

# 2012-2016年中国减肥药市 场深度调研与投资前景预测研究报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2012-2016年中国减肥药市场深度调研与投资前景预测报告》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.chinairr.org/report/R10/R1002/201208/16-105570.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

我国减肥产品主要由保健食品、药品、茶、外用、仪器五大类构成，中国减肥产品市场的年产值近100亿元，是继补益类保健食品之后第二大类别的医药保健产品。中国市场上的各种减肥产品多达915种，经过数年的争斗已形成“三雄”纷争的格局：第一是减肥保健品、药品，其市场份额约占79%；第二是特妆字号外用减肥品，其市场份额约占9%；第三类是减肥、美体医疗器械，其市场份额约为12%。在众多的减肥产品中，以减肥保健品最多，大有“雀占鸠巢”之势。由于减肥保健品及食品如雨后春笋般不断涌现，挤占了减肥药品的市场，而且减肥产品的销售渠道多走OTC路线，客观上导致了减肥药品在医院市场的份额逐年走低。但随着广告宣传炒作减缓和副作用逐渐浮出水面，目前零售市场已渐渐进入低潮。同时，样本医院市场的销售也不尽人意。随着国内经济的向前发展和人民生活水平的不断提高，肥胖患者也将继续增加，不同年龄、地区、职业等人群中肥胖患者的数量会增加。因而从总量上看，减肥药需求仍会大幅上升，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。总的来说，目前减肥药、减肥保健品的主力消费者90%是年轻爱美的女性，而真正需要减肥的肥胖患者却很少使用。今后的减肥市场格局会发生一定变化：为美而减肥的分额和为健康而减肥的分额各占50%，男女比例也将会是各占一半。在新的市场条件下，减肥药市场总量将会增加，但价格会回落，品牌会增多，市场开发难度会增加，这些新特点与过去发生了根本变化。所以减肥药生产商应对当前市场情况有充分认识，制定新的市场开发及营销措施，开拓市场，有目的地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，才能在竞争中站稳阵脚。

肥胖已成为一种全球性慢性病。目前美国有近9000万肥胖者。欧洲各国近几年来肥胖率也在快速上升。国外最新数据显示，欧洲人口中超重/肥胖人士的比例高达38-50%，而且欧洲妇女肥胖者比例更超过男子。事实上，不仅欧美国家，包括中国、印度、日本、巴西、俄罗斯以及东南亚国家在内的很多国家的国民肥胖率也在急剧上升。据我国有关部门公布的统计资料显示：我国成年人的超重比例已达20-30%，而大城市成年人的超重比例更高达40%。医学专家认为，肥胖是一种慢性病，它能诱发诸如2型糖尿病、胆囊炎、冠心病、高血压、骨关节炎和乳腺癌、结肠癌等疾病。总而言之，肥胖将成为21世纪世界各国面临的主要“社会医学”问题。标准-普尔评级服务公司估计，目前用来治疗肥胖症以及相关代谢综合征(如糖尿病、心血管疾病、高血压和高胆固醇)的处方药的全球市场规模大约在700亿美元左右。假如这一市场仅以平均每年5%的复合增长率增长，那么到2020年规模将翻一番。因为WHO预测，全球超重者将从目前的16亿增加到2015年的23亿，肥胖人数将从目前的4亿增加到7亿。

虽然近年来一些新药遭遇到了监管挫折，但肥胖症及其引发的健康问题的发展趋势会给全球制药行业的销售提供强大的动力。那些在糖尿病、降胆固醇以及减肥领域里已经具有一定规模优势或者正在开发前景不错的产品的制药公司可能会在今后获得巨大的发展机会，并避开制药行业未来可能会遇到的许多不利因素。上市销售的减肥产品要想迅速得到医疗界的认可，并取得商业化成功，医疗保险公司是否提供医疗补偿将起到决定性的作用。制药公司想要在这个市场上获得成功，必须开发出既具有减肥效果，又具有其他安全疗效的药物。如果健康教育并不足以减缓肥胖症和糖尿病发病率的直线上升，那么使用药物治疗有望降低医疗保健预算所面临的巨大压力。

中国产业研究报告网发布的《2012-2016年中国减肥药市场深度调研与投资前景预测研究报告》共十五章。在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家食品药品监督管理局、国家海关总署、质检总局、工商总局、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、中国医药商业协会、中国保健品协会、中国产业研究报告网、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。本减肥药行业报告，首先介绍减肥药的定义、分类等，然后分析减肥药行业的发展现状，接着分析减肥药的发展情况。随后阐述减肥药行业的竞争格局和分析重点企业经营状况，最后分析减肥药行业的发展前景与趋势，同时研究部对减肥药行业进行全面的投资分析。本报告是减肥药行业生产、经营、科研企业及相关研究单位极具参考价值的专业报告。

## 第一章 减肥药行业相关概述

### 第一节 肥胖症的相关概述

#### 一、肥胖度

#### 二、肥胖的评定

#### 三、肥胖的原因

#### 四、与肥胖相关食物的能量含量

### 第二节 减肥药的定义

### 第三节 减肥药分类

#### 一、按药物成分分类

#### 二、按药理作用分类

### 第四节 治疗减肥的相关药物

#### 一、食物抑制药

#### 二、增加能量消耗的药物

#### 三、抑制肠道消化吸收的药物

四、中草药及其复方制剂

五、其他治疗肥胖的药物

第五节 减肥药的产业链分析

一、减肥药产业链介绍

二、减肥药上游产业链

三、减肥药中下游产业链

第二章 中国减肥药行业运行环境分析

第一节 2011-2012年中国经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2012年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2011-2012年中国减肥药行业政策环境分析

一、减肥药行业标准

二、减肥药行业相关政策

第三节 2011-2012年中国减肥药行业社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

第三章 减肥药消费市场分析

第一节 减肥药市场特征分析

一、减肥药市场消费特征

二、减肥药消费者行为分析

三、减肥药市场特征分析

第二节 消费行为及心理分析

一、主要城市减肥药市场调查

二、肥胖者使用减肥药的习惯分析

三、消费者青睐主流减肥药品牌

### 第三节 主要连锁药店介绍

- 一、重庆和平药房连锁有限公司
- 二、天津中新药业连锁药店
- 三、重庆桐君阁大药房连锁
- 四、深圳一致
- 五、青岛国风大药房连锁
- 六、四川天诚大药房
- 七、中联大药房
- 八、辽宁成大方圆
- 九、黄庆仁栈药店
- 十、海王星辰

## 第四章 中国减肥药消费市场分析

### 第一节 2011-2012年减肥药消费者对减肥药选择的调查

- 一、消费者对减肥药种类的选择率调查
- 二、消费者对减肥药品牌选择的调查
- 三、消费者对减肥药消费满意度调查

### 第二节 2011-2012年减肥药行业影响消费者选购因素分析

- 一、价格因素
- 二、质量因素
- 三、品牌的影响
- 四、广告的影响程度

### 第三节 2011-2012年减肥药市场消费者费渠道分析

- 一、连锁药店、社区药店
- 二、普通商场、超市
- 三、批发市场
- 四、医院
- 五、其他渠道

### 第四节 2011年中国专业减肥中心发展的现状分析

- 一、减肥行业步入专业减肥纤体新阶段
- 二、专业美体瘦身行业的发展现状
- 三、中国美体减肥店的主要类型

#### 四、广州四种类型纤体中心特征分析

### 第五章 中国减肥药行业区域市场分析

#### 第一节 2011年华北地区减肥药行业分析

一、2010-2012年行业发展现状分析

二、2010-2012年市场规模情况分析

三、2012-2016年市场需求情况分析

四、2012-2016年行业发展前景预测

五、2012-2016年行业投资风险预测

#### 第二节 2011年东北地区减肥药行业分析

一、2010-2012年行业发展现状分析

二、2010-2012年市场规模情况分析

三、2012-2016年市场需求情况分析

四、2012-2016年行业发展前景预测

五、2012-2016年行业投资风险预测

#### 第三节 2011年华东地区减肥药行业分析

一、2010-2012年行业发展现状分析

二、2010-2012年市场规模情况分析

三、2012-2016年市场需求情况分析

四、2012-2016年行业发展前景预测

五、2012-2016年行业投资风险预测

#### 第四节 2011年华南地区减肥药行业分析

一、2010-2012年行业发展现状分析

二、2010-2012年市场规模情况分析

三、2012-2016年市场需求情况分析

四、2012-2016年行业发展前景预测

五、2012-2016年行业投资风险预测

#### 第五节 2011年华中地区减肥药行业分析

一、2010-2012年行业发展现状分析

二、2010-2012年市场规模情况分析

三、2012-2016年市场需求情况分析

四、2012-2016年行业发展前景预测

## 五、2012-2016年行业投资风险预测

### 第六节 2011年西南地区减肥药行业分析

#### 一、2010-2012年行业发展现状分析

#### 二、2010-2012年市场规模情况分析

#### 三、2012-2016年市场需求情况分析

#### 四、2012-2016年行业发展前景预测

#### 五、2012-2016年行业投资风险预测

### 第七节 2011年西北地区减肥药行业分析

#### 一、2010-2012年行业发展现状分析

#### 二、2010-2012年市场规模情况分析

#### 三、2012-2016年市场需求情况分析

#### 四、2012-2016年行业发展前景预测

#### 五、2012-2016年行业投资风险预测

## 第六章 全球减肥药市场发展分析

### 第一节 全球减肥药产业特点分析

#### 一、全球减肥药发展现状分析

#### 二、全球减肥药市场竞争分析

### 第二节 全球减肥药市场发展分析

#### 一、2011年全球减肥药市场发展分析

#### 二、2011年1季度全球减肥药市场发展分析

#### 三、2011年全球减肥药市场发展分析预测

### 第三节 世界部分地区和国家减肥药发展分析

#### 一、2010-2011年美国减肥药发展分析

#### 二、2010-2011年欧洲减肥药发展分析

#### 三、2010-2011年韩国减肥药发展分析

#### 四、2010-2011年日本减肥药发展分析

#### 五、2010-2011年新加坡减肥药发展分析

## 第七章 我国减肥药行业发展现状

### 第一节 全国减肥药市场分析

#### 一、2011年全国减肥药市场规模分析



## 二、2011年全国减肥药市场变化趋势

### 第二节 减肥药市场需求分析

#### 一、2011年减肥药市场销量分析

#### 二、2011年减肥药市场用量预测

### 第三节 减肥药市场价格分析

#### 一、减肥药市场价格影响因素

#### 二、2011年减肥药市场价格走势

#### 三、2011年减肥药市场价格走势

### 第四节 对中国减肥药市场的分析及思考

#### 一、减肥药市场特点

#### 二、减肥药市场分析

#### 三、减肥药市场变化的方向

#### 四、中国减肥药产业发展的新思路

#### 五、对中国减肥药产业发展的思考

### 第五节 2011年中国减肥药市场发展状况

#### 一、中国减肥药市场亮点聚焦

#### 二、国内减肥药市场调整步伐加快

#### 三、我国开展儿童专用减肥药研发

### 第六节 2011年中国减肥药市场运行浅析

#### 一、肥胖人群消费者的心理购买行为已经形成

#### 二、减肥药产品及经营已进入低利润及低价格时代

#### 三、肥胖患者也将继续增加

#### 四、中药类减肥药继续畅市旺销

#### 五、国内高端减肥药市场面临冲击

### 第七节 2011年中国制药巨头不弃多效减肥药

#### 一、推减肥药前赴后继

#### 二、利润诱人不离不弃

#### 三、仍在寄望“重磅炸弹”

### 第八节 2011年中国减肥药市场存在的问题及开发策略分析

#### 一、减肥药消费的六大错误观念

#### 二、减肥产品中添加禁用药物情况严重

#### 三、减肥药品及保健品市场监管不力

## 四、减肥药品开发策略

### 第九节 其他细分市场分析

- 一、2010-2012年消化性溃疡药物市场规模与增长趋势
- 二、2010-2012年止吐药市场规模与增长趋势
- 三、2010-2012年促动力药市场规模与增长趋势
- 四、2010-2012年助消化药市场规模与增长趋势

## 第八章 中国减肥药行业数据监测

### 第一节 2010-2012年中国减肥药行业总体数据分析

- 一、2010年中国减肥药行业全部企业数据分析
- 二、2011年中国减肥药行业全部企业数据分析
- 三、2012年1-6月中国减肥药行业全部企业数据分析

### 第二节 2010-2012年中国减肥药行业不同规模企业数据分析

- 一、2010年中国减肥药行业不同规模企业数据分析
- 二、2011年中国减肥药行业不同规模企业数据分析
- 三、2012年1-6月中国减肥药行业不同规模企业数据分析

### 第三节 2010-2012年中国减肥药行业不同所有制企业数据分析

- 一、2010年中国减肥药行业不同所有制企业数据分析
- 二、2011年中国减肥药行业不同所有制企业数据分析
- 三、2012年1-6月中国减肥药行业不同所有制企业数据分析

## 第九章 中国减肥药行业竞争格局分析

### 第一节 2011-2012年减肥药行业竞争结构分析

- 一、减肥药种类品牌竞争
- 二、减肥药技术创新竞争
- 三、减肥药销售渠道竞争

### 第二节 2011-2012年减肥药区域市场格局分析

## 第十章 中国减肥药市场竞争分析

### 第一节 2011-2012年减肥药行业集中度分析

- 一、减肥药市场集中度分析
- 二、减肥药区域集中度分析

### 三、减肥药企业集中度分析

#### 第二节 2011-2012年减肥药市场竞争分析

##### 一、减肥药市场竞争现状分析

##### 二、减肥药企业竞争动态分析

##### 三、减肥药行业竞争策略研究

### 第十一章 我国主要减肥药行业重点企业分析

#### 第一节 大印象集团

##### 一、企业基本情况

##### 二、2010-2012年企业发展状况分析

##### 三、2011-2012年企业财务分析

##### 四、2011-2012年经营情况分析

##### 五、2012-2016年企业战略及发展趋势分析

#### 第二节 姗拉娜化妆品有限公司

##### 一、企业基本情况

##### 二、2010-2012年企业发展状况分析

##### 三、2011-2012年企业财务分析

##### 四、2011-2012年经营情况分析

##### 五、2012-2016年企业战略及发展趋势分析

#### 第三节 索芙特股份有限公司

##### 一、企业基本情况

##### 二、2010-2012年企业发展状况分析

##### 三、2011-2012年企业财务分析

##### 四、2011-2012年经营情况分析

##### 五、2012-2016年企业战略及发展趋势分析

#### 第四节 婷美集团

##### 一、企业基本情况

##### 二、2010-2012年企业发展状况分析

##### 三、2011-2012年企业财务分析

##### 四、2011-2012年经营情况分析

##### 五、2012-2016年企业战略及发展趋势分析

#### 第五节 北京奥特舒尔保健品开发有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、2010-2012年企业发展状况分析
- 三、2011-2012年企业财务分析
- 四、2011-2012年经营情况分析
- 五、2012-2016年企业战略及发展趋势分析

#### 第六节 太极集团

- 一、企业基本情况
- 二、2010-2012年企业发展状况分析
- 三、2011-2012年企业财务分析
- 四、2011-2012年经营情况分析
- 五、2012-2016年企业战略及发展趋势分析

### 第十二章 中国减肥药行业发展前景分析

#### 第一节 2012-2016年减肥药市场发展前景分析

- 一、2012-2016年减肥药市场发展潜力分析
- 二、2012-2016年减肥药市场发展前景分析

#### 第二节 2012-2016年减肥药产品市场发展前景分析

- 一、2012年减肥药市场走势分析
- 二、2012-2016年减肥药市场发展趋势分析

### 第十三章 中国减肥药行业发展趋势分析

#### 第一节 对减肥药市场发展预测

- 一、2012-2016年减肥药市场供给预测
- 二、2012-2016年减肥药市场销量预测
- 三、2012-2016年减肥药市场规模预测

#### 第二节 2012-2016年减肥药市场发展趋势

- 一、2012-2016年减肥药行业发展趋势
- 二、2012-2016年减肥药市场发展趋势

### 第十四章 减肥药整体行业发展规划分析

#### 第一节 2012-2016年减肥药行业发展规划分析

- 一、减肥药行业发展机会分析

## 二、减肥药行业发展机遇分析

## 三、减肥药行业发展规划分析

### 第二节 2012-2016年减肥药行业投资分析

#### 一、减肥药市场投资现状

#### 二、减肥药市场投资机会分析

#### 三、对减肥药市场投资分析

### 第三节 2012-2016年减肥药行业投资风险分析

#### 一、2012-2016年减肥药行业市场风险预测

#### 二、2012-2016年减肥药行业政策风险预测

#### 三、2012-2016年减肥药行业经营风险预测

#### 四、2012-2016年减肥药行业竞争风险预测

#### 五、2012-2016年减肥药行业其他风险预测

### 第四节 2012-2016年减肥药行业投资战略分析

#### 一、减肥药市场投资策略分析

#### 二、减肥药细分市场投资策略分析

#### 三、对减肥药行业的投资建议

## 第十五章 中国减肥药行业发展战略研究

### 第一节 市场策略分析

#### 一、减肥药价格策略分析

#### 二、减肥药渠道策略分析

### 第二节 销售策略分析

#### 一、媒介选择策略分析

#### 二、产品定位策略分析

#### 三、企业宣传策略分析

### 第三节 对我国减肥药品牌的战略思考

#### 一、企业品牌的重要性分析

#### 二、减肥药实施品牌战略的意义

#### 三、减肥药企业品牌的现状分析

#### 四、我国减肥药企业的品牌战略

#### 五、减肥药品牌战略管理的策略

### 第四节 减肥药企业经营管理策略

- 一、成本控制策略
- 二、定价策略
- 三、竞争策略
- 四、并购重组策略
- 五、营销策略

## 图表目录

- 图表：2010-2011年减肥药市场规模
- 图表：减肥药生命周期
- 图表：国内生产总值同比增长速度
- 图表：全国粮食产量及其增速
- 图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）
- 图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）
- 图表：进出口总额（亿美元）
- 图表：广义货币（M2）增长速度（%）
- 图表：居民消费价格同比上涨情况
- 图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）
- 图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）
- 图表：农村居民人均收入实际增长速度
- 图表：人口及其自然增长率变化情况
- 图表：2011年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）
- 图表：2011年房地产开发投资同比增速（%）
- 图表：2012年中国GDP增长预测
- 图表：国内外知名机构对2012年中国GDP增速预测
- 图表：2011年江苏省减肥药年产量
- 图表：2011年浙江省减肥药年产量
- 图表：2011年重庆市减肥药年产量
- 图表：2011年黑龙江省减肥药年产量
- 图表：2011年安徽省减肥药年产量
- 图表：2011年四川省减肥药年产量
- 图表：2011年吉林省减肥药年产量
- 图表：2011年辽宁省减肥药年产量

图表：2011年甘肃省减肥药年产量  
图表：2011年新疆省减肥药年产量  
图表：2011年天津市减肥药年产量  
图表：2011年福建省减肥药年产量  
图表：2011年江西省减肥药年产量  
图表：2011年山东省减肥药年产量  
图表：2011年陕西省减肥药年产量  
图表：2011年山西省减肥药年产量  
图表：2011年河北省减肥药年产量  
图表：2011年河南省减肥药年产量  
图表：2011年湖南省减肥药年产量  
图表：2011年湖北省减肥药年产量  
图表：2011年海南省减肥药年产量  
图表：2011年广西省减肥药年产量  
图表：2011年广东省减肥药年产量  
略&hellip;&hellip;

通过《2012-2016年中国减肥药市场深度调研与投资前景预测研究报告》，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、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R10/R1002/201208/16-105570.html>