

# 2008-2009年中国保健品行业研究咨询报告

## 报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2008-2009年中国保健品行业研究咨询报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。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态势、市场商机动向、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市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/2892328923.html>

报告价格：电子版: 6300元 纸介版：6800元 电子和纸介版: 7300

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

【英文版价】 15000元【英文电子】 16000元【英文两版】 17000元联合国工业规划署指出：“21世纪两大朝阳产业分别是以电子科技发展为基础的信息产业和以生命科学为基础的健康产业。”而保健和医药正是生命科学发展中最具潜力的产业。随着中国国民经济的迅速发展，健康行业已经成为继食品、教育之后的第三大消费支出，但中国健康产业总体规模仅占国内生产总值不到2%的比例，与发达国家差距极大。经过十多年的发展，中国健康产业仍处在初级阶段。经权威专家分析，到2010年左右，中国健康产业年人均消费将从目前的10元迅速提升到100余元，市场份额将达到1200亿，这是一个非常庞大的市场，健康行业又将迎来新一轮的财富冲击波。2008年我国医药保健品行业的总体方向是群体发力、寻求走出拐点的多元化模式。从经营理念上来讲，这种走出拐点的变革重点应该是在院线渠道上更加精耕细作，从成本上进行控制，从法律的条件下进行自我规范，减掉不必要的中间环节成本，实现最短的流程，以达到降低价格水分过多的目的，让老百姓能得到实惠；从质量上严格控制，树立医药行业的公德意识，挽回行业的信誉危机。从经营战略上来说，以实现规模效益和集群效应或者是着力打造企业的经营特色的鲜明性，寻求在细分领域拥有重磅产品及较强的竞争优势，将是2008年中国医药保健品行业实现突围的不二选择。从行销模式上来讲，积极探索以网络平台的新兴销售模式将是2008年最热门的行销模式之一。作为一种区别于店铺模式和传统网上展示不同，代价却相对低廉的行销模式，虽然从整体上还不成熟，但在沈阳、西安等实地调查中发现，一些以边缘性产品为主的医药保健品企业已经取得实质性的销售回报，而且从近段时间的情况看，很多医药保健品企业已经开始成立或者已经成立以电子网络销售为主体的销售部门，逐渐增大这种销售模式的投入力度，虽然这种模式本身的内涵尚有许多待规范的问题。此外，基于中国社区医院的推进，以及农村消费群体健康意识不断增强的整体态势，未来的农村和社区也将是一个巨大的新兴市场。在这种背景下，一些以社区医院为载体的公益性行销模式也开始出现端倪。以此为契机，一个以会员回馈制为出发点，从传统报纸广告模式分化出来的DM杂志精细化行销模式，也开始在中国最大的服务营销企业南京中脉等为主体的一些大型企业开始试行，并取得了阶段性的成果。这些前行的探索，将为陷入僵局的行业展现出又一个可能走出去的方向。本研究咨询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、国家海关总署、国务院发展研究中心、中华人民共和国卫生部、联合国工业规划署、中国保健协会、中国医药保健品进出口商会、中国经济信息中心、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、中国行业研究网以及国内外相关报刊杂志等公布的基础信息和提供的大量资料，对国内保健品行业的市场发展状况、供给与需求状况、竞争格局、发展趋势、领先企业以及营销策略等方面进行了深入的分析。并分门别类地对中国保健品行业细分市场及消费者予以了重点分析，结合新时期的各方面因素，用数字说话，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。本报告是保健品行业生产经营企业、保健品零售企业及相关研究单位极具参考价值的专业性

报告。	报告目录	目录CONTENTS	第一部分 行业发展概况	第一章 保健品发展概况
1	第一节	保健品定义和分类	1一、保健品定义	1二、保健品分类
2	三、	日常保健品分类	8	第二节
14	四、	运动保健食品	15	第三节
15	二、	保健品产业瓶颈周期分析	22	三、
28	第四节	国际保健品产业发展状况	34	一、
34	二、	2008年全球医药保健品市场发展分析	36	三、
36	第二部分	相关行业发展现状	第二章	2008年我国医药行业运行状况分析
39	第一节	2008年医药行业整体运行状况分析	39	一、
39	二、	2008年我国医药制造业经济指标分析	40	三、
51	四、	2008年医药行业竞争状况分析	52	第二节
63	一、	2008年我国出口退税调整对医药行业影响	63	二、
64	三、	2008年我国医药行业信息化现状	66	第三节
72	一、	2009年我国医药行业发展趋势	72	二、
75	三、	2008-2011年我国医药市场发展前景	76	第三部分
79	第一节	我国保健品行业发展状况	79	一、
79	二、	2008年我国保健品产业发展问题分析	105	三、
110	第二节	我国保健品行业发展瓶颈分析	112	一、
113	四、	忠诚度瓶颈	114	五、
114	六、	品牌瓶颈	115	第三节
115	一、	我国保健品出口形势分析	115	二、
116	三、	2008年我国医药保健品出口机遇分析	119	第四章
122	第一节	我国保健品市场现状	122	一、
123	三、	2008年我国保健品市场竞争状况	133	第二节
135	一、	农村保健品市场分析	135	二、
138	三、	农村保健品市场前景分析	143	第三节
144	一、	2008年江西省保健品行业发展状况	144	二、
146	三、	2008年山西省医药保健品市场发展分析	146	四、
147	第五章	保健品消费市场分析	150	第一节
150	二、	保健品消费者消费行为分析	152	三、
154	四、	保健品中产阶级消费者分析	156	第二节
163	一、	中老年保健品市场发展分析	163	二、
170	三、	儿童保健品市场发展状况	171	第三节
174	一、	减肥类产品市场发展现状	174	二、
184	三、	女性补血养颜市场分析	187	四、

190五、补钙类产品市场现状及趋势分析	196第四部分	行业主要企业分析第六章
行业内主要企业分析	205第一节	健康元药业集团股份有限公司
205二、2007-2008年公司财务状况	207三、2008-2009年公司发展动向	211第二节
江苏隆力奇生物科技股份有限公司	216一、公司概况	216二、公司销售团队分析
217三、2008年公司高科技保健品研发情况	225第三节	北京双鹭药业股份有限公司
226一、公司概况	226二、2007-2008年公司财务状况	228三、2008年公司扩张状况
233第四节	海王集团	237一、公司概况
237二、2007-2008年公司财务状况	238三、2008年公司发展动态	243第五节
山东东阿阿胶股份有限公司	245一、公司概况	245二、2007-2008年公司财务状况
246三、2008年公司动态	251第六节	哈药集团有限公司
255一、公司概况	255二、2007-2008年公司财务状况	256三、2008年公司动态
261第七节	上海交大昂立股份有限公司	263一、公司概况
263二、2007-2008年公司财务状况	264三、2008年公司动态	269第八节
海南椰岛股份有限公司	271一、公司概况	271二、2007-2008年公司财务状况
272三、2008年公司动态	277第九节	天狮集团有限公司
279一、公司概况	279二、2008年公司发展战略分析	282三、2008-2010年公司动向
288第十节	中美天津史克制药有限公司	290一、公司简介
290二、2008年公司新保健品业务分析	291第十一节	瑞年集团
295一、公司简介	295二、公司发展战略分析	295三、公司氨基酸发展策略分析
298第十二节	中脉科技集团	301一、公司简介
301二、2008年公司动态	302第五部分	发展趋势及策略分析第七章
保健品企业经营策略分析	305第一节	保健品企业发展策略分析
305一、医药企业进军医药保健品市场策略	305二、医药保健品企业经营模式	307三、医药保健品企业细节
控制策略	312四、保健品传播策略分析	314第二节
保健品品牌策略分析	318一、保健品多元化品牌战略分析	318二、保健品品牌策略分析
319三、保健品品牌命名策略	322第三节	企业借力策略分析
324一、企业决策问题	325二、企业借力心态分析	325三、企业借力策略
326四、借力外脑	328第八章	保健品营销分析
334第一节	医药保健品市场突围策略	334一、产品定位
334二、营销创新	334三、消费群体细分	335四、产品宣传
336第二节	我国保健品营销现状分析	336一、我国保健品营销发展状况
336二、我国保健品营销问题及对策	354三、保健品营销趋势分析	373第九章
保健品行业发展趋势	389第一节	2008-2009年保健品行业发展趋势
389一、保健品大众化趋势分析	389二、我国保健食品市场发展趋势	391三、未来医疗保健品行业发展趋向分析
392四、中国传统保健品发展前景	394第二节	2008-2010年保健品产业发展趋势
396一、保健品产业发展走向分析	396二、保健品产业未来发展策略	397三、我国保健品产业发展新趋势
399图表目录	图表：2008年2月医药制造业销售收入前十家企业	
39图表：2008年5月医药制造业销售收入前十家企业		

- 39图表：2008年8月医药制造业销售收入前十家企业
- 40图表：2008年1-8月医药制造业主要经济指标全国合计
- 40图表：2008年1-8月医药制造业国有企业主要经济指标全国合计
- 41图表：2008年1-8月医药制造业集体企业主要经济指标全国合计
- 43图表：2008年1-8月医药制造业股份合作企业主要经济指标全国合计
- 44图表：2008年1-8月医药制造业股份制企业主要经济指标全国合计
- 46图表：2008年1-8月医药制造业私营企业主要经济指标全国合计
- 47图表：2008年1-8月医药制造业外商和港澳台投资企业主要经济指标全国合计
- 48图表：2008年1-8月医药制造业其他企业主要经济指标全国合计
- 50图表：2020年中国将成为世界第二大医药市场
- 77图表：各年龄段减肥人群分布情况
- 175图表：减肥消费者减肥原因情况
- 175图表：肥胖人群对各种减肥方式的提及率
- 176图表：影响减肥消费者购买的因素
- 177图表：减肥人群对各种减肥产品减肥效果的评价
- 177图表：2006-2007年减肥药品及保健品广告投入走势
- 179图表：2006-2007年减肥药品及保健品广告区域变化
- 180图表：2007年减肥药品及减肥保健品报刊广告投入前十品牌
- 180图表：消费者补钙来源分布
- 197图表：城市居民家庭购买率列前十位的补钙类保健品
- 198图表：2008年2季度健康元药业集团股份有限公司主营构成
- 207图表：2007年4季度健康元药业集团股份有限公司人员构成
- 207图表：2007-2008年健康元药业集团股份有限公司投资收益分析
- 208图表：2007-2008年健康元药业集团股份有限公司获利能力分析
- 208图表：2007-2008年健康元药业集团股份有限公司经营能力分析
- 208图表：2007-2008年健康元药业集团股份有限公司偿债能力分析
- 209图表：2007-2008年健康元药业集团股份有限公司资本结构
- 209图表：2007-2008年健康元药业集团股份有限公司发展能力分析
- 209图表：2007-2008年健康元药业集团股份有限公司现金流量分析
- 209图表：2007-2008年健康元药业集团股份有限公司主营业务收入
- 210图表：2007-2008年健康元药业集团股份有限公司主营业务利润
- 210图表：2007-2008年健康元药业集团股份有限公司营业利润
- 210图表：2007-2008年健康元药业集团股份有限公司利润总额
- 211图表：2007-2008年健康元药业集团股份有限公司净利润
- 211图表：北京双鹭药业股份有限公司经营理念
- 227图表：北京双鹭药业股份有限公司经营宗旨
- 227图表：北京双鹭药业股份公司大输液生产能力分析
- 227图表：2008年2季度北京双鹭药业股份有限公司主营构成
- 228图表：2007年4季度北京双鹭药业股份有限公司人员构成

229图表：2007-2008年北京双鹭药业股份有限公司投资收益分析  
230图表：2007-2008年北京双鹭药业股份有限公司获利能力分析  
230图表：2007-2008年北京双鹭药业股份有限公司经营能力分析  
230图表：2007-2008年北京双鹭药业股份有限公司偿债能力分析  
231图表：2007-2008年北京双鹭药业股份有限公司资本结构  
231图表：2007-2008年北京双鹭药业股份有限公司发展能力分析  
231图表：2007-2008年北京双鹭药业股份有限公司现金流量分析  
231图表：2007-2008年北京双鹭药业股份有限公司主营业务收入  
232图表：2007-2008年北京双鹭药业股份有限公司主营业务利润  
232图表：2007-2008年北京双鹭药业股份有限公司营业利润  
232图表：2007-2008年北京双鹭药业股份有限公司利润总额  
233图表：2007-2008年北京双鹭药业股份有限公司净利润  
233图表：2008年2季度海王生物工程股份有限公司主营构成  
238图表：2007年4季度海王生物工程股份有限公司人员构成  
239图表：2007-2008年海王生物工程股份有限公司投资收益分析  
239图表：2007-2008年海王生物工程股份有限公司获利能力分析  
240图表：2007-2008年海王生物工程股份有限公司经营能力分析  
240图表：2007-2008年海王生物工程股份有限公司偿债能力分析  
240图表：2007-2008年海王生物工程股份有限公司资本结构  
241图表：2007-2008年海王生物工程股份有限公司发展能力分析  
241图表：2007-2008年海王生物工程股份有限公司现金流量分析  
241图表：2007-2008年海王生物工程股份有限公司主营业务收入  
241图表：2007-2008年海王生物工程股份有限公司主营业务利润  
242图表：2007-2008年海王生物工程股份有限公司营业利润  
242图表：2007-2008年海王生物工程股份有限公司利润总额  
243图表：2007-2008年海王生物工程股份有限公司净利润  
243图表：2008年2季度山东东阿阿胶股份有限公司主营构成  
246图表：2007年4季度山东东阿阿胶股份有限公司人员构成  
247图表：2007-2008年山东东阿阿胶股份有限公司投资收益分析  
247图表：2007-2008年山东东阿阿胶股份有限公司获利能力分析  
248图表：2007-2008年山东东阿阿胶股份有限公司经营能力分析  
248图表：2007-2008年山东东阿阿胶股份有限公司偿债能力分析  
248图表：2007-2008年山东东阿阿胶股份有限公司资本结构  
249图表：2007-2008年山东东阿阿胶股份有限公司发展能力分析  
249图表：2007-2008年山东东阿阿胶股份有限公司现金流量分析

249图表：2007-2008年山东东阿阿胶股份有限公司主营业务收入

249图表：2007-2008年山东东阿阿胶股份有限公司主营业务利润

250图表：2007-2008年山东东阿阿胶股份有限公司营业利润

250图表：2007-2008年山东东阿阿胶股份有限公司利润总额

250图表：2007-2008年山东东阿阿胶股份有限公司净利润

251图表：2008年2季度哈药集团股份有限公司主营构成

256图表：2007年4季度哈药集团股份有限公司人员构成

257图表：2007-2008年哈药集团股份有限公司投资收益分析

257图表：2007-2008年哈药集团股份有限公司获利能力分析

257图表：2007-2008年哈药集团股份有限公司经营能力分析

258图表：2007-2008年哈药集团股份有限公司偿债能力分析

258图表：2007-2008年哈药集团股份有限公司资本结构

258图表：2007-2008年哈药集团股份有限公司发展能力分析

258图表：2007-2008年哈药集团股份有限公司现金流量分析

259图表：2007-2008年哈药集团股份有限公司主营业务收入

259图表：2007-2008年哈药集团股份有限公司主营业务利润

259图表：2007-2008年哈药集团股份有限公司营业利润

260图表：2007-2008年哈药集团股份有限公司利润总额

260图表：2007-2008年哈药集团股份有限公司净利润

260图表：2008年2季度上海交大昂立股份有限公司主营构成

264图表：2007年4季度上海交大昂立股份有限公司人员构成

265图表：2007-2008年上海交大昂立股份有限公司投资收益分析

265图表：2007-2008年上海交大昂立股份有限公司获利能力分析

266图表：2007-2008年上海交大昂立股份有限公司经营能力分析

266图表：2007-2008年上海交大昂立股份有限公司偿债能力分析

266图表：2007-2008年上海交大昂立股份有限公司资本结构

267图表：2007-2008年上海交大昂立股份有限公司发展能力分析

267图表：2007-2008年上海交大昂立股份有限公司现金流量分析

267图表：2007-2008年上海交大昂立股份有限公司主营业务收入

267图表：2007-2008年上海交大昂立股份有限公司主营业务利润

268图表：2007-2008年上海交大昂立股份有限公司营业利润

268图表：2007-2008年上海交大昂立股份有限公司利润总额

268图表：2007-2008年上海交大昂立股份有限公司净利润

269图表：2008年2季度海南椰岛股份有限公司主营构成

272图表：2007年4季度海南椰岛股份有限公司人员构成



273图表：2007-2008年海南椰岛股份有限公司投资收益分析  
273图表：2007-2008年海南椰岛股份有限公司获利能力分析  
274图表：2007-2008年海南椰岛股份有限公司经营能力分析  
274图表：2007-2008年海南椰岛股份有限公司偿债能力分析  
274图表：2007-2008年海南椰岛股份有限公司资本结构  
275图表：2007-2008年海南椰岛股份有限公司发展能力分析  
275图表：2007-2008年海南椰岛股份有限公司现金流量分析  
275图表：2007-2008年海南椰岛股份有限公司主营业务收入  
275图表：2007-2008年海南椰岛股份有限公司主营业务利润  
276图表：2007-2008年海南椰岛股份有限公司营业利润  
276图表：2007-2008年海南椰岛股份有限公司利润总额  
276图表：2007-2008年海南椰岛股份有限公司净利润 277略.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/2892328923.html>