

# 2012-2016年中国保健品产 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](http://www.bosidata.com)

## 报告报价

《2012-2016年中国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/baojian1207/E547750G97.html>

【报告价格】纸介版8500元 电子版8500元 纸介+电子9000元

【出版日期】2012-07-13

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：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年中国保健品产业市场分析与投资前景研究报告》共十五章。介绍了保健品行业相关概述、中国保健品产业运行环境、分析了中国保健品行业的现状、中国保健品行业竞争格局、对中国保健品行业做了重点企业经营状况分析及中国保健品产业发展前景与投资预测。您若想对保健品产业有个系统的了解或者想投资保健品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。保健食品不能直接用于治疗疾病，它是人体机理调节剂、营养补充剂，药品是直接用于治疗疾病。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%。保健食品中，营养素及维生素的服用率已达到了55.7%。已经逐渐形成了一些较具影响力的品牌，其中金施尔康及VC银翘片等产品保持着较高的市场占有率。而这些产品往往都是大众化的，有着较稳定的食用人群，市场需求量较大。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。

中国保健品行业兴起于20世纪80年代，发展至今，经历了几次大起大落。80年代末期到1995年初，是保健品行业的第一个高速发展时期。在这一阶段，由于保健品的高额利润和相对较低的政策壁垒和技术壁垒，涌现出了大大小小3000多家保健品生产企业。但仅仅建立在广告宣传和庞大的营销攻势基础上的保健品行业难以支持长久的发展，1995年到1998年保健品行业经历了一个低谷期，企业数量和销售额大面积萎缩。1996年以后国家相继出台了一系列有关保健品行业的制度规定。由于行业逐步规范和新一轮保健品消费热潮的兴起，1998年至今，保健品行业进入了一个前所未有的高速发展时期，无论企业数量还是年产值都达到了历史最高点，成为备受各界人士瞩目的热点行业。全球保健食品市场容量为2000亿美元，保

保健食品占整个食品销售的5%。目前美国有保健食品生产企业530家，每年共有1000多个品种投放市场，其销售额达750亿美元，占食品销售额的1/3。据位于美国圣地亚哥的Nutritional Business Journal ( NBJ ) 研究结果表明，由膳食补充剂、功能性食品饮料、天然有机食品、三大类构成的保健食品市场，其中前二者占据了整个份额的85%左右，而各个国家因国力、民俗等因素又有不同。受收入增加、产品渗透率提高、人口老龄化和消费者教育等因素影响，保健食品市场从低迷期复苏，未来将保持快速增长。从目前保健食品市场总体情况看，名牌保健食品的市场占有率在稳步上升。国内市场不到20%的品种占据了50%的市场份额。这说明知名品牌在市场中的地位逐渐确立，是保健食品市场走向成熟的标志。另外，通过市场研究发现，随着年龄增长，各种慢性病随之上升，消费者对保健食品需求逐渐增强。具有减肥、美容、润肠通便，调节血脂、调节免疫等保健功能的产品成为市场主流。

## 报告目录

### 第一部分 保健品行业运行现状

#### 第一章 保健品行业相关概述 1

##### 第一节 保健品行业定义 1

###### 一、保健品的定义 1

###### 二、保健品的基本特征 1

###### 三、保健品与一般食品的区别 2

###### 四、鉴别保健品的方法 2

###### 五、保健品与药品的区别 2

##### 第二节 保健品分类介绍 3

##### 第三节 各类保健品主要用途 5

### 第二章 中国保健品行业运行环境分析 7

#### 第一节 2011-2012年中国经济环境分析 7

##### 一、国民经济运行情况 7

##### 二、消费价格指数CPI、PPI 9

##### 三、全国居民收入情况 13

##### 四、恩格尔系数 15

##### 五、工业发展形势 16

##### 六、固定资产投资情况 19

七、中国汇率调整	20
八、对外贸易&进出口	24
第二节 2011-2012年中国保健品行业政策环境分析	25
一、保健品行业标准	25
二、保健品行业相关政策	26
三、保健品政策	63
四、药品GMP与保健食品GMP区别	72
第三节 2011-2012年中国保健品行业社会环境分析	74
一、人口环境分析	74
二、教育环境分析	75
三、文化环境分析	76
四、生态环境分析	77
五、中国城镇化率	78
六、居民的各种消费观念和习惯	81
第四节 投融资发展环境	85
一、金融开放	85
二、金融财政政策	88
三、金融货币政策	96
四、外汇政策	108
五、银行信贷政策	116
六、股权融资与债券融资	118
第三章 全球保健品行业发展分析	127
第一节 全球保健品市场分析	127
一、全球保健品市场分析	127
二、全球保健品市场需求分析	128
第二节 全球部分地区保健品市场发展分析	128
一、意大利保健品市场发展分析	128
二、德国保健品市场发展分析	129
三、英国保健品市场发展分析	129
四、法国保健品市场发展分析	129
五、亚太地区保健品市场发展分析	130

### 第三节 全球主要保健品品牌介绍 131

- 一、健安喜 131
- 二、普瑞登 131
- 三、Neocell 132
- 四、纽曼斯 132
- 五、安利 133
- 六、自然之宝 135
- 七、欧普特蒙 136

## 第四章 中国保健品行业发展现状分析 138

### 第一节 2011-2012年保健品行业发展现状 138

- 一、保健品行业发展概况 138
- 二、保健品行业生产状况分析 139

### 第二节 2011-2012年保健品企业发展分析 140

- 一、保健品企业发展动态分析 140
- 二、保健品企业发展存在的问题 141
- 三、保健品企业战略发展分析 144

### 第三节 2011-2012年保健品行业经济运行分析 145

- 一、2011-2012年保健品行业产值分析 145
- 二、2011-2012年保健品行业效益分析 146
- 三、2011-2012年保健品行业进出口分析 146

### 第四节 2011-2012年保健品市场发展分析 146

- 一、2011年保健品市场分析 146
- 二、2011年保健品市场变化分析 149
- 三、2012-2016年保健品市场走势分析 151

### 第五节 保健品行业面临的挑战及发展建议 153

- 一、保健品行业发展面临的难题 153
- 二、：保健品行业发展建议 154

## 第五章 中国保健品消费市场分析 156

### 第一节 2011-2012年保健品消费者特征分析 156

- 一、人口结构分析 156

二、	年龄结构分析	157
三、	学历结构分析	157
四、	职业结构分析	159
五、	收入结构分析	165
第二节	2011-2012年保健品消费者对保健品选择的调查	167
一、	消费者对保健品种类的选择率调查	167
二、	消费者对保健品品牌选择的调查	169
三、	消费者对保健品消费满意度调查	171
第三节	2011-2012年保健品行业影响消费者选购因素分析	172
一、	价格因素	172
二、	质量因素	174
三、	品牌的影响	177
四、	广告的影响程度	178
第四节	2011-2012年保健品市场消费者费渠道分析	179
一、	连锁药店、社区药店	179
二、	普通商场、超市	180
三、	批发市场	182
四、	医院	183
五、	其他渠道	183
第六章	中国保健品行业市场营销战略分析	185
第一节	保健品企业营销分析	185
一、	保健品市场营销现状	185
二、	保健品品牌成功因素分析	187
三、	保健品企业营销战略研究	191
第二节	保健品营销渠道分析	196
一、	保健品销售渠道构成	196
二、	保健品营销渠道策略分析	202
第三节	保健品行业营销策略分析	203
一、	服务营销	203
二、	文化营销	204
三、	教育营销	204

- 四、活动营销 204
- 五、直销模式 204
- 六、顾问营销模式 205
- 第四节 保健品企业成功营销策略分析 206
  - 一、连锁品牌营销策略分析 206
  - 二、广告营销策略分析 208
  - 三、体育（健康）营销策略分析 209
  - 四、电子商务营销策略分析 213
  - 五、主题营销策略分析 215
  - 六、整体营销策略分析 216

## 第二部分 保健品行业全景调研

### 第七章 中国保健品行业发展分析 221

#### 第一节 2011-2012年保健品生产加工行业总体规模分析 221

- 一、2011-2012年保健品生产加工企业数量结构分析 221
- 二、2011-2012年保健品生产加工行业生产规模分析 221

#### 第二节 2011-2012年保健品生产加工行业产销分析 222

#### 第三节 2011-2012年保健品生产加工行业盈利能力分析 223

- 一、保健品生产加工行业销售利润率 223
- 二、保健品生产加工行业成本费用利润率 223
- 三、保健品生产加工行业亏损面 223

#### 第四节 2011-2012年保健品生产加工行业偿债能力分析 224

- 一、保健品生产加工行业资产负债比率 224
- 二、保健品生产加工行业利息保障倍数 224

#### 第五节 2011-2012年保健品生产加工行业营运能力分析 225

- 一、保健品生产加工行业应收帐款周转率 225
- 二、保健品生产加工行业总资产周转率 225

#### 第六节 2011-2012年保健品生产加工行业发展能力分析 226

- 一、保健品生产加工行业总资产增长率 226
- 二、保健品生产加工行业利润总额增长率 226
- 三、保健品生产加工行业主营业务收入增长率 226

#### 第七节 2011-2012年保健品市场发展分析 227



- 一、2011年保健品市场运行分析 227
- 二、2011年保健品市场发展分析 228
- 三、2012年保健品市场走势分析 230

## 第八章 中国保健品行业发展分析 231

### 第一节 2011-2012年保健品行业发展现状 231

- 一、保健品行业的发展史 231
- 二、保健品市场变化分析 233
- 三、保健品质量情况分析 235
- 四、保健品市场现状分析 238

### 第二节 2011-2012年保健品市场供需分析 239

- 一、保健品产值分析 239
- 二、保健品需求分析 239
- 三、影响保健品市场需求的因素 240

## 第九章 中国保健品行业发展分析 242

### 第一节 2011-2012年保健品市场发展分析 242

- 一、保健品发展分析 242
- 二、保健品市场发展有利因素分析 243
- 三、保健品市场消费特点分析 244

### 第二节 2011-2012年保健品出口状况分析 245

- 一、保健品出口数量及金额分析 245
- 二、保健品主要出口市场分析 245

### 第三节 2011-2012年保健品行业存在的问题及对策 245

- 一、保健品产品问题分析 245
- 二、保健品行业存在的问题 246
- 三、：针对保健品的解难 247
- 四、保健品行业品牌策略分析 249
- 五、提高保健品市场竞争力策略分析 250

## 第三部分 保健品行业竞争格局

### 第十章 中国保健品行业竞争格局分析 255

## 第一节 2011-2012年保健品行业竞争结构分析 255

### 一、保健品种类品牌竞争 255

### 二、保健品技术创新竞争 255

### 三、保健品销售渠道问题 256

## 第二节 2011-2012年保健品区域市场格局分析 257

### 一、国外公司搅动我国保健食品市场格局 257

### 二、国内企业应积极应对挑战 258

## 第十一章 中国保健品市场竞争分析 262

### 第一节 2011-2012年保健品行业集中度分析 262

#### 一、保健品市场集中度分析 262

#### 二、保健品区域集中度分析 262

#### 三、保健品企业集中度分析 262

### 第二节 2011-2012年保健品市场竞争分析 263

#### 一、保健品市场竞争现状分析 263

#### 二、保健品企业竞争动态分析 264

#### 三、保健品行业竞争策略研究 265

## 第十二章 我国主要保健品行业重点企业分析 268

### 第一节 湖南九芝堂股份有限公司 268

#### 一、企业基本情况 268

#### 二、2010-2012年企业发展状况分析 269

#### 三、2011-2012年企业财务分析 269

#### 四、2011-2012年企业经营情况 272

#### 五、2012-2016年企业战略及发展趋势分析 273

### 第二节 深圳市海王生物工程股份有限公司 274

#### 一、企业基本情况 274

#### 二、2010-2012年企业发展状况分析 276

#### 三、2011-2012年企业财务分析 276

#### 四、2011-2012年企业经营情况 279

#### 五、2012-2016年企业战略及发展趋势分析 280

### 第三节 山东东阿阿胶股份有限公司 281

- 一、企业基本情况 281
- 二、2010-2012年企业发展状况分析 282
- 三、2011-2012年企业财务分析 283
- 四、2011-2012年企业经营情况 286
- 五、2012-2016年企业战略及发展趋势分析 287
- 第四节 江西江中药业股份有限公司 287
  - 一、企业基本情况 287
  - 二、2010-2012年企业发展状况 288
  - 三、2011-2012年企业财务分析 289
  - 四、2011-2012年企业经营情况 292
  - 五、2012-2016年企业战略及发展趋势分析 293
- 第五节 健康元药业集团股份有限公司 293
  - 一、企业基本情况 293
  - 二、2010-2012年企业发展状况分析 298
  - 三、2011-2012年企业财务分析 298
  - 四、2011-2012年企业经营情况 302
  - 五、2012-2016年企业战略及发展趋势分析 303
- 第六节 上海交大昂立股份有限公司 303
  - 一、企业基本情况 303
  - 二、2010-2012年企业发展状况分析 305
  - 三、2011-2012年企业财务分析 305
  - 四、2011-2012年企业经营情况 308
- 第七节 汤臣倍健股份有限公司 309
  - 一、企业基本情况 309
  - 二、2010-2012年企业发展状况分析 311
  - 三、2011-2012年企业财务分析 313
  - 四、2011-2012年企业经营情况 316
  - 五、2012-2016年企业战略及发展趋势分析 317
- 第八节 保龄宝生物股份有限公司 318
  - 一、企业基本情况 318
  - 二、2010-2012年企业发展状况分析 318
  - 三、2011-2012年企业财务分析 319

- 四、2011-2012年企业经营情况 322
- 五、2012-2016年企业战略及发展趋势分析 323

#### 第四部分 保健品行业发展趋势与投资

##### 第十三章 中国保健品行业发展前景分析 325

###### 第一节 2012-2016年保健品市场发展前景分析 325

- 一、2012-2016年保健品市场发展潜力分析 325
- 二、2012-2016年保健品市场发展前景分析 325

###### 第二节 2012-2016年保健品产品市场发展前景分析 326

- 一、中老年保健品市场前景 326
- 二、女性补血产品市场空间大 327
- 三、儿童保健品市场前景广阔 328

##### 第十四章 保健品整体行业发展规划分析 329

###### 第一节 2012-2016年保健品行业发展规划分析 329

- 一、保健品行业发展机会分析 329
- 二、保健品行业发展机遇分析 329
- 三、保健品行业发展规划分析 329

###### 第二节 2012-2016年保健品行业投资分析 330

- 一、保健品市场投资现状 330
- 二、保健品市场投资机会分析 330
- 三、对保健品市场投资分析 332

###### 第三节 2012-2016年保健品行业投资风险分析 333

- 一、2012-2016年保健品行业市场风险预测 333
- 二、2012-2016年保健品行业政策风险预测 333
- 三、2012-2016年保健品行业经营风险预测 335
- 四、2012-2016年保健品行业竞争风险预测 337
- 五、2012-2016年保健品行业其他风险预测 338

###### 第四节 2012-2016年保健品行业投资战略分析 341

- 一、保健品市场投资策略分析 341
- 二、保健品细分市场投资策略分析 342
- 三、对保健品行业的投资建议 343

## 第十五章 中国保健品行业发展战略研究 345

### 第一节 市场策略分析 345

#### 一、保健品价格策略分析 345

#### 二、保健品渠道策略分析 345

### 第二节 销售策略分析 346

#### 一、媒介选择策略分析 346

#### 二、产品定位策略分析 347

#### 三、企业宣传策略分析 347

### 第三节 对我国保健品品牌的战略思考 352

#### 一、企业品牌的重要性分析 352

#### 二、保健品实施品牌战略的意义 353

#### 三、保健品企业品牌的现状分析 354

#### 四、我国保健品企业的品牌战略的问题 356

#### 五、保健品品牌战略管理的策略 357

### 第四节 保健品企业经营管理策略 358

#### 一、成本控制策略 358

#### 二、定价策略 358

#### 三、竞争策略 364

#### 四、并购重组策略 369

#### 五、营销策略 370

#### 六、人力资源 373

#### 七、财务管理 375

## 图表目录

图表：2006-2011年国内生产总值及其增长速度 8

图表：2011年居民消费价格月度涨跌幅度 8

图表：2011年居民消费价格同比涨幅 9

图表：2006-2011年公共财政收入及其增长速度 9

图表：2011年居民消费价格月度涨跌幅度 10

图表：2011年居民消费价格同比涨幅 10

图表：2006-2011年农村居民人均收入及其增长速度 14

图表：2006-2011年城镇居民人均可支配收入及其实际增长速度 14

图表：2006-2011年全社会固定资产投资及其增长速度 19

图表：2006-2011年货物进出口总额 24

2011年我国商业银行平均贷款年利率图 118

图表：对辅食保健品市场的评价 147

图表：对辅食保健品市场的评价孩子年龄差异 148

图表：对辅食保健品市场的评价家庭收入差异 148

图表：对辅食保健品市场的评价城市规模差异 149

图表：受访者人群特征 168

图表：各地购买的首要考虑因素 170

图表：购买的首要考虑因素 170

图表：消费者掉保险产品满意度调查 171

图表：消费者对保健品不满意方面的调查 172

图表：2011年营养、保健食品制造行业企业单位数 221

图表：2011年营养、保健食品制造行业亏损企业单位数 221

图表：2011年营养、保健食品制造行业资产总计 221

图表：2011年营养、保健食品制造行业主营业务收入 222

图表：2011年营养、保健食品制造行业利润总额 222

图表：2011年营养、保健食品制造行业工业销售产值 222

图表：2011年营养、保健食品制造行业销售利润率 223

图表：2011年营养、保健食品制造行业成本费用利润率 223

图表：2011年营养、保健食品制造行业亏损面 223

图表：2011年营养、保健食品制造行业资产负债比率 224

图表：2011年营养、保健食品制造行业利息保障倍数 224

图表：2011年营养、保健食品制造行业应收账款周转率 225

图表：2011年营养、保健食品制造行业总资产周转率 225

图表：2011年营养、保健食品制造行业总资产增长率 226

图表：2011年营养、保健食品制造行业利润总额增长率 226

图表：2011年营养、保健食品制造行业主营业务收入增长率 226

图表：2010-2011年我国保健品市场规模 228

图表：2011-2012年湖南九芝堂股份有限公司基本每股收益与扣非每股收益 269

图表：2011-2012年湖南九芝堂股份有限公司每股净资产与每股公积金 270

图表：2011-2012年湖南九芝堂股份有限公司稀释每股收益 270

图表：2011-2012年湖南九芝堂股份有限公司每股未分配利润与每股经营现金流 270

图表：2011-2012年湖南九芝堂股份有限公司毛利润与扣非净利润 270

图表：2011-2012年湖南九芝堂股份有限公司货币资金与应收账款 270

图表：2011-2012年湖南九芝堂股份有限公司存货与流动资产合计 270

图表：2011-2012年湖南九芝堂股份有限公司累计折旧 271

图表：2011-2012年湖南九芝堂股份有限公司固定资产 271

图表：2011-2012年湖南九芝堂股份有限公司无形资产与资产总计 271

图表：2011-2012年湖南九芝堂股份有限公司应付账款与其他应收款 271

图表：2011-2012年湖南九芝堂股份有限公司存货跌价准备与流动负债合计 271

图表：2011-2012年湖南九芝堂股份有限公司长期负债合计与负债合计 271

图表：2011-2012年湖南九芝堂股份有限公司实收资本与资本公积金 272

图表：2011-2012年湖南九芝堂股份有限公司盈余公积金 272

图表：2011-2012年湖南九芝堂股份有限公司股东权益合计 272

图表：2011-2012年湖南九芝堂股份有限公司流动比率 272

图表：2011-2012年湖南九芝堂股份有限公司营业收入与营业成本 272

图表：2011-2012年湖南九芝堂股份有限公司营业利润 272

图表：2011-2012年湖南九芝堂股份有限公司销售费用与财务费用 273

图表：2011-2012年湖南九芝堂股份有限公司管理费用与投资收益 273

图表：2011-2012年湖南九芝堂股份有限公司利润总额与所得税 273

图表：2011-2012年湖南九芝堂股份有限公司毛利率与净利率 273

图表：2011-2012年深圳市海王生物工程股份有限公司基本每股收益与扣非每股收益 276

图表：2011-2012年深圳市海王生物工程股份有限公司每股净资产与每股公积金 276

图表：2011-2012年深圳市海王生物工程股份有限公司稀释每股收益 276

图表：2011-2012年深圳市海王生物工程股份有限公司每股未分配利润与每股经营现金流 277

图表：2011-2012年深圳市海王生物工程股份有限公司毛利润与扣非净利润 277

图表：2011-2012年深圳市海王生物工程股份有限公司货币资金与应收账款 277

图表：2011-2012年深圳市海王生物工程股份有限公司存货与流动资产合计 277

图表：2011-2012年深圳市海王生物工程股份有限公司长期股权投资与累计折旧 277

图表：2011-2012年深圳市海王生物工程股份有限公司固定资产 278

图表：2011-2012年深圳市海王生物工程股份有限公司无形资产与资产总计 278

图表：2011-2012年深圳市海王生物工程股份有限公司应付账款与其他应收款 278

图表：2011-2012年深圳市海王生物工程股份有限公司存货跌价准备与流动负债合计 278

图表：2011-2012年深圳市海王生物工程股份有限公司长期负债合计与负债合计 278

图表：2011-2012年深圳市海王生物工程股份有限公司实收资本与资本公积金 279

图表：2011-2012年深圳市海王生物工程股份有限公司盈余公积金 279

图表：2011-2012年深圳市海王生物工程股份有限公司股东权益合计 279

图表：2011-2012年深圳市海王生物工程股份有限公司流动比率 279

图表：2011-2012年深圳市海王生物工程股份有限公司营业收入与营业成本 279

图表：2011-2012年深圳市海王生物工程股份有限公司营业利润 279

图表：2011-2012年深圳市海王生物工程股份有限公司销售费用与财务费用 280

图表：2011-2012年深圳市海王生物工程股份有限公司管理费用与投资收益 280

图表：2011-2012年深圳市海王生物工程股份有限公司利润总额与所得税 280

图表：2011-2012年深圳市海王生物工程股份有限公司毛利率与净利率 280

图表：2011-2012年山东东阿阿胶股份有限公司基本每股收益与扣非每股收益 283

图表：2011-2012年山东东阿阿胶股份有限公司每股净资产与每股公积金 283

图表：2011-2012年山东东阿阿胶股份有限公司稀释每股收益 283

图表：2011-2012年山东东阿阿胶股份有限公司每股未分配利润与每股经营现金流 283

图表：2011-2012年山东东阿阿胶股份有限公司毛利润与扣非净利润 284

图表：2011-2012年山东东阿阿胶股份有限公司货币资金与应收账款 284

图表：2011-2012年山东东阿阿胶股份有限公司存货与流动资产合计 284

图表：2011-2012年山东东阿阿胶股份有限公司长期股权投资与累计折旧 284

图表：2011-2012年山东东阿阿胶股份有限公司固定资产 284

图表：2011-2012年山东东阿阿胶股份有限公司无形资产与资产总计 284

图表：2011-2012年山东东阿阿胶股份有限公司应付账款与其他应收款 285

图表：2011-2012年山东东阿阿胶股份有限公司存货跌价准备与流动负债合计 285

图表：2011-2012年山东东阿阿胶股份有限公司长期负债合计与负债合计 285

图表：2011-2012年山东东阿阿胶股份有限公司实收资本与资本公积金 285

图表：2011-2012年山东东阿阿胶股份有限公司盈余公积金 285

图表：2011-2012年山东东阿阿胶股份有限公司股东权益合计 286

图表：2011-2012年山东东阿阿胶股份有限公司流动比率 286

图表：2011-2012年山东东阿阿胶股份有限公司营业收入与营业成本 286

图表：2011-2012年山东东阿阿胶股份有限公司营业利润 286

图表：2011-2012年山东东阿阿胶股份有限公司销售费用与财务费用 286

图表：2011-2012年山东东阿阿胶股份有限公司管理费用与投资收益 286



图表：2011-2012年山东东阿阿胶股份有限公司利润总额与所得税 287

图表：2011-2012年山东东阿阿胶股份有限公司毛利率与净利率 287

图表：2011-2012年江西江中药业股份有限公司基本每股收益与每股净资产 289

图表：2011-2012年江西江中药业股份有限公司扣非每股收益 289

图表：2011-2012年江西江中药业股份有限公司每股未分配利润与每股公积金 289

图表：2011-2012年江西江中药业股份有限公司主营收入同比增长 289

图表：2011-2012年江西江中药业股份有限公司货币资金与应收账款 289

图表：2011-2012年江西江中药业股份有限公司存货与流动资产合计 290

图表：2011-2012年江西江中药业股份有限公司长期股权投资与累计折旧 290

图表：2011-2012年江西江中药业股份有限公司固定资产 290

图表：2011-2012年江西江中药业股份有限公司无形资产与资产总计 290

图表：2011-2012年江西江中药业股份有限公司应付账款与其他应收款 290

图表：2011-2012年江西江中药业股份有限公司存货跌价准备与流动负债合计 290

图表：2011-2012年江西江中药业股份有限公司长期负债合计与负债合计 291

图表：2011-2012年江西江中药业股份有限公司实收资本与资本公积金 291

图表：2011-2012年江西江中药业股份有限公司盈余公积 291

图表：2011-2012年江西江中药业股份有限公司股东权益合计 291

图表：2011-2012年江西江中药业股份有限公司流动比率 291

图表：2011-2012年江西江中药业股份有限公司营业收入与营业成本 292

图表：2011-2012年江西江中药业股份有限公司营业利润 292

图表：2011-2012年江西江中药业股份有限公司销售费用与财务费用 292

图表：2011-2012年江西江中药业股份有限公司管理费用与投资收益 292

图表：2011-2012年江西江中药业股份有限公司利润总额与所得税 292

图表：2011-2012年江西江中药业股份有限公司毛利率与净利率 292

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司基本每股收益与扣非每股收益 298

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司每股净资产与每股公积金 299

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司稀释每股收益 299

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司每股未分配利润与每股经营现金流 299

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司毛利润与扣非净利润 299

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司货币资金与应收账款 299

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司存货与流动资产合计 300

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司长期股权投资与累计折旧 300

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司固定资产 300

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司无形资产与资产总计 300

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司应付账款与其他应收款 300

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司存货跌价准备与流动负债合计 301

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司长期负债合计与负债合计 301

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司实收资本与资本公积金 301

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司盈余公积金 301

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司股东权益合计 301

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司流动比率 301

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司营业收入与营业成本 302

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司营业利润 302

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司销售费用与财务费用 302

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司管理费用与投资收益 302

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司利润总额与所得税 302

图表：2011-2012年健康元药业集团股份有限公司毛利率与净利率 303

图表：2011-2012年上海交大昂立股份有限公司基本每股收益与扣非每股收益 305

图表：2011-2012年上海交大昂立股份有限公司每股净资产与每股公积金 305

图表：2011-2012年上海交大昂立股份有限公司稀释每股收益 305

图表：2011-2012年上海交大昂立股份有限公司每股未分配利润与每股经营现金流 306

图表：2011-2012年上海交大昂立股份有限公司毛利润与扣非净利润 306

图表：2011-2012年上海交大昂立股份有限公司货币资金与应收账款 306

图表：2011-2012年上海交大昂立股份有限公司存货与流动资产合计 306

图表：2011-2012年上海交大昂立股份有限公司长期股权投资与累计折旧 306

图表：2011-2012年上海交大昂立股份有限公司固定资产 306

图表：2011-2012年上海交大昂立股份有限公司无形资产与资产总计 307

图表：2011-2012年上海交大昂立股份有限公司应付账款与其他应收款 307

图表：2011-2012年上海交大昂立股份有限公司存货跌价准备与流动负债合计 307

图表：2011-2012年上海交大昂立股份有限公司长期负债合计与负债合计 307

图表：2011-2012年上海交大昂立股份有限公司实收资本与资本公积金 307

图表：2011-2012年上海交大昂立股份有限公司盈余公积金 307

图表：2011-2012年上海交大昂立股份有限公司股东权益合计 308

图表：2011-2012年上海交大昂立股份有限公司流动比率 308

图表：2011-2012年上海交大昂立股份有限公司营业收入与营业成本 308

图表：2011-2012年上海交大昂立股份有限公司营业利润 308

图表：2011-2012年上海交大昂立股份有限公司销售费用与财务费用 308

图表：2011-2012年上海交大昂立股份有限公司管理费用与投资收益 309

图表：2011-2012年上海交大昂立股份有限公司利润总额与所得税 309

图表：2011-2012年上海交大昂立股份有限公司毛利率与净利率 309

图表：2011-2012年汤臣倍健股份有限公司基本每股收益与扣非每股收益 313

图表：2011-2012年汤臣倍健股份有限公司每股净资产与每股公积金 313

图表：2011-2012年汤臣倍健股份有限公司稀释每股收益 313

图表：2011-2012年汤臣倍健股份有限公司每股未分配利润与每股经营现金流 313

图表：2011-2012年汤臣倍健股份有限公司毛利润与扣非净利润 313

图表：2011-2012年汤臣倍健股份有限公司货币资金与应收账款 314

图表：2011-2012年汤臣倍健股份有限公司存货与流动资产合计 314

图表：2011-2012年汤臣倍健股份有限公司累计折旧 314

图表：2011-2012年汤臣倍健股份有限公司固定资产 314

图表：2011-2012年汤臣倍健股份有限公司无形资产与资产总计 314

图表：2011-2012年汤臣倍健股份有限公司应付账款与其他应收款 314

图表：2011-2012年汤臣倍健股份有限公司流动负债合计 315

图表：2011-2012年汤臣倍健股份有限公司长期负债合计与负债合计 315

图表：2011-2012年汤臣倍健股份有限公司实收资本与资本公积金 315

图表：2011-2012年汤臣倍健股份有限公司盈余公积金 315

图表：2011-2012年汤臣倍健股份有限公司股东权益合计 315

图表：2011-2012年汤臣倍健股份有限公司流动比率 315

图表：2011-2012年汤臣倍健股份有限公司营业收入与营业成本 316

图表：2011-2012年汤臣倍健股份有限公司营业利润 316

图表：2011-2012年汤臣倍健股份有限公司销售费用与财务费用 316

图表：2011-2012年汤臣倍健股份有限公司管理费用 316

图表：2011-2012年汤臣倍健股份有限公司利润总额与所得税 316

图表：2011-2012年汤臣倍健股份有限公司毛利率与净利率 316

图表：2011-2012年保龄宝生物股份有限公司基本每股收益与扣非每股收益 319

图表：2011-2012年保龄宝生物股份有限公司每股净资产与每股公积金 319

图表：2011-2012年保龄宝生物股份有限公司稀释每股收益 320

图表：2011-2012年保龄宝生物股份有限公司每股未分配利润与每股经营现金流 320

图表：2011-2012年保龄宝生物股份有限公司毛利润与扣非净利润 320

图表：2011-2012年保龄宝生物股份有限公司货币资金与应收账款 320

图表：2011-2012年保龄宝生物股份有限公司存货与流动资产合计 320

图表：2011-2012年保龄宝生物股份有限公司长期股权投资与累计折旧 320

图表：2011-2012年保龄宝生物股份有限公司固定资产 321

图表：2011-2012年保龄宝生物股份有限公司无形资产与资产总计 321

图表：2011-2012年保龄宝生物股份有限公司应付账款与其他应收款 321

图表：2011-2012年保龄宝生物股份有限公司存货跌价准备与流动负债合计 321

图表：2011-2012年保龄宝生物股份有限公司长期负债合计与负债合计 321

图表：2011-2012年保龄宝生物股份有限公司实收资本与资本公积金 321

图表：2011-2012年保龄宝生物股份有限公司盈余公积金 322

图表：2011-2012年保龄宝生物股份有限公司股东权益合计 322

图表：2011-2012年保龄宝生物股份有限公司流动比率 322

图表：2011-2012年保龄宝生物股份有限公司营业收入与营业成本 322

图表：2011-2012年保龄宝生物股份有限公司营业利润 322

图表：2011-2012年保龄宝生物股份有限公司销售费用与财务费用 322

图表：2011-2012年保龄宝生物股份有限公司管理费用与投资收益 323

图表：2011-2012年保龄宝生物股份有限公司利润总额与所得税 323

图表：2011-2012年保龄宝生物股份有限公司毛利率与净利率 323

略.....

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、中消协、国家海关总署、卫生部、工商总局、国家食品药品监督管理局、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、中国保健食品协会、中国医药保健品商会、中国保健协会、中国上市公司资讯、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息等公布和提供的大量资料，首先介绍保健品的定义、分类等，然后分析保健品行业的发展现状，接着分析保健品的发展情况。随后阐述保健品行业的竞争格局和分析重点企业经营状况，最后分析保健品行业的发展前景与趋势，同时研究部对保健品行业进行全面的投资分析。本报告是保健品行业生产、经营、科研企业及相关研究单位极具参考价值的专业报告。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/baojian1207/E547750G97.html>