

2011-2015年中国益生菌行业 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

报告报价

《2011-2015年中国益生菌行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/baojian1104/8219847DUM.html>

【报告价格】纸介版**6800**元 电子版**7000**元 纸介+电子**7200**元

【出版日期】2011-04-08

【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

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《2011-2015年中国益生菌行业市场分析与投资前景研究报告》共十五章。首先介绍了益生菌行业相关概述、中国益生菌产业运行环境等，接着分析了中国益生菌行业的现状，然后介绍了中国益生菌行业竞争格局。随后，报告对中国益生菌行业做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国益生菌产业发展前景与投资预测。您若想对益生菌产业有个系统的了解或者想投资益生菌行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

益生菌（Probiotics）是指投入后通过改善宿主肠道菌群生态平衡而发挥有益作用，达到提高宿主（人和动物）健康水平和健康佳态的活菌制剂及其代谢产物。

由于益生菌所具有的特殊价值与功效，它已被人们科学地运用到食品工业生产中，特别是在奶制品和一些功能性的食品中已广为运用。随着人们的保健意识的提高和环境净化的需求，人们已经认识和认同益生菌。益生菌产品在我国形成产业化发展，这是一个必然的趋势。它将成为21世纪中国的一种消费时尚，中国益生菌市场前景非常宽广，商机无限。

目录

第一章 益生菌行业发展概述 1

第一节 益生菌行业定义及分类 1

一、益生菌定义 1

二、益生菌应用 1

二、益生菌工艺 4

第二节 益生菌行业发展概况 4

一、全球益生菌行业发展简述 4

二、益生菌国内行业现状阐述 5

第三节 益生菌行业市场现状 5

一、市场概述 5

二、市场规模 6

第四节 益生菌产品发展历程 6

第五节 益生菌产品发展所处的阶段 17

第六节 益生菌行业地位分析 17

第七节 益生菌行业产业链分析 17

第八节 益生菌行业国内与国外情况分析 18

第二章2009-2010年益生菌产业运行态势分析 20

第一节2009-2010年益生菌市场发展分析 20

一、国内益生菌生产综述 20

二、益生菌市场发展的特点 20

三、益生菌市场景气向好 21

第二节2009-2010年益生菌市场分析 21

一、国外企业益生菌原材料发展的特点 21

二、益生菌专用料供需分析 25

三、益生菌专用料市场发展综述 25

第三节2009-2010年益生菌市场发展中的问题及策略 26

一、益生菌市场发展面临的挑战及对策 26

二、提高益生菌整体竞争力的建 26

三、加快益生菌发展的措施 27

第三章 益生菌行业外部环境分析 28

第一节、益生菌行业经济环境影响分析 28

一、国民经济影响情况 28

二、国内投资益生菌情况 28

第二节、益生菌行业政策影响分析 29

一、国内宏观政策影响分析 29

二、行业政策影响分析 29

第三节 益生菌产业上下游影响分析 32

一、益生菌行业上游影响分析 32

二、益生菌行业下游影响分析 32

第四节、益生菌行业的技术影响分析 34

一、益生菌行业技术现状分析 34

二、益生菌行业技术发展趋势 35

第四章 益生菌行业经营和竞争分析 37

第一节 行业核心竞争力分析及构建 37

第二节 经营手段分析 37

一、消费特征分析 37

二、产品分类与定位 37

三、产品策略分析 38

四、渠道和促销 38

第三节 益生菌技术最新发展趋势分析 39

一、国外同类技术重点研发方向 39

二、国内益生菌研发技术路径分析 39

三、国内最新研发动向 39

四、技术走势预测 41

五、技术进步对企业发展影响 41

第五章 2009-2010年中国益生菌行业环境分析 42

第一节 我国经济发展环境分析 42

一、GDP历史变动轨迹 42

二、固定资产投资历史变动轨迹 46

三、进出口贸易历史变动轨迹 48

四、2013年我国宏观经济发展预测 55

第二节 行业相关政策、法规、标准 56

一、中国相关环保规定 56

二、国外相关环保规定 57

第六章 益生菌行业市场分析及预测 59

第一节 益生菌行业经营分析 59

一、益生菌行业规模分析 59

二、益生菌行业财务总体分析 59

三、益生菌行业经营发展分析 59

四、益生菌行业费用情况分析 60

五、益生菌行业盈利能力分析 60

第二节 益生菌行业生产分析 60

一、益生菌生产规模及增长速度 60

二、益生菌市场竞争结构分析 60

三、益生菌行业竞争特点分析 61

四、益生菌生产情况预测 61

第三节 益生菌企业特征分析 61

一、内资企业规模分析 61

二、外资企业规模分析 62

三、企业财务总体分析 62

四、企业经营发展分析 62

五、企业费用情况分析 63

第四节 益生菌行业地区竞争格局分析 63

一、行业的总体区域布局分析 63

二、华中地区生产分析 64

三、华东地区生产分析 64

四、东北地区生产分析 64

五、华南地区生产分析 65

六、西北地区生产分析 65

七、西南地区生产分析 65

八、华北地区生产分析 66

八、外资企业在国内的布局情况 66

第五节 益生菌行业的集中度分析 66

一、行业的资产集中度情况 66

二、行业的收入集中度情况 66

三、行业的利润集中度情况 67

第六节 益生菌行业的品牌竞争分析 67

一、行业内主要品牌的竞争实力 67

二、品牌的市场占有率分析 67

第七章 益生菌行业需求与预测分析 69

第一节 益生菌行业需求分析及预测 69

一、益生菌行业需求总量及增长速度 69

二、益生菌行业需求结构分析 69

三、益生菌行业需求影响因素分析 70

四、益生菌行业未来需求预测分析 70

第二节 益生菌行业地区需求分析 71

一、行业的总体区域需求分析 71

二、华北地区需求分析 71

三、华东地区需求分析 72

四、东北地区需求分析 72

五、华中地区需求分析 72

六、西北地区需求分析 73

七、西南地区需求分析 73

八、华南地区需求分析 73

第三节 益生菌行业细分市场需求分析 74

一、益生菌行业市场需求量情况 74

二、益生菌行业市场供求量情况 75

第八章 2010年我国益生菌行业发展现状分析 77

第一节 我国益生菌行业发展现状 77

二、益生菌行业需求市场现状 77

三、益生菌市场需求层次分析 77

四、我国益生菌市场走向分析 78

第二节 中国益生菌产品技术分析 78

一、2010年益生菌产品技术变化特点 78

二、2010年益生菌产品市场的新技术 79

三、2010年益生菌产品市场现状分析 79

第三节 中国益生菌行业存在的问题 79

一、益生菌产品市场存在的主要问题 79

二、国内益生菌产品市场的三大瓶颈 80

三、益生菌产品市场遭遇的规模难题 81

第四节 对中国益生菌市场的分析及思考 81

一、益生菌市场特点 81

二、益生菌市场分析 82

三、益生菌市场变化的方向 82

四、中国益生菌行业发展的新思路 82

五、对中国益生菌行业发展的思考 83

第九章 2009-2010年国内外重点企业竞争力分析 85

第一节 青岛东海药业 85

- 一、公司概况 85
- 二、公司主要财务指标分析 86
- 三、公司盈利能力及偿债能力分析 87
- 四、公司成长能力 87
- 五、公司经营效率 87
- 六、公司竞争力分析 88

第二节 广州市合生元生物制品有限公司 89

- 一、公司概况 89
- 二、公司主要财务指标分析 89
- 三、公司盈利能力及偿债能力分析 90
- 四、公司成长能力 90
- 五、公司经营效率 90
- 六、公司竞争力分析 91

第三节 上海交大昂立股份有限公司 91

- 一、公司概况 91
- 二、公司主要财务指标分析 92
- 三、公司盈利能力及偿债能力分析 93
- 四、公司成长能力 94
- 五、公司经营效率 94
- 六、公司竞争力分析 94

第四节 北京韩美药品有限公司 96

- 一、公司概况 96
- 二、公司主要财务指标分析 97
- 三、公司盈利能力及偿债能力分析 97
- 四、公司成长能力 98
- 五、公司经营效率 98
- 六、公司竞争力分析 98

第五节 苏柯汉（潍坊）生物工程有限公司 99

- 一、公司简介 99
- 二、公司主要财务指标分析 100

(一) 企业运营能力分析	100
(二) 企业盈利能力分析	101
三、公司成本费用情况	101
四、公司未来战略分析	101
第六节 青岛奥海生微生态科技有限公司	102

一、公司简介	102
二、公司主要财务指标分析	102
(一) 企业运营能力分	102
(二) 企业盈利能力分析	102
三、公司成本费用情况	103
四、公司未来战略分析	103

第七节 生合生物科技南京有限公司 103

一、公司简介	103
二、公司主要财务指标分析	104
(一) 企业运营能力分析	104
(二) 企业盈利能力分析	104
三、公司成本费用情况	104
四、公司未来战略分析	105

第八节 重庆优宝生物技术有限公司 105

一、公司简介	105
二、公司主要财务指标分析	105
(一) 企业运营能力分析	105
(二) 企业盈利能力分析	106
三、公司成本费用情况	106
四、公司未来战略分析	106

第十章 2008-2015年益生菌行业竞争格局分析 108

第一节 益生菌行业竞争结构分析 108

一、现有企业间竞争	108
二、潜在进入者分析	109
三、替代品威胁分析	110
四、供应商议价能力	110

五、客户议价能力 110

第二节 益生菌企业国际竞争力比较 110

一、优势——S 110

二、劣势——W 111

三、机遇——O 112

四、威胁——T 112

第三节 益生菌行业竞争格局分析 112

一、益生菌行业集中度分析 112

二、益生菌行业竞争程度分析 113

第四节 2010-2015年益生菌行业竞争策略分析 113

一、金融危机对行业竞争格局的影响 113

二、2010-2015年益生菌行业竞争格局展望 113

三、2010-2015年益生菌行业竞争策略分析 114

第十一章 益生菌行业投融资分析 115

第一节 益生菌行业的SWOT分析 115

第二节 益生菌行业国内企业投资状况 116

第三节 益生菌行业外资投资状况 116

第四节 益生菌行业资本并购重组情况 116

第五节 益生菌行业投资特点分析 117

第六节 益生菌行业融资分析 117

第七节 益生菌行业投资机会分析 119

一、2010~2015年总体投资机会及投资建议 119

二、2010~2015年国内外投资机会及投资建议 119

三、2010~2015年区域投资机会及投资建议 120

四、2010~2015年企业投资机会及投资建议 120

第十二章 益生菌行业投资策略与风险防范 123

第一节 行业投资策略分析 123

一、产品策略 123

二、价格策略 124

三、渠道策略 125

四、销售策略 126

第二节 行业投资风险分析 127

一、经营风险 127

二、市场风险 127

三、政策性风险 127

四、技术风险 128

五、财务风险 128

六、竞争风险 129

第三节 投资策略分析 129

一、精益化的发展战略 129

二、自主研发的贯彻实施问题 130

三、加强资本运作 132

第十三章 2010-2015年益生菌行业投资分析 134

第一节 行业投资机会分析 134

一、投资领域 134

二、主要项目 135

第二节 行业投资风险分析 136

一、市场风险 136

二、成本风险 136

三、贸易风险 136

第三节 行业投资建议 137

一、把握国家投资的契机 137

二、竞争性战略联盟的实施 137

三、市场的重点客户战略实施 138

第十四章 益生菌行业投资机会与风险 140

第一节 中国益生菌产业投资机会分析 140

一、投资机会分析 140

二、可行研究分析 140

第二节 益生菌行业投资效益分析 142

一、2010年益生菌行业投资状况分析 142

二、2010年益生菌行业投资效益分析	143
三、2010年益生菌行业投资趋势预测	143
四、2010年益生菌行业的投资方向	143
五、2010年益生菌行业投资的建议	143
第三节 2010-2015益生菌行业投资风险及控制策略分析	145
一、2010-2015年益生菌行业市场风险及控制策略	145
二、2010-2015年益生菌行业政策风险及控制策略	146
三、2010-2015年益生菌行业经营风险及控制策略	146
四、2010-2015年益生菌同业竞争风险及控制策略	146
五、2010-2015年益生菌行业其他风险及控制策略	147

第十五章 2010—2015年中国益生菌行业投资发展趋势分析 149

一、影响因素	149
二、有利因素	149
三、不利因素	149
二、2010—2015年中国益生菌产业投资规模分析	150
三、2010—2015年中国益生菌产业投资结构分析	150
四、技术创新应用	151
五、产业递进与变迁	151
六、替代品发展	151
七、行业收购与兼并	151
八、HYZS建议总结	152

通过《2011-2015年中国益生菌行业市场分析与投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业的发展提供科学决策依据。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/baojian1104/8219847DUM.html>