保健品营销趋势透视 212
  - 一、价值营销将走入保健品行业发展主流 212
  - 二、医药保健品营销八大趋势 216
  - 三、医药保健品营销发展的几个新方向 220
  - 四、保健品企业营销未来方向探析 223

## 第九章 2014年中国保健品行业竞争格局分析 226

- 第一节 2014年中国保健品竞争总况 226
  - 一、医药保健产业格局将面临激烈震荡 226
  - 二、保健酒市场竞争分析 226
- 第二节 从OEM观看保健品行业违规竞争 228
  - 一、OEM是保健品企业必然的选择 228
  - 二、从OEM透析保健食品行业违规操作的根源 229
  - 三、保健品行业发展要走出急功近利的误区 230
- 第三节 主要产品市场竞争分析 232
  - 一、各大补血产品品牌竞争回顾 232
  - 二、补血保健品市场竞争格局 238
  - 三、减肥保健品市场竞争概况 238
  - 四、美容养颜类保健品市场竞争分析 241

## 第十章 2014年中国保健品上市企业竞争力同比分析 242

- 第一节 健康元药业集团股份有限公司 242
  - 一、企业概况 242



二、竞争优势分析	243
三、企业经营状况分析	244
四、2015-2020年公司发展战略分析	247
第二节 山东东阿阿胶股份有限公司	248
一、企业概况	248
二、竞争优势分析	248
三、企业经营状况分析	249
四、2015-2020年公司发展战略分析	252
第三节 哈药集团股份有限公司	254
一、企业概况	254
二、竞争优势分析	255
三、企业经营状况分析	255
四、2015-2020年公司发展战略分析	259
第四节 海南椰岛（集团）股份有限公司	261
一、企业概况	261
二、竞争优势分析	262
三、企业经营状况分析	263
四、2015-2020年公司发展战略分析	266
第五节 上海交大昂立股份有限公司	266
一、企业概况	266
二、竞争优势分析	267
三、企业经营状况分析	267
四、2015-2020年公司发展战略分析	271
第六节 北京双鹭药业股份有限公司	271
一、企业概况	271
二、竞争优势分析	272
三、企业经营状况分析	275
四、2015-2020年公司发展战略分析	279
第七节 海王集团	280
一、企业概况	280
二、竞争优势分析	281
三、企业经营状况分析	282

#### 四、2015-2020年公司发展战略分析 285

#### 第八节 浙江康恩贝制药股份有限公司 286

##### 一、企业概况 286

##### 二、竞争优势分析 287

##### 三、2014年经营状况分析 289

##### 四、2015-2020年公司发展战略分析 292

#### 第九节 天津天士力股份有限公司 294

##### 一、企业概况 294

##### 二、竞争优势分析 296

##### 三、2014年经营状况分析 298

##### 四、2015-2020年公司发展战略分析 301

#### 第十节 山东沃华医药科技股份有限公司 302

##### 一、企业概况 302

##### 二、竞争优势分析 304

##### 三、2014年经营状况分析 304

##### 四、2015-2020年公司发展战略分析 307

#### 第十一节 青海三普药业股份有限公司 309

##### 一、企业概况 309

##### 二、竞争优势分析 309

##### 三、2014年经营状况分析 310

##### 四、2015-2020年公司发展战略分析 314

#### 第十二节 贵州益佰制药股份有限公司 314

##### 一、企业概况 314

##### 二、竞争优势分析 317

##### 三、2014年经营状况分析 319

##### 四、2015-2020年公司发展战略分析 322

### 第十一章 博思数据关于中国保健品行业发展预测分析 323

#### 第一节 中国保健品行业发展预测 323

##### 一、中国保健品发展前景分析 323

##### 二、中国保健品市场规模将扩大 326

##### 三、保健品行业主要企业发展前景 327

#### 四、保健品的药店销售前景分析 328

### 第二节 保健品行业总体发展趋势分析 331

#### 一、保健品行业发展呈现四大趋势 331

#### 二、细分领域是保健品市场未来发展走向 332

#### 三、保健品大众化逐渐成新趋势 332

#### 四、白领将成为保健品消费主力 334

### 第三节 保健品主要热门种类发展趋势 336

#### 一、保健品行业绿色天然产品发展空间巨大 336

#### 二、中药保健品将成全球市场上的新宠 337

#### 三、美容养颜类保健品市场发展趋势分析 337

#### 四、氨基酸类保健品市场发展预测 338

#### 五、中国减肥市场四大发展趋势 338

#### 六、中国保健酒行业前景预测 339

#### 七、中草药保健茶市场前景分析 341

#### 八、孕妇保健品市场前景广阔 342

## 第十二章 2015-2020年我国保健品行业投资价值与投资策略分析 343

### 第一节 2014年中国保健品投资概况 343

#### 一、保健品投资特性 343

#### 二、保健品投资环境分析 343

### 第二节 2015-2020年我国保健品行业投资价值分析 344

#### 一、减肥产品投资价值分析 344

#### 二、润肠通便产品投资价值分析 354

#### 三、美容产品投资价值分析 357

#### 四、排铅产品投资价值分析 364

#### 五、补肾产品投资价值分析 367

#### 六、蜂产品行业投资价值分析 372

#### 七、保健品风险规避和操作方法 373

### 第三节 2015-2020年中国保健品行业投资风险预警 377

#### 一、保健品直销存在四大风险 377

#### 二、保健品行业社会风险分析 377

#### 三、保健品市场风险化解策略 378

四、保健品行业风险规避之道 380

五、蜂产业投资风险规避策略 382

第四节 2015-2020年保健品行业投资机会及策略 386

一、保健品投资的三个要点 386

二、保健品市场深度调研及投资策略 388

三、保健品发展历程和基本规律 389

四、保健品销售的基本规则以及风险预防 390

五、脑白金和太太口服液案例分析 392

六、近年保健品黑马产品分析和经验总结 393

七、保健品的市场机会分析 395

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，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/baojian1502/E64775A3P4.html>