

2013-2018年中国减肥药市场分析与行业运营态势报告

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

《2013-2018年中国减肥药市场分析与行业运营态势报告》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/baojian1308/A25043KVCT.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2013-08-01

【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

报告说明: 博思数据发布的《2013-2018年中国减肥药市场分析与行业运营态势报告》共十五章。首先介绍了中国化肥行业的概念,接着分析了中国化肥产业发展环境,然后对中国化肥产业运行情况进行重点分析,最后分析了中国化肥产业面临的机遇及发展前景,提出了发展动化肥产业面临的风险及建议,内容翔实,数据准确,观点深刻。您若想对化肥产业有个系统的了解或者想投资该行业,本报告将是您不可或缺的重要工具。通过《2013-2018年中国减肥药市场分析与行业运营态势报告》,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了科学决策依据。

超重和肥胖是全球引起死亡的第五大风险。每年,至少有280万成人死于超重或肥胖。另外,44%的糖尿病负担、23%的缺血性心脏病负担以及7%至41%的某些癌症负担可归因于超重和肥胖。

根据世卫组织统计:20岁及以上的成年人中有超过14亿人超重;超重的成年人中,2亿多男性和近3亿女性为肥胖;总而言之,全球成人中10%以上为肥胖人口。

根据GlobalData发布的统计数据:2012年全球减肥药市场规模为15.6亿美元,较2011年增长11.4%。当中奥利司他及其OTC制剂在国际市场上总销售额合计在12.5亿美元左右,占减肥药市场总量的80%。

其他各种减肥药制剂销售合计只占剩余20%份额。由此可见,在过去几年里,奥利司他已完全取代西布曲明的地位成为国际减肥药市场上的垄断产品。

中国减肥类药物的快速发展是因为有庞大的消费人群存在,据统计数据,目前中国成人超重率为22.8%,肥胖率为7.1%,这意味着中国的肥胖人口高达9000万以上,且这一数据正在不断扩大。受到西布曲明退市,国内减肥药零售市场规模受到冲击,减肥药(处方药)市场规模影响不大。

我国减肥药包括减肥药物和减肥保健品,2012年我国减肥药零售市场规模30.5亿元,其中减肥药(处方药)市场规模为16.8亿元。近几年我国减肥药市场规模如下图所示:2008-2012年我国减肥药零售行业市场规模统计(见报告正文)

随着我国经济的向前发展和人民生活水平的不断提高,肥胖症患者也将继续增加,不同年龄、地区、职业等人群中肥胖患者的数量会增加。因此,从总量上看,减肥药消费量仍然会大幅度上升,但减肥药产品也将向多样化和多层次方向发展,品牌的价格差异增大。最后,中药类减肥药继续畅市。由于中国肥胖症患者的“中药情绪”的影响和中药类减肥药生产经营者的营销“炒作”,越来越多的消费者认为,中药类减肥药毒副作用

小，减肥效果好，价格适中，适合于中国人的消费心理，作用及疗效可靠，使中药类减肥药的消费人群及消费量还会持续上升，市场前景看好。

在新的市场条件下，减肥药市场总量将会增加，但价格将会回落，上市品牌会增多，市场开发难度会增加，减肥药市场这些新特点与以往相比发生了根本的变化。所以，减肥药生产经营者，应对当前的市场情况有充分的认识，制定新的市场开发及营销措施，拓展减肥药市场，有目的的推出适合目标市场的相关减肥产品，配合相应的促销手段，减少或避免营销及市场开发中的盲目性.逐步树立减肥药名优品牌，才能在市场竞争中立于不败之地。

目 录

第一章 减肥药行业相关概述 1

第一节 肥胖症的相关概述 1

一、肥胖度 1

二、肥胖的评定 1

三、肥胖的原因 2

四、与肥胖相关食物的能量含量 3

第二节 减肥药的定义 4

第三节 减肥药分类 5

一、按药物成分分类 5

二、按药理作用分类 5

第四节 治疗减肥的相关药物 6

一、食物抑制药 6

二、增加能量消耗的药物 7

三、抑制肠道消化吸收的药物 8

四、中草药及其复方制剂 8

五、其他治疗肥胖的药物 9

第五节 减肥药的产业链分析 9

一、减肥药产业链介绍 9

二、减肥药上游产业链 9

三、减肥药中下游产业链 10

第二章 中国减肥药行业运行环境分析 12

第一节 2012年中国经济环境分析 12

一、GDP历史变动轨迹分析 12

二、固定资产投资历史变动轨迹分析	19
三、2013年中国经济发展预测分析	22
第二节 2012年中国减肥药行业政策环境分析	23
一、减肥药行业标准	23
二、减肥药行业相关政策	32
第三节 2012年中国减肥药市场社会环境分析	34
一、人口环境分析	34
二、教育环境分析	35
三、文化环境分析	39
四、生态环境分析	41
五、中国城镇化率	42
六、居民的各种消费观念和习惯	43
第三章 减肥药消费市场分析	48
第一节 减肥药市场特征分析	48
一、减肥药市场消费特征	48
二、减肥药消费者行为分析	48
三、减肥药市场特征分析	50
第二节 消费行为及心理分析	51
一、主要城市减肥药市场调查	51
二、肥胖者使用减肥药的习惯分析	52
三、消费者青睐主流减肥药品牌	52
第三节 主要连锁药店介绍	53
一、重庆和平药房连锁有限公司	53
二、湖南老百姓大药房	54
三、重庆桐君阁大药房连锁	55
四、深圳一致	56
五、青岛国风大药房连锁	57
六、四川天诚大药房	58
七、中联大药房	59
八、辽宁成大方圆	59
九、江西黄庆仁栈华氏大药房连锁有限公司	60
十、海王星辰	61

第四章 中国减肥药消费市场分析 63

第一节 2011-2012年减肥药消费者对减肥药选择的调查 63

一、消费者对减肥药种类的选择率调查 63

二、消费者对减肥药品牌选择的调查 63

三、消费者对减肥药消费满意度调查 64

第二节 2011-2012年减肥药行业影响消费者选购因素分析 64

一、价格因素 64

二、质量因素 65

三、品牌的影响 65

四、广告的影响程度 66

第三节 2011-2012年减肥药市场消费者费渠道分析 66

一、连锁药店、社区药店 66

二、普通商场、超市 66

三、医院 66

四、批发市场 67

五、其他渠道 67

第四节 2011年中国专业减肥中心发展的现状分析 67

一、减肥行业步入专业减肥纤体新阶段 67

二、专业美体瘦身行业的发展现状 68

三、中国美体减肥店的主要类型 68

四、广州四种类型纤体中心特征分析 69

第五章 中国减肥药行业区域市场分析 70

第一节 2011年华北地区减肥药行业分析 70

一、2010-2012年行业发展现状分析 70

二、2010-2012年市场规模情况分析 70

三、2013-2017年市场需求情况分析 70

四、2013-2017年行业发展前景预测 71

五、2013-2017年行业投资风险预测 71

第二节 2011年东北地区减肥药行业分析 72

一、2010-2012年行业发展现状分析 72

二、2010-2012年市场规模情况分析 72

三、2013-2017年市场需求情况分析 72

四、2013-2017年行业发展前景预测	73
五、2013-2017年行业投资风险预测	73
第三节 2011年华东地区减肥药行业分析	73
一、2010-2012年行业发展现状分析	73
二、2010-2012年市场规模情况分析	74
三、2013-2017年市场需求情况分析	74
四、2013-2017年行业发展前景预测	75
五、2013-2017年行业投资风险预测	75
第四节 2011年华南地区减肥药行业分析	75
一、2010-2012年行业发展现状分析	75
一、2010-2012年行业发展现状分析	75
二、2010-2012年市场规模情况分析	76
三、2013-2017年市场需求情况分析	76
四、2013-2017年行业发展前景预测	76
五、2013-2017年行业投资风险预测	77
第五节 2011年华中地区减肥药行业分析	77
一、2010-2012年行业发展现状分析	77
二、2010-2012年市场规模情况分析	77
三、2013-2017年市场需求情况分析	78
四、2013-2017年行业发展前景预测	78
五、2013-2017年行业投资风险预测	79
第六节 2011年西南地区减肥药行业分析	79
一、2010-2012年行业发展现状分析	79
二、2010-2012年市场规模情况分析	79
三、2013-2017年市场需求情况分析	80
四、2013-2017年行业发展前景预测	80
五、2013-2017年行业投资风险预测	81
第七节 2011年西北地区减肥药行业分析	81
一、2010-2012年行业发展现状分析	81
二、2010-2012年市场规模情况分析	81
三、2013-2017年市场需求情况分析	82
四、2013-2017年行业发展前景预测	82

五、2013-2017年行业投资风险预测	83
第六章 全球减肥药市场发展分析	84
第一节 全球减肥药产业特点分析	84
一、全球减肥药发展现状分析	84
二、全球减肥药市场竞争分析	86
第二节 全球减肥药市场发展分析	87
一、2011年全球减肥药市场发展分析	87
二、2012年全球减肥药市场发展分析	91
三、2013-2017年全球减肥药市场发展分析预测	93
第三节 世界部分地区和国家减肥药发展分析	94
一、2011-2012年美国减肥药发展分析	94
二、2011-2012年欧洲减肥药发展分析	95
三、2011-2012年韩国减肥药发展分析	95
四、2011-2012年日本减肥药发展分析	96
五、2011-2012年新加坡减肥药发展分析	96
第七章 我国减肥药行业发展现状	98
第一节 全国减肥药市场分析	98
一、2012年全国减肥药市场规模分析	98
二、2012年全国减肥药市场变化趋势	98
第二节 减肥药市场需求分析	99
一、2012年减肥药市场销量分析	99
二、2013减肥药市场用量预测	99
第三节 减肥药市场价格分析	99
一、减肥药市场价格影响因素	99
二、2012年减肥药市场价格走势	100
三、2013年减肥药市场价格走势	101
第四节 对中国减肥药市场的分析及思考	101
一、减肥药市场特点	101
二、减肥药市场分析	103
三、减肥药市场变化的方向	105
四、中国减肥药产业发展的新思路	106
五、对中国减肥药产业发展的思考	107

第五节 2012年中国减肥药市场发展状况 110

- 一、中国减肥药市场亮点聚焦 110
- 二、国内减肥药市场调整步伐加快 113
- 三、我国开展儿童专用减肥药研发 114

第六节 2012年中国减肥药市场运行浅析 115

- 一、肥胖人群消费者的心理购买行为已经形成 115
- 二、减肥药产品及经营已进入低利润及低价格时代 115
- 三、肥胖患者也将继续增加 115
- 四、中药类减肥药继续畅市旺销 116
- 五、国内高端减肥药市场面临冲击 116

第七节 2012年中国制药巨头不弃多效减肥药 116

- 一、推减肥药前赴后继 116
- 二、利润诱人不离不弃 117
- 三、仍在寄望“重磅炸弹” 118

第八节 2012年中国减肥药市场存在的问题及开发策略分析 119

- 一、减肥药消费的六大错误观念 119
- 二、减肥产品中添加禁用药物情况严重 120
- 三、减肥药品及保健品市场监管不力 120
- 四、减肥药品开发策略 121

第九节 其他细分市场分析 123

- 一、2010-2017年消化性溃疡药物市场规模与增长趋势 123
- 二、2010-2017年止吐药市场规模与增长趋势 123
- 三、2010-2017年促动力药市场规模与增长趋势 124
- 四、2010-2017年助消化药市场规模与增长趋势 124

第八章 中国减肥药行业数据监测 125

第一节 2010-2012年中国减肥药行业总体数据分析 125

- 一、2010年中国减肥药行业全部企业数据分析 125
- 二、2011年中国减肥药行业全部企业数据分析 126
- 三、2012年中国减肥药行业全部企业数据分析 128

第二节 2010-2012年中国减肥药行业不同规模企业数据分析 130

- 一、2010年中国减肥药行业不同规模企业数据分析 130
- 二、2011年中国减肥药行业不同规模企业数据分析 130

三、2012年中国减肥药行业不同规模企业数据分析	131
第三节 2010-2012年中国减肥药行业不同所有制企业数据分析	131
一、2010年中国减肥药行业不同所有制企业数据分析	131
二、2011年中国减肥药行业不同所有制企业数据分析	132
三、2012年中国减肥药行业不同所有制企业数据分析	132
第九章 中国减肥药行业竞争格局分析	134
第一节 2011-2012年减肥药行业竞争结构分析	134
一、减肥药种类品牌竞争	134
二、减肥药技术创新竞争	135
三、减肥药销售渠道竞争	138
第二节 2011-2012年减肥药区域市场格局分析	139
第十章 中国减肥药市场竞争分析	140
第一节 2011-2012年减肥药行业集中度分析	140
一、减肥药市场集中度分析	140
二、减肥药区域集中度分析	140
三、减肥药企业集中度分析	140
第二节 2011-2012年减肥药市场竞争分析	141
一、减肥药市场竞争现状分析	141
二、减肥药企业竞争动态分析	142
三、减肥药行业竞争策略研究	143
第十一章 我国主要减肥药行业重点企业分析	145
第一节 大印象集团	145
一、企业基本情况	145
二、2010-2012年企业发展状况分析	146
三、2011-2012年企业财务分析	146
四、2011-2012年经营情况分析	147
五、2013-2017年企业战略及发展趋势分析	148
第二节 姗拉娜化妆品有限公司	148
一、企业基本情况	148
二、2010-2012年企业发展状况分析	149
三、2011-2012年企业财务分析	149
四、2011-2012年经营情况分析	149

五、2013-2017年企业战略及发展趋势分析 150

第三节 索芙特股份有限公司 150

一、企业基本情况 150

二、2010-2012年企业发展状况分析 151

三、2011-2012年企业财务分析 151

四、2011-2012年经营情况分析 153

五、2013-2017年企业战略及发展趋势分析 155

第四节 婷美集团 156

一、企业基本情况 156

二、2010-2012年企业发展状况分析 156

三、2011-2012年企业财务分析 156

四、2011-2012年经营情况分析 157

五、2013-2017年企业战略及发展趋势分析 157

第五节 北京奥特舒尔保健品开发有限公司 157

一、企业基本情况 157

二、2010-2012年企业发展状况分析 158

三、2011-2012年企业财务分析 158

四、2011-2012年经营情况分析 158

五、2013-2017年企业战略及发展趋势分析 158

第六节 太极集团 159

一、企业基本情况 159

二、2010-2012年企业发展状况分析 159

三、2011-2013年企业财务分析 161

四、2011-2012年经营情况分析 163

五、2013-2017年企业战略及发展趋势分析 165

第十二章 中国减肥药行业发展前景分析 167

第一节 2013-2017年减肥药市场发展前景分析 167

一、2013-2017年减肥药市场发展潜力分析 167

二、2013-2017年减肥药市场发展前景分析 169

第二节 2013-2017年减肥药产品市场发展前景分析 169

一、2012年减肥药市场走势分析 169

二、2013-2017年减肥药市场发展趋势分析 171

第十三章 中国减肥药行业发展趋势分析	172
第一节 对减肥药市场发展预测	172
一、2013-2017年减肥药市场供给预测	172
二、2013-2017年减肥药市场销量预测	172
三、2013-2017年减肥药市场规模预测	173
第二节 2013-2017年减肥药市场发展趋势	173
一、2013-2017年减肥药行业发展趋势	173
二、2013-2017年减肥药市场发展趋势	174
第十四章 减肥药整体行业发展规划分析	175
第一节 2013-2017年减肥药行业发展规划分析	175
一、减肥药行业发展机会分析	175
二、减肥药行业发展机遇分析	175
三、减肥药行业发展规划分析	176
第二节 2013-2017年减肥药行业投资分析	177
一、减肥药市场投资现状	177
二、减肥药市场投资机会分析	178
三、对减肥药市场投资分析	178
第三节 2013-2017年减肥药行业投资风险分析	178
一、2013-2017年减肥药行业市场风险预测	178
二、2013-2017年减肥药行业政策风险预测	179
三、2013-2017年减肥药行业经营风险预测	179
四、2013-2017年减肥药行业竞争风险预测	179
五、2013-2017年减肥药行业其他风险预测	180
第四节 2013-2017年减肥药行业投资战略分析	180
一、减肥药市场投资策略分析	180
二、减肥药细分市场投资策略分析	181
三、对减肥药行业的投资建议	182
第十五章 中国减肥药行业发展战略研究	183
第一节 市场策略分析	183
一、减肥药价格策略分析	183
二、减肥药渠道策略分析	183
第二节 销售策略分析	184

一、媒介选择策略分析	184
二、产品定位策略分析	185
三、企业宣传策略分析	186
第三节 对我国减肥药品牌的战略思考	186
一、企业品牌的重要性分析	186
二、减肥药实施品牌战略的意义	189
三、减肥药企业品牌的现状分析	190
四、我国减肥药企业的品牌战略	190
五、减肥药品牌战略管理的策略	190
第四节 减肥药企业经营管理策略	192
一、成本控制策略	192
二、定价策略	193
三、竞争策略	195
四、并购重组策略	196
五、营销策略	196

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/baojian1308/A25043KVCT.html>