

# 2016-2022年中国养生保健 品市场监测及发展战略研究报告

## 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

《2016-2022年中国养生保健品市场监测及发展战略研究报告》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/201511/127287.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

报告目录：

### 第一章 2015年中国养生保健品行业运行环境解析 18

#### 第一节 2015年中国养生保健品行业环境分析 18

一、养生保健品行业特性，发展方向 18

二、国外养生保健品行业发展分析 19

三、国内养生保健品行业发展分析 19

#### 第二节 2015年中国养生保健品政策环境分析 20

一、《食品安全法》首次纳入养生保健品监管 20

二、《食品安全法》对养生保健品行业的影响 21

三、药监局严查养生保健品行业 27

四、养生保健品广告法规分析 28

#### 第三节 2015年中国养生保健品社会环境分析 28

一、人口规模及结构分析 28

二、中国人口老龄化及健康意识 30

三、居民收入与消费分析 31

#### 第四节 2015年中国养生保健品技术环境分析 32

一、技术发展现状 32

二、保健食品技术审评水平 33

三、养生保健品生产技术研究发展动向 47

#### 第五节 2015年中国养生保健品市场环境变化分析 47

一、广告对购买决策的影响力变化 47

二、行业的信任危机对需求的影响 47

三、产品同质化对需求的影响分析 48

### 第二章 2015年中国养生保健品行业运行新形势透析 49

#### 第一节 2015年中国养生保健品行业运行总况 49

一、中国养生保健品行业发展阶段 49

二、养生保健品行业困境之中被迫转型 50

三、产品功能分布情况 50

#### 四、主要产品概念诉求 51

#### 第二节 2015年中国养生保健品行业发展状况分析 54

##### 一、中国养生保健品行业产值分析 54

##### 二、在新医改春风下养生保健品市场成香饽饽 55

##### 三、养生保健品市场进入“冰封”时期 55

##### 四、新《食品安全法》为养生保健品行业设门槛 57

#### 第三节 2015年中国养生保健品行业原材料分析 58

##### 一、我国保健产品主要原料 58

##### 二、主要原料产品分布概况 60

##### 三、水溶性膳食纤维分析及预测 61

##### 四、全球鱼油消费量及价格分析 62

#### 第四节 2015年中国养生保健品行业的问题及对策分析 62

##### 一、中国养生保健品企业发展应返璞归真 62

##### 二、中国养生保健品企业的研发策略浅析 64

##### 三、养生保健品企业成功开发产品的四大动力 65

#### 第二篇 养生保健品市场篇 67

### 第三章 2015年中国养生保健品市场运行动态分析 67

#### 第一节 2015年中国养生保健品市场规模分析 67

##### 一、中国养生保健品企业规模 67

##### 二、都市女性养生保健品市场规模 67

##### 三、2015年我国养生保健品市场规模 68

#### 第二节 2015年中国养生保健品市场规模预测 69 69

##### 一、2015年中国保健产业年销售额 69

##### 二、2015年中国养生保健品市场规模预测 69

#### 第三节 2015年中国养生保健品区域市场分析 70

##### 一、东北地区养生保健品市场分析 70

##### 二、华北地区养生保健品市场分析 70

##### 三、华东地区养生保健品市场分析 71

##### 四、华中地区养生保健品市场分析 71

##### 五、华南地区养生保健品市场分析 71

##### 六、西部地区养生保健品市场分析 72

## 七、养生保健品企业区域市场规划策略 72

## 第四章 2015年中国养生保健品需求与消费状况分析 75

### 第一节 2015年中国养生保健品需求与消费状况分析 75

#### 一、辅食、养生保健品消费市场分析 75

#### 二、中国养生保健品消费量高价位盘整 76

### 第二节 2015年中国养生保健品市场消费动向分析 77

#### 一、养生保健品市场消费者跟风现象 77

#### 二、养生保健品市场两极分化趋势 78

#### 三、养生保健品消费者购买行为分析 78

### 第三节 2015年中国养生保健品消费者分析 79

#### 一、老年养生保健品市场发展分析 79

#### 二、女性养生保健品市场发展分析 80

#### 三、儿童养生保健品市场发展分析 80

#### 四、养生保健品消费人群变化情况 82

## 第五章 2015年中国养生保健品市场产品监测情况分析 83

### 第一节 2015年中国保健药品市场运行分析 83

#### 一、保健药品功能分布 83

#### 二、保健药品市场开始“清理门户” 84

#### 三、2015年养生保健品市场占有份额 84

### 第二节 2015年中国保健食品市场产品竞争排名情况 85

#### 一、保健食品企业竞争力 85

#### 二、保健食品产品畅销排名 86

#### 三、保健食品市场占有份额 89

### 第三节 2015年中国保健茶市场产品竞争排名情况 90

#### 一、保健茶企业竞争力 90

#### 二、保健茶产品畅销排名 91

#### 三、保健茶市场占有份额 92

### 第四节 2015年中国保健酒市场产品竞争排名情况 93

#### 一、保健酒企业竞争力 93

#### 二、保健酒产品畅销排名 94

### 三、保健酒市场占有份额 95

## 第五节 2015年中国保健饮料市场产品竞争排名情况 96

### 一、保健饮料企业竞争力 96

### 二、保健饮料产品畅销排名 97

### 三、保健饮料市场占有份额 99

## 第六章 2015年中国养生保健品行业市场价格走势 100

### 第一节 2015年中国养生保健品市场价格波动情况 100

#### 一、影响养生保健品价格的因素分析 100

#### 二、2015年蜂王浆价格走势分析 100

### 第二节 2015年中国养生保健品原料价格走势分析 101

#### 一、中国中药材价格监测 101

#### 二、红花价格走势分析 105

#### 三、宁夏枸杞价格走势 105

#### 四、2015年中药材价格走势 106

## 第七章 2015年中国养生保健品进出口贸易市场综述 108

### 第一节 2015年中国养生保健品进出口贸易简况 108

#### 一、养生保健品贸易情况分析 108

#### 二、中国养生保健品年销售额及增长情况 108

#### 三、养生保健品B2C电子商务行业分析 110

### 第二节 2015年我国医药养生保健品进出口形势分析 111

#### 一、2015年中国医药养生保健品进出口统计 111

#### 二、医药养生保健品出口市场统计 112

## 第八章 2015年中国养生保健品市场营销解析 113

### 第一节 养生保健品营销的三大要素 113

#### 一、概念设计 113

#### 二、产品利益的挖掘 115

#### 三、产品效果感设计 117

#### 四、养生保健品广告的四大要素 118

### 第二节 2015年中国养生保健品营销总体概况 122

- 一、浅谈养生保健品服务营销 122
- 二、如何打造养生保健品专卖店营销 124
- 三、如何创新养生保健品营销 128
- 四、减肥养生保健品市场营销分析 130
- 五、医药养生保健品营销转型 131
- 六、中国养生保健品营销模式 132
- 第三节 2015年中国养生保健品行业的直销分析 134
  - 一、直销法的实施给养生保健品市场带来的影响 134
  - 二、直销有助于养生保健品行业发展 135
  - 三、传统模式与直销模式在养生保健品领域应用的差异 137
  - 四、医药养生保健品的直销分析 142
  - 五、养生保健品企业直销案例分析 144
    - 1、安利养生保健品的直销 144
    - 2、天狮集团养生保健品直销 145
- 第四节 未来中国养生保健品营销趋势透视 146
  - 一、价值营销将走入养生保健品行业发展主流 146
  - 二、医药养生保健品营销八大趋势 150
  - 三、医药养生保健品营销发展的几个新方向 154
  - 四、养生保健品企业营销未来方向探析 156

## 第九章 2015年中国养生保健品行业竞争格局分析 159

- 第一节 2015年中国养生保健品竞争总况 159
  - 一、医药保健产业格局将面临激烈震荡 159
  - 二、保健酒市场竞争分析 160
- 第二节 从OEM观看养生保健品行业违规竞争 168
  - 一、OEM是养生保健品企业必然的选择 168
  - 二、从OEM透析保健食品行业违规操作的根源 169
  - 三、养生保健品行业发展要走出急功近利的误区 170
- 第三节 主要产品市场竞争分析 172
  - 一、各大补血产品品牌竞争回顾 172
  - 二、补血养生保健品市场竞争格局 173
  - 三、减肥养生保健品市场竞争概况 174

#### 四、美容养颜类养生保健品市场竞争分析 174

### 第十章 2015年中国养生保健品上市企业竞争力同比分析 176

#### 第一节 健康元药业集团股份有限公司 176

##### 一、企业概况 176

##### 二、企业主要经济指标分析 178

##### 三、企业盈利能力分析 179

##### 四、企业偿债能力分析 180

##### 五、企业运营能力分析 180

##### 六、企业成长能力分析 181

#### 第二节 山东东阿阿胶股份有限公司 181

##### 一、企业概况 181

##### 二、企业主要经济指标分析 183

##### 三、企业盈利能力分析 184

##### 四、企业偿债能力分析 185

##### 五、企业运营能力分析 186

##### 六、企业成长能力分析 186

#### 第三节 哈药集团股份有限公司 186

##### 一、企业概况 186

##### 二、企业主要经济指标分析 190

##### 三、企业盈利能力分析 192

##### 四、企业偿债能力分析 192

##### 五、企业运营能力分析 193

##### 六、企业成长能力分析 193

#### 第四节 海南椰岛(集团)股份有限公司 194

##### 一、企业概况 194

##### 二、企业主要经济指标分析 195

##### 三、企业盈利能力分析 196

##### 四、企业偿债能力分析 197

##### 五、企业运营能力分析 197

##### 六、企业成长能力分析 198

#### 第五节 上海交大昂立股份有限公司 198



- 一、企业概况 198
- 二、企业主要经济指标分析 200
- 三、企业盈利能力分析 201
- 四、企业偿债能力分析 202
- 五、企业运营能力分析 202
- 六、企业成长能力分析 203

#### 第六节 北京双鹭药业股份有限公司 203

- 一、企业概况 203
- 二、企业主要经济指标分析 204
- 三、企业盈利能力分析 206
- 四、企业偿债能力分析 206
- 五、企业运营能力分析 207
- 六、企业成长能力分析 207

#### 第七节 海王集团 208

- 一、企业概况 208
- 二、企业财务指标分析 208

### 第十一章 2015年中国植物提取物运行状况分析 210

#### 第一节 植物提取物产业相关概述 210

#### 第二节 2015年中国植物提取物现状综述 211

- 一、植物提取物在养生保健品中的应用 211
- 二、中草药、植物提取物提取现状 212
  - 1、银杏叶提取物 212
  - 2、金银花提取物 213
- 三、发展格局 213

#### 四、2015年中国植物提取物出口市场分析 215

#### 第三节 2015年中国植物药提取物行业技术分析 215

- 一、现代植物药的主要工业分离技术 215
- 二、天然中药提取物AF-8新技术通过鉴定 216
- 三、大孔树脂吸附法 217
- 四、半仿生提取法 217

#### 第四节 2015年中国植物药提取物市场动态分析 218

- 一、中药提取物产业化需调控和规范 218
- 二、厦台药厂签协议台湾药品有望进军大陆 221
- 三、我国植物提取物产业标准化步伐加快 221
- 四、植物提取物国际管理模式分析 222
- 第五节 其它主要产品市场运行分析分析 222
- 一、大豆异黄酮提取物市场分析 222
- 二、灵芝提取物市场分析 223
- 三、黄芪提取物市场分析 224
- 四、当归提取物市场分析 225
- 五、红豆杉提取物市场分析 225
- 六、红景天提取物市场分析 226
- 七、虎杖提取物市场分析 227
- 八、绞股蓝提取物市场分析 228
- 九、葡萄籽提取物市场分析 229
- 十、千层塔提取物市场分析 230

## 第十二章 2015年中国植物药提取物上市企业竞争力及关键性数据透析 231

### 第一节 浙江康恩贝制药股份有限公司 231

- 一、企业概况 231
- 二、企业主要经济指标分析 232
- 三、企业盈利能力分析 233
- 四、企业偿债能力分析 234
- 五、企业运营能力分析 234
- 六、企业成长能力分析 235

### 第二节 四川中汇医药(集团)股份有限公司（原名称） 235

- 一、企业概况 235
- 二、企业主要经济指标分析 236
- 三、企业盈利能力分析 237
- 四、企业偿债能力分析 238
- 五、企业运营能力分析 238
- 六、企业成长能力分析 239

### 第三节 天津天士力股份有限公司 239

一、企业概况	239
二、企业主要经济指标分析	241
三、企业盈利能力分析	242
四、企业偿债能力分析	243
五、企业运营能力分析	244
六、企业成长能力分析	244
第四节 山东沃华医药科技股份有限公司	244
一、企业概况	244
二、企业主要经济指标分析	247
三、企业盈利能力分析	249
四、企业偿债能力分析	249
五、企业运营能力分析	250
六、企业成长能力分析	250
第五节 青海三普药业股份有限公司(原名称)	251
一、企业概况	251
二、企业主要经济指标分析	252
三、企业盈利能力分析	253
四、企业偿债能力分析	254
五、企业运营能力分析	254
六、企业成长能力分析	255
第六节 贵州益佰制药股份有限公司	255
一、企业概况	255
二、企业主要经济指标分析	257
三、企业盈利能力分析	258
四、企业偿债能力分析	259
五、企业运营能力分析	259
六、企业成长能力分析	260

### 第十三章 2016-2022年中国养生保健品行业发展预测分析 260

#### 第一节 中国养生保健品行业发展预测 260

一、中国养生保健品发展前景分析	260
二、中国养生保健品市场规模将扩大	261

三、养生保健品行业主要企业发展前景 261

四、养生保健品的药店销售前景分析 262

第二节 养生保健品行业总体发展趋势分析 263

一、养生保健品行业发展呈现四大趋势 263

二、产品研发未来发展走向 264

三、养生保健品大众化逐渐成新趋势 265

四、白领将成为养生保健品消费主力 265

第三节 养生保健品主要热门种类发展趋势 266

一、养生保健品行业绿色天然产品发展空间巨大 266

二、中药养生保健品将成国际市场上的新宠 267

三、美容养颜类养生保健品市场发展趋势分析 268

四、氨基酸类养生保健品市场发展预测 269

五、中国减肥市场四大发展趋势 270

六、中国保健酒行业前景预测 271

七、中草药保健茶市场前景分析 271

八、孕妇养生保健品市场前景广阔 272

第十四章 2016-2022年我国养生保健品行业投资价值与投资策略分析 274

第一节 2015年中国养生保健品投资概况 274

一、养生保健品投资特性 274

二、养生保健品投资环境分析 276

第二节 2016-2022年我国养生保健品行业投资价值分析 277

一、减肥产品投资价值分析 277

二、润肠通便产品投资价值分析 277

三、美容产品投资价值分析 278

四、排铅产品投资价值分析 278

五、补肾产品投资价值分析 278

六、蜂产品行业投资价值分析 278

第三节 2016-2022年中国养生保健品行业投资风险预警 279

一、养生保健品直销存在四大风险 279

二、养生保健品行业社会风险分析 280

三、养生保健品行业原材料价格波动风险分析 280

四、养生保健品投资政策风险分析	280
五、养生保健品产业监管风险与应对策略	281
第四节 2016-2022年养生保健品行业投资机会及策略	281
一、养生保健品投资的三个要点	281
三、养生保健品发展历程和基本规律	282
四、养生保健品销售的基本规则以及风险预防	283
五、脑白金和太太口服液案例分析	285
六、近年养生保健品黑马产品分析和经验总结	286
七、养生保健品的市场机会分析	288

#### 图表目录：

图表 1 2009-2014年我国人口规模及增速	29
图表 2 2014年年末人口数及其构成	29
图表 3 2014年年末人口数年龄结构分析	29
图表 4 我国保健品行业发展历程	49
图表 5 保健食品的功能种类	50
图表 6 2009-2015年我国保健品市场供需态势分析（亿元）	54
图表 7 2014-2020年中国养生保健品市场规模预测	69
图表 8 2012-2015年东北地区养生保健品市场规模增长分析	70
图表 9 2012-2015年华北地区养生保健品市场规模增长分析	70
图表 10 2012-2015年华东地区养生保健品市场规模增长分析	71
图表 11 2012-2015年华中地区养生保健品市场规模增长分析	71
图表 12 2012-2015年华南地区养生保健品市场规模增长分析	71
图表 13 2012-2015年西部地区养生保健品市场规模增长分析	72
图表 14 对辅食保健品市场的评价	75
图表 15 不同年龄消费者的保健品购买比例	82
图表 16 养生保健品的功能评审受理范围	83
图表 17 我国保健品的功能分布	85
图表 18 2015年凉茶行业上榜品牌C-BPI得分	97
图表 19 2015年凉茶行业上榜品牌排名变化表	97
图表 20 我国中药保健饮料行业产品结构	99
图表 21 中药原材料市场价格综合盘点	101

图表 22 监测品规涨、跌、平统计	101
图表 23 监测品规涨幅分布	102
图表 24 上涨平规类别分布	102
图表 25 上涨幅度前10名榜单	102
图表 26 监测品规跌幅分布	103
图表 27 下跌品规类别分布	103
图表 28 下跌幅前10名榜单	104
图表 29 持平品规类别分布	104
图表 30 持平10名榜单	105
图表 31 2015年红花价格行情走势(红花批发价格)07月10日	105
图表 32 2015年6月宁夏枸杞子报价汇总	106
图表 33 2000-2014年我国保健品进出口额增长分析(人民币)	108
图表 34 2009-2014年我国保健品市场供需态势分析(亿元)	109
图表 35 2014年底我国保健品细分产品数量(个)	109
图表 36 2013-2015年健康元药业集团股份有限公司主要经济指标分析	178
图表 37 2013-2015年健康元药业集团股份有限公司盈利能力分析	179
图表 38 2013-2015年健康元药业集团股份有限公司偿债能力分析	180
图表 39 2013-2015年健康元药业集团股份有限公司运营能力分析	180
图表 40 2013-2015年健康元药业集团股份有限公司成长能力分析	181
图表 41 2013-2015年山东东阿阿胶股份有限公司主要经济指标分析	183
图表 42 2013-2015年山东东阿阿胶股份有限公司盈利能力分析	184
图表 43 2013-2015年山东东阿阿胶股份有限公司偿债能力分析	185
图表 44 2013-2015年山东东阿阿胶股份有限公司运营能力分析	186
图表 45 2013-2015年山东东阿阿胶股份有限公司成长能力分析	186
图表 46 2013-2015年哈药集团股份有限公司主要经济指标分析	190
图表 47 2013-2015年哈药集团股份有限公司盈利能力分析	192
图表 48 2013-2015年哈药集团股份有限公司偿债能力分析	192
图表 49 2013-2015年哈药集团股份有限公司运营能力分析	193
图表 50 2013-2015年哈药集团股份有限公司成长能力分析	193
图表 51 2013-2015年海南椰岛(集团)股份有限公司主要经济指标分析	195
图表 52 2013-2015年海南椰岛(集团)股份有限公司盈利能力分析	196
图表 53 2013-2015年海南椰岛(集团)股份有限公司偿债能力分析	197

图表 54 2013-2015年海南椰岛(集团)股份有限公司运营能力分析	197
图表 55 2013-2015年海南椰岛(集团)股份有限公司成长能力分析	198
图表 56 2013-2015年上海交大昂立股份有限公司主要经济指标分析	200
图表 57 2013-2015年上海交大昂立股份有限公司盈利能力分析	201
图表 58 2013-2015年上海交大昂立股份有限公司偿债能力分析	202
图表 59 2013-2015年上海交大昂立股份有限公司运营能力分析	202
图表 60 2013-2015年上海交大昂立股份有限公司成长能力分析	203
图表 61 2013-2015年北京双鹭药业股份有限公司主要经济指标分析	204
图表 62 2013-2015年北京双鹭药业股份有限公司盈利能力分析	206
图表 63 2013-2015年北京双鹭药业股份有限公司偿债能力分析	206
图表 64 2013-2015年北京双鹭药业股份有限公司运营能力分析	207
图表 65 2013-2015年北京双鹭药业股份有限公司成长能力分析	207
图表 66 国内主要红景天提取物保健品企业	227
图表 67 2013-2015年浙江康恩贝制药股份有限公司主要经济指标分析	232
图表 68 2013-2015年浙江康恩贝制药股份有限公司盈利能力分析	233
图表 69 2013-2015年浙江康恩贝制药股份有限公司偿债能力分析	234
图表 70 2013-2015年浙江康恩贝制药股份有限公司运营能力分析	234
图表 71 2013-2015年浙江康恩贝制药股份有限公司成长能力分析	235
图表 72 2013-2015年四川中汇医药(集团)股份有限公司主要经济指标分析	236
图表 73 2013-2015年四川中汇医药(集团)股份有限公司盈利能力分析	237
图表 74 2013-2015年四川中汇医药(集团)股份有限公司偿债能力分析	238
图表 75 2013-2015年四川中汇医药(集团)股份有限公司运营能力分析	238
图表 76 2013-2015年四川中汇医药(集团)股份有限公司成长能力分析	239
图表 77 2013-2015年天津天士力股份有限公司主要经济指标分析	241
图表 78 2013-2015年天津天士力股份有限公司盈利能力分析	242
图表 79 2013-2015年天津天士力股份有限公司偿债能力分析	243
图表 80 2013-2015年天津天士力股份有限公司运营能力分析	244
图表 81 2013-2015年天津天士力股份有限公司成长能力分析	244
图表 82 2013-2015年山东沃华医药科技股份有限公司主要经济指标分析	247
图表 83 2013-2015年山东沃华医药科技股份有限公司盈利能力分析	249
图表 84 2013-2015年山东沃华医药科技股份有限公司偿债能力分析	249
图表 85 2013-2015年山东沃华医药科技股份有限公司运营能力分析	250

图表 86 2013-2015年山东沃华医药科技股份有限公司成长能力分析	250
图表 87 2013-2015年青海三普药业股份有限公司主要经济指标分析	252
图表 88 2013-2015年青海三普药业股份有限公司盈利能力分析	253
图表 89 2013-2015年青海三普药业股份有限公司偿债能力分析	254
图表 90 2013-2015年青海三普药业股份有限公司运营能力分析	254
图表 91 2013-2015年青海三普药业股份有限公司成长能力分析	255
图表 92 2013-2015年贵州益佰制药股份有限公司主要经济指标分析	257
图表 93 2013-2015年贵州益佰制药股份有限公司盈利能力分析	258
图表 94 2013-2015年贵州益佰制药股份有限公司偿债能力分析	259
图表 95 2013-2015年贵州益佰制药股份有限公司运营能力分析	259
图表 96 2013-2015年贵州益佰制药股份有限公司成长能力分析	260
图表 97 中国保健食品企业SWOT分析	276

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201511/127287.html>