2010-2015年中国营养保健
食品市场调研与投资前景分析报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2010-2015年中国营养保健食品市场调研与投资前景分析报告》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.chinairr.org/report/R07/R0704/201012/06-60012.html

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936
传真: 010-60343813
网址: http://www.chinairr.org
Email: sales@chyxx.com
联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

【报告目录】

第一章 2009-2010年国际营养保健食品行业市场发展分析 11

第一节 2009-2010年世界营养保健食品市场监管分析 11

一、归属于食品监管 11

二、以药品类监管 11

三、建立完整的第三类产品管理制度 12

第二节 2009-2010年日本营养保健食品的细分化管理 12

一、特定保健用食品 12

二、营养机能食品 13

三、健康食品 13

第三节 2009-2010年世界其它地区营养保健食品发展及动态分析 14

一、美国营养药品和保健食品现状 14

二、韩国开发营养保健食品概况 16

三、加拿大营养保健食品行业发展现状 18

三、大豆：国际保健食品市场新宠 18

第四节 2010-2015年世界营养保健食品市场发展趋势探析 19

第二章 2009-2010年中国营养保健食品行业发展环境分析 21

第一节2009-2010年中国经济环境分析 21

一、中国GDP分析 21

二、城乡居民家庭人均可支配收入 23

三、恩格尔系数 25

四、社会消费增长 27

第二节2009-2010年中国营养保健食品政策环境分析 28

一、《保健食品管理办法》 28

二、保健（功能）食品通用标准 33

三、保健品行业相关政策法规 38

第三节2009-2010年中国营养保健食品社会环境分析 39

一、经济成长带动消费升级 39

二、人口城市化创造巨大的需求 39

三、消费观念变化拉动需求 41

四、老人和儿童市场快速成长 41
五、“亚健康”人群迅速增长的需求 41

第三章 2009-2010年中国营养保健食品行业运行情况分析 43
第一节 2009-2010年中国营养保健食品发展与需求现状分析 43
一、保健食品的功能种类分布与功能因子 43
二、保健食品发展现状 48
三、保健食品需求状况 51
第二节 2009-2010年中国营养保健食品市场运行动态分析 53
一、蜂胶：新近最流行的营养保健品 53
二、保健食品行业进入严管时代 54
三、纽崔莱营养保健食品的七十大优势 55
第三节2009-2010年中国营养保健食品管理的对策建议 59
一、虚假、夸大宣传造成消费者对保健品信任程度降低 59
二、低水平重复现象严 59
三、管理法规不完善 61
四、假冒伪劣保健品泛滥 61

第四章 2009-2010年中国营养保健食品消费市场调查分析 63
第一节 2009-2010年中国营养保健食品消费者分析 63
一、现代人的保健观念 63
二、营养保健食品消费者消费行为分析 64
三、消费者获知保健食品信息的主要渠道 65
四、消费者购买主要渠道 66
五、营养保健食品消费群体分析 67
第二节 2009-2010年中国营养保健食品消费者市场分析 68
一、中老年营养保健食品市场发展分析 68
二、女性营养保健食品市场发展状况分析 69
三、儿童青少年营养保健食品市场发展状况分析 70

第五章 2009-2010年中国营养保健食品市场营销策略分析 72
第一节 2009-2010年中国营养保健食品市场主要经营策略分析 72

一、营养保健食品营销要素 72
二、营养保健食品的市场定位营销 73
三、营养保健食品的功能效果 80
第二节 2009-2010年中国营养保健食品产业销售渠道分析 82
一、总体状况 82
二、超市 82
三、网上购物 83
四、药店 83
第三节 2009-2010年中国保健食品营销战略四大致命误解分析 84

第六章 2009-2010年中国营养保健食品行业竞争情况分析 86
第一节 2009-2010年中国营养保健食品行业竞争格局分析 86
一、营养保健食品产品类别竞争程度分析 86
二、营养保健食品行业竞争程度分析 90
第二节 2009-2010年中国营养保健食品行业竞争结构分析 93
一、行业的重要省份分布概况 93
二、行业销售集中度分析 105
第三节 2008-2012年中国营养保健食品提升竞争力分析 108

第七章 2009-2010年中国营养保健食品重点企业竞争力分析 110
第一节 上海交大昂立股份有限公司（600530） 110
一、企业概况 110
二、企业主要财务指标 110
三、企业成长性指标 110
四、企业经营能力指标 111
五、企业盈利能力指标 111
六、企业偿债能力 112
第二节 健康元 112
一、公司简介 112
二、健康元药业集团股份有限公司经营状况分析 112
三、健康元发展战略 114
四、健康元发展机遇及优势 115

第三节 山东阿胶股份有限公司 115
一、公司简介 115
二、2008-2009年山东东阿阿胶股份有限公司经营状况分析 115
三、2009年东阿阿胶战略分析 118
四、山东阿胶股份有限公司未来发展的核心优势 118
五、阿胶公司营销网络 119
第四节 海南椰岛股份有限公司 120
一、公司简介 120
二、2008-2009年海南椰岛(集团)股份有限公司经营状况分析 121
三、海南椰岛公司业务发展亮点分析 123
第五节 安利(中国)日用品有限公司 123
一、公司简介 123
二、2008年安利实现逆势增长 123
三、2009年安利在中国加大投资 123
四、安利（中国）日用品有限公司企业主要指标分析 124
第七节 岳阳市本草生物工程有限公司 124
一、企业基本概况 125
二、企业主要经济指标分析 125
三、企业盈利能力分析 125
四、企业偿债能力分析 126
五、企业运营成本费用分析 126
第八节 北京澳特舒尔保健品开发有限公司 127
一、企业基本概况 127
二、企业主要经济指标分析 127
三、企业盈利能力分析 128
四、企业偿债能力分析 128
五、企业运营成本费用分析 129
第九节 南京九蜂堂蜂产品有限公司 129
一、企业基本概况 129
二、企业主要经济指标分析 129
三、企业盈利能力分析 130
四、企业偿债能力分析 130

五、企业运营成本费用分析 131
第十节 深圳市博康保健品有限公司 131
一、企业基本概况 131
二、企业主要经济指标分析 131
三、企业盈利能力分析 132
四、企业偿债能力分析 132
五、企业运营成本费用分析 133

第八章 2010-2015年中国营养保健食品行业运行前景预测分析 134
第一节2010-2015年中国营养保健食品行业发展趋势分析 134
一、公众自我保健意识加强推动产业发展 134
二、医疗体制改革对产业发展起到助推作用 134
第二节 2010-2015年中国营养保健食品行业市场预测分析 135
一、中国营养保健食品种类供需预测分析 135
二、中国营养保健食品潜在消费者发展趋势预测分析 137
三、中国营养保健食品价格发展趋势预测分析 137
第三节2010-2015年中国营养保健食品行业盈利预测分析 137

第九章 2010-2015年中国营养保健食品产业投资机会与风险分析 139
第一节 2010-2015年中国营养保健食品行业投资环境分析 139
一、营养保健食品市场拉动 139
二、营养保健食品科技推动 140
三、营养保健食品管理带动 141
第二节 2010-2015年中国营养保健食品行业投资机会分析 141
一、营养保健食品行业投资吸引力分析 141
二、营养保健食品行业投资区域分析 141
第三节 2010-2015年中国营养保健食品行业投资风险预警 142
一、政策监管日益加强 142
二、原材料风险预警 142
三、行业竞争风险预警 143
第四节 专家建议 143

【图表目录】

图表 1 2000-2010年第二季度中国GDP及其增长率统计表 21
图表 2 2003-2010年中国分产业GDP增长率季度统计表 21
图表 3 2003-2009年中国GDP增长率季度走势图 22
图表 4 1978-2009年中国居民收入及恩格尔系数统计表 23
图表 5 中国城乡居民收入走势对比 24
图表 6 1978-2008中国城乡居民恩格尔系数对比表 25
图表 7 1978-2008中国城乡居民恩格尔系数走势图 26
图表 8 2003-2009年中国社会消费品零售总额增长趋势图 27
图表 9 2009年中国社会消费品零售总额月度统计表 27
图表 10 2007-2009年中国社会消费品零售总额月度增长率走势图 28
图表 11 铅、砷、汞的限量 35
图表 12 微生物的限量 35
图表 13 2001-2009年中国城镇化率走势图 40
图表 14 保健品与食品、药品的区别 43
图表 15 我国保健品行业的发展历程表 51
图表 16 2010年上半年中国居民自我健康评价结果 51
图表 17 2009年中国消费者对保健品的需求类别构成 52
图表 18 2010年上半年中国保健品消费者满意度 62
图表 19 中国居民认为保健的最佳途径调查结果 63
图表 20 中国居民对健康保健食品副作用的认识调查结果 64
图表 21 2010年上半年中国保健品消费者满意度 64
图表 22 2010年上半年中国保健品消费者消费动机调查结果 65
图表 23 2010年上半年消费者获知保健食品信息的主要渠道 66
图表 24 2010年上半年中国保健品消费者购买渠道构成 66
图表 25 中国保健品市场结构图 67
图表 26 2010年上半年中国保健品销售渠道构成 83
图表 27 全国补血类保健品销售排名 86
图表 28 补血类保健品购买率、知名度与购买知名比 86
图表 29 2009中国十佳保健品品牌榜上榜-名牌保健品 90
图表 30 2009年中国十佳胶原蛋白品牌榜 90
图表 31 2009年中国药品/保健品品牌中国驰名商标名单 90

图表 32 2006到2009上半年全国维生素零售规模（亿元） 96
图表 33 全国维生素中药品和保健品的比例构成（%） 97
图表 34 全国不同目标人群维生素市场比例构成（%） 97
图表 35 2006-2009年中国细分类别维生素市场规模（百万元） 98
图表 36 2007-2009年中国11中心城市维生素市场规模（百万元）和增长率（%） 99
图表 37 2007-2009年中国各城市零售市场领先的维生素品牌（一） 99
图表 38 2007-2009年中国各城市零售市场领先的维生素品牌（二） 100
图表 39 2003-2010年上半年上海交大昂立股份有限公司主要财务指标表 110
图表 40 2002-2009年上海交大昂立股份有限公司成长性指标表 110
图表 41 2002-2009年上海交大昂立股份有限公司经营能力指标表 111
图表 42 2002-2009年上海交大昂立股份有限公司盈利能力指标表 111
图表 43 2002-2009年上海交大昂立股份有限公司偿债能力指标表 112
图表 44 2002-2009年健康元药业主要财务指标表 113
图表 45 2002-2009年健康元药业成长性指标表 113
图表 46 2002-2009年健康元药业经营能力指标表 113
图表 47 2002-2009年健康元药业盈利能力指标表 114
图表 48 2002-2009年健康元药业偿债能力指标表 114
图表 49 2002-2009年山东东阿阿胶股份主要财务指标表 116
图表 50 2002-2009年山东东阿阿胶股份成长性指标表 116
图表 51 2002-2009年山东东阿阿胶股份经营能力指标表 117
图表 52 2002-2009年山东东阿阿胶股份盈利能力指标表 117
图表 53 2002-2009年山东东阿阿胶股份偿债能力指标表 117
图表 54 2002-2010年第一季度海南椰岛主要财务指标表 121
图表 55 2002-2009年海南椰岛成长性指标表 121
图表 56 2002-2009年海南椰岛经营能力指标表 122
图表 57 2002-2009年海南椰岛盈利能力指标表 122

中国产业研究报告网发布的《2010-2015年中国营养保健食品市场调研与投资前景分析报告》，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。

图表 58 2002-2009年海南椰岛偿债能力指标表 122
图表 59 2006-2009年安利（中国）的销售额增长趋势图 124
图表 60 岳阳市本草生物工程有限公司概况 125
图表 61 2008-2009年岳阳市本草生物工程有限公司主要经济指标 125
图表 62 2008-2009年 岳阳市本草生物工程有限公司工业总产值及存货产成品指标表 125
图表 63 2008-2009年岳阳市本草生物工程有限公司利润指标表 125
图表 64 2008-2009年岳阳市本草生物工程有限公司盈利比率（能力）指标表 126
图表 65 2008-2009年岳阳市本草生物工程有限公司偿债能力指标表 126
图表 66 2008-2009年岳阳市本草生物工程有限公司偿债比率指标表 126
图表 67 2008-2009年岳阳市本草生物工程有限公司主营收入及各项成本指标表 126
图表 68 北京澳特舒尔保健品开发有限公司概况 127
图表 69 2008-2009年北京澳特舒尔保健品开发有限公司主要经济指标 127
图表 70 2008-2009年 北京澳特舒尔保健品开发有限公司工业总产值及存货产成品指标表 127
图表 71 2008-2009年北京澳特舒尔保健品开发有限公司利润指标表 128
图表 72 2008-2009年北京澳特舒尔保健品开发有限公司盈利比率（能力）指标表 128
图表 73 2008-2009年北京澳特舒尔保健品开发有限公司偿债能力指标表 128
图表 74 2008-2009年北京澳特舒尔保健品开发有限公司偿债比率指标表 128
图表 75 2008-2009年北京澳特舒尔保健品开发有限公司主营收入及各项成本指标表 129
图表 76 南京九蜂堂蜂产品有限公司概况 129
图表 77 2008-2009年南京九蜂堂蜂产品有限公司主要经济指标 129
图表 78 2008-2009年 南京九蜂堂蜂产品有限公司工业总产值及存货产成品指标表 129
图表 79 2008-2009年南京九蜂堂蜂产品有限公司利润指标表 130
图表 80 2008-2009年南京九蜂堂蜂产品有限公司盈利比率（能力）指标表 130
图表 81 2008-2009年南京九蜂堂蜂产品有限公司偿债能力指标表 130
图表 82 2008-2009年南京九蜂堂蜂产品有限公司偿债比率指标表 130
图表 83 2008-2009年南京九蜂堂蜂产品有限公司主营收入及各项成本指标表 131
图表 84 深圳市博康保健品有限公司概况 131
图表 85 2008-2009年深圳市博康保健品有限公司主要经济指标 131
图表 86 2008-2009年 深圳市博康保健品有限公司工业总产值及存货产成品指标表 132
图表 87 2008-2009年深圳市博康保健品有限公司利润指标表 132
图表 88 2008-2009年深圳市博康保健品有限公司盈利比率（能力）指标表 132

图表 89 2008-2009年深圳市博康保健品有限公司偿债能力指标表 132
图表 90 2008-2009年深圳市博康保健品有限公司偿债比率指标表 133
图表 91 2008-2009年深圳市博康保健品有限公司主营收入及各项成本指标表 133
图表 92 2010-2015年中国营养保健食品行业销售毛利率走势图 137

详细请访问：http://www.chinairr.org/report/R07/R0704/201012/06-60012.html