

2009-2012年保健品行业发 展前景分析及投资风险预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2009-2012年保健品行业发展前景分析及投资风险预测报告》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/200909/26584.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

中国的保健品行业起步追溯到20世纪80年代，在短短的几十年里，伴随我国社会进步和经济发展，保健业已经迅速成为一个独立的产业。自上世纪90年代以来，全球健康消费逐步攀升，对保健品的需求十分旺盛。之所以发展迅速主要原因是人民生活水平提高，消费方式改变，使保健品产业发展有了契机，同时，多层次的社会需要为保健品提供的可以长期发展空间。2009年新医改方案的颁布，基本医药目录逐步列入医保药品之中，许多厂家会因为政府的这一政策而改变方略，在这样的背景下，保健品因为其稳定的利润率获得各大制药企业的青睐。在今后世界保健品行业竞争趋势将更加激烈。虽然在过去的十几年中我国保健品发展缓慢，但是，经过近十年的发展，可以看到保健品行业未来发展将呈现消费者群体多元化、宣传模式推陈出新化、保健品成为日常消费和保健品销售模式专营化四大趋势。

放眼世界，全球保健食品不但已占整个食品销售的5%，达上千亿美元，而且每年都以相当速度增长。美国目前的保健食品销售额达750亿美元，占食品销售额的1/3；日本近两年的保健品销售额为15000亿日元，年产保健品3000多种；欧洲的保健食品也有2000余种，销售额以每年17%的速度递增。我国目前人均31元的保健品消费水平，仅仅是日本的1/12和美国的1/17。这些都足以证明，国内保健品市场有着不容忽视的巨大潜力。而且，随着保健意识的加强，潜在市场一旦被“激活”，甚至难以想像将释放出怎么样的“价值”能量。在我国，保健品行业是朝阳行业。细分市场是保健品未来的市场趋势。只有善于市场细分、善于整合资源者才是未来的保健品赢家。

21世纪以来，中国保健酒市场继续一路高歌猛进，市场容量以高达30%的速度递增。但同时也潜藏着很大的问题：80%的保健酒所诉求的功能相似，其中壮阳、益寿、抗免疫抗疲劳的诉求点就占80%左右。这个问题严重阻碍了保健酒行业的良性发展。如今的消费者更加理智，常用的保健品只要宣传所谓的治病疗效，很快就会引起消费者的警惕。而国内运作保健酒的却基本上大同小异：同样的古老配方，同样的神奇来历，同样的神奇功效，同样的舒筋活血……市场容量并没因众多厂家的涌入而明显增大，除了几个实力雄厚运作得法的品牌纵横全国市场，其他大部分保健酒都困居在狭小的区域市场。保健品市场必须有新的思路，那就是差异化营销才能激活保健品市场。

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。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。氨基酸类保健品在行业内属于较新产品，符合保健品未来发展方向——人类必须生命元素保健品走进千家万户，必然比较为成熟产品（矿物质、维生素等）增长更为迅速。预计市场规模将加速增长，在2011年速度稍减缓，规模达到45亿的水平。目前市面大多是复合氨基酸，功效也仅是提高免疫、帮助睡眠等大的范畴。随着氨基酸技术的提升，将涌现更多有针对性的、功能专一的产品。另外，敖合技术使氨基酸可以与矿物质等其他人体必需元素结合，成为功能更丰富的保健品。氨基酸作为生命必须元素，产品必然面向大众，呈日常快速消费品特征，销量增长而价格逐步下降。

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。并对中国保健品行业发展前景及投资风险予以了重点分析，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专业性报告。

目录

CONTENTS

第一部分 发展现状与前景分析

第一章 我国保健品行业发展现状

第一节 全国保健品市场分析

一、2009年保健品市场规模分析

二、2009年保健品市场变化趋势

第二节 保健品市场需求分析

一、2008年保健品零售市场销量

二、2009年保健品市场需求预测

第三节 保健品行业总体规模分析

一、2008年保健品企业数量结构分析

二、2008年保健品行业生产规模分析

第四节 保健品市场价格分析

一、保健品市场价格影响因素

二、2008年保健品市场价格走势

三、2009年保健品市场价格走势

第五节 农村保健品市场分析

一、农村保健品市场分析

二、2009年农村医药保健品市场发展状况

三、2009-2012年农村保健品市场前景分析

第二章 中国保健品行业经济运行分析

第一节 2009年保健品行业运行情况分析

一、2009年保健品行业经济指标分析

二、2009年保健品行业收入前十家企业

第二节 2009年保健品行业产量分析

一、2009年我国保健品产量分析

二、2009年我国保健品原料产量分析

第三节 2009年保健品行业进出口分析

一、2009年保健品行业进口总量及价格

二、2009年保健品行业出口总量及价格

三、2009年保健品行业进出口数据统计

四、2009-2012年保健品进出口态势展望

第三章 保健品主要产品市场分析

第一节 减肥类产品市场分析

一、2009年市场现状分析

二、2009年市场容量分析

三、2009-2012年市场发展前景

四、2009-2012年市场投资风险

第二节 补肾壮阳类保健品市场分析

一、2009年市场现状分析

二、2009年市场容量分析

三、2009-2012年市场发展前景

四、2009-2012年市场投资风险

第三节 女性补血养颜市场分析

一、2009年市场现状分析

- 二、2009年市场容量分析
- 三、2009-2012年市场发展前景
- 四、2009-2012年市场投资风险

第四节 维生素市场分析

- 一、2009年市场现状分析
- 二、2009年市场容量分析
- 三、2009-2012年市场发展前景
- 四、2009-2012年市场投资风险

第五节 补钙类产品市场分析

- 一、2009年市场现状分析
- 二、2009年市场容量分析
- 三、2009-2012年市场发展前景
- 四、2009-2012年市场投资风险

第四章 保健品行业投资与发展前景分析

第一节 2009年上半年保健品行业投资情况分析

- 一、2009年上半年总体投资结构
- 二、2009年上半年投资规模情况
- 三、2009年上半年投资增速情况
- 四、2009年上半年分行业投资分析
- 五、2009年上半年分地区投资分析

第二节 保健品行业投资机会分析

- 一、保健品投资项目分析
- 二、可以投资的保健品项目
- 三、2009年保健品投资机会
- 四、2009年保健品细分行业投资机会分析
- 五、2009年保健品投资新方向

第三节 保健品行业发展前景分析

- 一、保健品市场发展前景分析
- 二、我国保健品市场蕴藏的商机
- 三、金融危机下保健品市场的发展前景
- 四、农村保健品市场面临的发展商机
- 五、新医改带来保健品行业的商机

第二部分 市场竞争格局与形势

第五章 保健品行业竞争格局分析

第一节 保健品行业集中度分析

一、保健品市场集中度分析

二、保健品企业集中度分析

三、保健品区域集中度分析

第二节 保健品行业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业利润总额对比分析

五、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 保健品行业竞争格局分析

一、2008年保健品行业竞争分析

二、2008年中外保健品产品竞争分析

三、2008-2009年国内外保健品竞争分析

四、2008-2009年我国保健品市场竞争分析

五、2008-2009年我国保健品市场集中度分析

六、2009-2012年国内主要保健品企业动向

第六章 2009-2012年中国保健品行业发展形势分析

第一节 保健品行业发展概况

一、保健品行业发展特点分析

二、保健品行业投资现状分析

三、保健品行业总产值分析

四、保健品行业技术发展分析

第二节 2008-2009年保健品行业市场情况分析

一、保健品行业市场发展分析

二、保健品市场存在的问题

三、保健品市场规模分析

第三节 2008-2009年保健品产销状况分析

一、保健品产量分析

二、保健品产能分析

三、保健品市场需求状况分析

第四节 产品发展趋势预测

一、产品发展新动态

二、技术新动态

三、产品发展趋势预测

第三部分 赢利水平与企业分析

第七章 保健品行业赢利水平分析

第一节 成本分析

一、2008-2009年保健品原材料价格走势

二、2008-2009年保健品行业人工成本分析

第二节 产销运存分析

一、2008-2009年保健品行业产销情况

二、2008-2009年保健品行业库存情况

三、2008-2009年保健品行业资金周转情况

第三节 盈利水平分析

一、2008-2009年保健品行业价格走势

二、2008-2009年保健品行业营业收入情况

三、2008-2009年保健品行业毛利率情况

四、2008-2009年保健品行业赢利能力

五、2008-2009年保健品行业赢利水平

六、2009-2012年保健品行业赢利能力预测

第八章 保健品重点企业发展分析

第一节 健康元药业集团股份有限公司

一、企业概况

二、2008-2009年经营状况

三、2008-2009年财务分析

四、2009-2012年发展前景

五、2009-2012年投资风险

第二节 江苏隆力奇生物科技股份有限公司

一、企业概况

二、2008-2009年经营状况

三、2008-2009年财务分析

四、2009-2012年发展前景

五、2009-2012年投资风险

第三节 北京双鹭药业股份有限公司

一、企业概况

二、2008-2009年经营状况

三、2008-2009年财务分析

四、2009-2012年发展前景

五、2009-2012年投资风险

第四节 海王集团

一、企业概况

二、2008-2009年经营状况

三、2008-2009年财务分析

四、2009-2012年发展前景

五、2009-2012年投资风险

第五节 山东东阿阿胶股份有限公司

一、企业概况

二、2008-2009年经营状况

三、2008-2009年财务分析

四、2009-2012年发展前景

五、2009-2012年投资风险

第六节 哈药集团有限公司

一、企业概况

二、2008-2009年经营状况

三、2008-2009年财务分析

四、2009-2012年发展前景

五、2009-2012年投资风险

第七节 上海交大昂立股份有限公司

一、企业概况

二、2008-2009年经营状况

三、2008-2009年财务分析

四、2009-2012年发展前景

五、2009-2012年投资风险

第八节 海南椰岛股份有限公司

一、企业概况

二、2008-2009年经营状况

三、2008-2009年财务分析

四、2009-2012年发展前景

五、2009-2012年投资风险

第九节 天狮集团有限公司

一、企业概况

二、2008-2009年经营状况

三、2008-2009年财务分析

四、2009-2012年发展前景

五、2009-2012年投资风险

第十节 中美天津史克制药有限公司

一、企业概况

二、2008-2009年经营状况

三、2008-2009年财务分析

四、2009-2012年发展前景

五、2009-2012年投资风险

第十一节 瑞年集团

一、企业概况

二、2008-2009年经营状况

三、2008-2009年财务分析

四、2009-2012年发展前景

五、2009-2012年投资风险

第十二节 中脉科技集团

一、企业概况

二、2008-2009年经营状况

三、2008-2009年财务分析

四、2009-2012年发展前景

五、2009-2012年投资风险

第四部分 投资策略与风险预警

第九章 保健品行业投资策略分析

第一节 对我国保健品品牌的战略思考

- 一、保健品实施品牌战略的意义
- 二、保健品企业品牌的现状分析
- 三、我国保健品企业的品牌战略
- 四、保健品品牌战略管理的策略

第二节 保健品行业投资效益分析

- 一、2009年保健品行业投资状况分析
- 二、2009年保健品行业投资效益分析
- 三、2009-2012年保健品行业投资方向
- 四、2009-2012年保健品行业投资建议

第三节 保健品行业投资策略研究

- 一、2008年保健品行业投资策略
- 二、2009年保健品行业投资策略
- 三、2009-2012年保健品行业投资策略
- 四、2009-2012年保健品细分行业投资策略

第十章 保健品行业投资风险预警

第一节 影响保健品行业发展的主要因素

- 一、2009年影响保健品行业运行的有利因素
- 二、2009年影响保健品行业运行的稳定因素
- 三、2009年影响保健品行业运行的不利因素
- 四、2009年我国保健品行业发展面临的挑战
- 五、2009年我国保健品行业发展面临的机遇

第二节 保健品行业投资风险预警

- 一、2009-2012年保健品行业市场风险预测
- 二、2009-2012年保健品行业政策风险预测
- 三、2009-2012年保健品行业经营风险预测
- 四、2009-2012年保健品行业技术风险预测
- 五、2009-2012年保健品行业竞争风险预测
- 六、2009-2012年保健品行业其他风险预测

第五部分 发展趋势与规划建议

第十一章 保健品行业发展趋势分析

第一节 2009-2012年中国保健品市场趋势分析

- 一、2008-2009年我国保健品市场趋势总结
- 二、2009-2012年我国保健品发展趋势分析
- 第二节 2009-2012年保健品产品发展趋势分析
 - 一、2009-2012年保健品产品技术趋势分析
 - 二、2009-2012年保健品产品价格趋势分析
- 第三节 2009-2012年保健品行业规划建议
 - 一、保健品行业“十一五”整体规划
 - 二、保健品行业“十一五”发展预测
 - 三、保健品行业规划建议
- 第十二章 保健品市场营销策略建议
 - 第一节 中国保健品终端营销分析
 - 一、保健品终端的含义与类型
 - 二、保健品终端营销的意义
 - 三、保健品终端形象营销浅析
 - 四、保健品营销面临的问题及策略
 - 第二节 中国保健品广告营销分析
 - 一、保健品广告的作用
 - 二、保健品广告成功的条件
 - 三、保健品广告媒体营销状况
 - 四、保健品广告营销建议
 - 第三节 保健品市场营销发展对策建议
 - 一、保健品市场营销战术及管理变化
 - 二、我国保健品营销的发展之道
 - 三、我国保健品市场营销策略分析
 - 四、保健品市场营销策略建议

图表目录

图表：保健品产业链分析

图表：保健品行业生命周期

图表：2008-2009年中国保健品行业市场规模

图表：2008-2009年全球保健品产业市场规模

图表：2008-2009年保健品重要数据指标比较

图表：2008-2009年中国保健品行业销售情况分析

图表：2008-2009年中国保健品行业利润情况分析

图表：2008-2009年中国保健品行业资产情况分析

图表：2008-2009年中国保健品竞争力分析

图表：2009-2012年中国保健品市场前景预测

图表：2009-2012年中国保健品市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国保健品发展前景预测

图表：2004-2008年国内生产总值及其增长速度

图表：2004-2008年居民消费价格涨跌幅度

图表：2008年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2004-2008年年末国家外汇储备

图表：2004-2008年税收收入及其增长速度

图表：2004-2008年粮食产量及其增长速度

图表：2004-2008年工业增加值及其增长速度

图表：2008年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2008年规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表：2004-2008年建筑业增加值及其增长速度

图表：2004-2008年固定资产投资及其增长速度

图表：2008年分行业城镇固定资产投资及其增长速度

图表：2008年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2008年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：2004-2008年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2008年货物进出口总额及其增长速度

图表：2008年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2008年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表：2008年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表：2004-2008年货物进出口总额及其增长速度

图表：2008年分行业外商直接投资及其增长速度

图表：2008年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表：2008年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表：2004-2008年年末电话用户数

图表：2008年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度

图表：2004-2008年城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度

图表：2004-2008年年末各类教育招生人数

图表：2008年人口数及其构成

图表：2004-2008年农村居民村收入及其增长速度

图表：2004-2008年城镇居民可支配收入及其增长速度

图表：2009年1-8月工业生产主要指标

图表：2008-2009年8月全国居民消费价格指数

图表：2008-2009年8月工业品出厂价格指数

图表：2009年1-8月保健品产量全国统计

图表：2009年1-8月保健品产量北京市统计

图表：2009年1-8月保健品产量天津市统计

图表：2009年1-8月保健品产量河北省统计

图表：2009年1-8月保健品产量内蒙古统计

图表：2009年1-8月保健品产量辽宁省统计

图表：2009年1-8月保健品产量吉林省统计

图表：2009年1-8月保健品产量黑龙江统计

图表：2009年1-8月保健品产量上海市统计

图表：2009年1-8月保健品产量江苏省统计

图表：2009年1-8月保健品产量浙江省统计

图表：2009年1-8月保健品产量安徽省统计

图表：2009年1-8月保健品产量福建省统计

图表：2009年1-8月保健品产量江西省统计

图表：2009年1-8月保健品产量山东省统计

图表：2009年1-8月保健品产量河南省统计

图表：2009年1-8月保健品产量湖北省统计

图表：2009年1-8月保健品产量湖南省统计

图表：2009年1-8月保健品产量广东省统计

图表：2009年1-8月保健品产量广西区统计

图表：2009年1-8月保健品产量海南省统计

图表：2009年1-8月保健品产量四川省统计

图表：2009年1-8月保健品产量云南省统计

图表：2009年1-8月保健品产量陕西省统计

图表：2009年1-8月保健品产量甘肃省统计

图表：2009年1-8月保健品产量青海省统计

图表：2009年1-8月保健品产量宁夏区统计

图表：2009年1-8月保健品产量新疆区统计

图表：2009年1-8月我国保健品产品进口数据

图表：2009年1-8月我国保健品产品出口数据

图表：2009年1月我国保健品产品进口数据

图表：2009年1月我国保健品产品出口数据

图表：2009年2月我国保健品产品进口数据

图表：2009年2月我国保健品产品出口数据

图表：2009年3月我国保健品产品进口数据

图表：2009年3月我国保健品产品出口数据

图表：2009年1季度我国保健品产品进口数据

图表：2009年1季度我国保健品产品出口数据

图表：2009年4月我国保健品产品进口数据

图表：2009年4月我国保健品产品出口数据

图表：2009年5月我国保健品产品进口数据

图表：2009年5月我国保健品产品出口数据

图表：2009年6月我国保健品产品进口数据

图表：2009年6月我国保健品产品出口数据

图表：2009年2季度我国保健品产品进口数据

图表：2009年2季度我国保健品产品出口数据

图表：2009年7月我国保健品产品进口数据

图表：2009年7月我国保健品产品出口数据

图表：2009年8月我国保健品产品进口数据

图表：2009年8月我国保健品产品出口数据

图表：各年龄段减肥人群分布情况

图表：减肥消费者减肥原因情况

图表：肥胖人群对各种减肥方式的提及率

图表：影响减肥消费者购买的因素

图表：减肥人群对各种减肥产品减肥效果的评价

图表：2006-2009年减肥药品及保健品广告投入走势

图表：2006-2009年减肥药品及保健品广告区域变化

图表：2008年减肥药品及减肥保健品报刊广告投入前十品牌

图表：消费者补钙来源分布

图表：城市居民家庭购买率列前十位的补钙类保健品

图表：2009年上半年健康元药业集团股份有限公司主营构成

图表：2008-2009年健康元药业集团股份有限公司投资收益分析

图表：2008-2009年健康元药业集团股份有限公司获利能力分析

图表：2008-2009年健康元药业集团股份有限公司经营能力分析

图表：2008-2009年健康元药业集团股份有限公司偿债能力分析

图表：2008-2009年健康元药业集团股份有限公司资本结构

图表：2008-2009年健康元药业集团股份有限公司发展能力分析

图表：2008-2009年健康元药业集团股份有限公司现金流量分析

图表：2008-2009年健康元药业集团股份有限公司主营业务收入

图表：2008-2009年健康元药业集团股份有限公司主营业务利润

图表：2008-2009年健康元药业集团股份有限公司营业利润

图表：2008-2009年健康元药业集团股份有限公司利润总额

图表：2008-2009年健康元药业集团股份有限公司净利润

图表：2009年上半年北京双鹭药业股份有限公司主营构成

图表：2008-2009年北京双鹭药业股份有限公司投资收益分析

图表：2008-2009年北京双鹭药业股份有限公司获利能力分析

图表：2008-2009年北京双鹭药业股份有限公司经营能力分析

图表：2008-2009年北京双鹭药业股份有限公司偿债能力分析

图表：2008-2009年北京双鹭药业股份有限公司资本结构

图表：2008-2009年北京双鹭药业股份有限公司发展能力分析

图表：2008-2009年北京双鹭药业股份有限公司现金流量分析

图表：2008-2009年北京双鹭药业股份有限公司主营业务收入

图表：2008-2009年北京双鹭药业股份有限公司主营业务利润

图表：2008-2009年北京双鹭药业股份有限公司营业利润

图表：2008-2009年北京双鹭药业股份有限公司利润总额

图表：2008-2009年北京双鹭药业股份有限公司净利润

图表：2009年上半年海王生物工程股份有限公司主营构成

图表：2008-2009年海王生物工程股份有限公司投资收益分析

图表：2008-2009年海王生物工程股份有限公司获利能力分析
图表：2008-2009年海王生物工程股份有限公司经营能力分析
图表：2008-2009年海王生物工程股份有限公司偿债能力分析
图表：2008-2009年海王生物工程股份有限公司资本结构
图表：2008-2009年海王生物工程股份有限公司发展能力分析
图表：2008-2009年海王生物工程股份有限公司现金流量分析
图表：2008-2009年海王生物工程股份有限公司主营业务收入
图表：2008-2009年海王生物工程股份有限公司主营业务利润
图表：2008-2009年海王生物工程股份有限公司营业利润
图表：2008-2009年海王生物工程股份有限公司利润总额
图表：2008-2009年海王生物工程股份有限公司净利润
图表：2009年上半年山东东阿阿胶股份有限公司主营构成
图表：2008-2009年山东东阿阿胶股份有限公司投资收益分析
图表：2008-2009年山东东阿阿胶股份有限公司获利能力分析
图表：2008-2009年山东东阿阿胶股份有限公司经营能力分析
图表：2008-2009年山东东阿阿胶股份有限公司偿债能力分析
图表：2008-2009年山东东阿阿胶股份有限公司资本结构
图表：2008-2009年山东东阿阿胶股份有限公司发展能力分析
图表：2008-2009年山东东阿阿胶股份有限公司现金流量分析
图表：2008-2009年山东东阿阿胶股份有限公司主营业务收入
图表：2008-2009年山东东阿阿胶股份有限公司主营业务利润
图表：2008-2009年山东东阿阿胶股份有限公司营业利润
图表：2008-2009年山东东阿阿胶股份有限公司利润总额
图表：2008-2009年山东东阿阿胶股份有限公司净利润
图表：2009年上半年哈药集团股份有限公司主营构成
图表：2008-2009年哈药集团股份有限公司投资收益分析
图表：2008-2009年哈药集团股份有限公司获利能力分析
图表：2008-2009年哈药集团股份有限公司经营能力分析
图表：2008-2009年哈药集团股份有限公司偿债能力分析
图表：2008-2009年哈药集团股份有限公司资本结构
图表：2008-2009年哈药集团股份有限公司发展能力分析
图表：2008-2009年哈药集团股份有限公司现金流量分析

图表：2008-2009年哈药集团股份有限公司主营业务收入

图表：2008-2009年哈药集团股份有限公司主营业务利润

图表：2008-2009年哈药集团股份有限公司营业利润

图表：2008-2009年哈药集团股份有限公司利润总额

图表：2008-2009年哈药集团股份有限公司净利润

图表：2009年上半年上海交大昂立股份有限公司主营构成

图表：2008-2009年上海交大昂立股份有限公司投资收益分析

图表：2008-2009年上海交大昂立股份有限公司获利能力分析

图表：2008-2009年上海交大昂立股份有限公司经营能力分析

图表：2008-2009年上海交大昂立股份有限公司偿债能力分析

图表：2008-2009年上海交大昂立股份有限公司资本结构

图表：2008-2009年上海交大昂立股份有限公司发展能力分析

图表：2008-2009年上海交大昂立股份有限公司现金流量分析

图表：2008-2009年上海交大昂立股份有限公司主营业务收入

图表：2008-2009年上海交大昂立股份有限公司主营业务利润

图表：2008-2009年上海交大昂立股份有限公司营业利润

图表：2008-2009年上海交大昂立股份有限公司利润总额

图表：2008-2009年上海交大昂立股份有限公司净利润

图表：2009年上半年海南椰岛股份有限公司主营构成

图表：2008-2009年海南椰岛股份有限公司投资收益分析

图表：2008-2009年海南椰岛股份有限公司获利能力分析

图表：2008-2009年海南椰岛股份有限公司经营能力分析

图表：2008-2009年海南椰岛股份有限公司偿债能力分析

图表：2008-2009年海南椰岛股份有限公司资本结构

图表：2008-2009年海南椰岛股份有限公司发展能力分析

图表：2008-2009年海南椰岛股份有限公司现金流量分析

图表：2008-2009年海南椰岛股份有限公司主营业务收入

图表：2008-2009年海南椰岛股份有限公司主营业务利润

图表：2008-2009年海南椰岛股份有限公司营业利润

图表：2008-2009年海南椰岛股份有限公司利润总额

图表：2008-2009年海南椰岛股份有限公司净利润

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200909/26584.html>