

2010-2013年中国减肥药品 行业市场研究及投资发展预测报告

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

《2010-2013年中国减肥药品行业市场研究及投资发展预测报告》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/200912/33381.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

第一章 2008-2009年中国减肥药品行业发展环境分析

一、2009年中国经济发展环境分析

- (一) 2009年上半年中国宏观经济运行情况
- (二) 中国经济复苏路径
- (三) 2009年下半年宏观经济走势分析与预测
- (四) 2009年下半年中央宏观经济政策预测-将维持扩张

二、2008-2009年中国减肥药品政策环境分析

- (一) 《药品注册管理办法》
- (二) 我国将修订药品GMP认证标准
- (三) 《保健食品广告审查暂行规定》
- (四) 减肥药品标准

三、2008-2009年中国减肥药品社会环境分析

第二章 2008-2009年全球减肥药品行业整体运营状况分析

一、2008-2009年全球减肥药品行业发展环境分析

- (一) 全球肥胖问题的发展趋势
- (二) 全球减肥药品市场现状
- (三) 全球减肥药排行榜

二、2008-2009年全球主要国家减肥药品行业发展现状分析

- (一) 美国
- (二) 法国
- (三) 日本
- (四) 意大利

三、2010-2013年全球减肥药品行业发展趋势分析

第三章 2008-2009年中国减肥药品行业运行情况分析

一、2008-2009年中国减肥药品产业发展现状分析

- (一) 2009年专业减肥技术产品发展趋势展望
- (二) 减肥产品广告市场发展现状
- (三) 减肥产品市场亟待规范发展
- (四) 中国儿童专用减肥药研发状况

二、2008-2009年中国减肥药市场运行分析

- (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

三、2008-2009年中国减肥药品发展问题及应对策略分析

第四章 2008-2009年中国知名减肥药品市场运营概况分析

一、大印象减肥茶

- (一) 药品介绍
- (二) 适用人群
- (三) 减肥效果分析

二、碧生源减肥茶

- (一) 药品介绍
- (二) 适用人群
- (三) 减肥效果分析

三、曲美减肥药

- (一) 药品介绍
- (二) 适用人群
- (三) 减肥效果分析

四、999减肥胶囊

- (一) 药品介绍
- (二) 适用人群
- (三) 减肥效果分析

第五章 2007-2009年中国医药制造业行业主要指标分析

一、2007-2009年中国医药制造行业总体数据分析

- (一) 2007年中国医药制造行业全部企业数据分析
- (二) 2008年中国医药制造行业全部企业数据分析
- (三) 2009年中国医药制造行业全部企业数据分析

二、2007-2009年中国医药制造行业不同规模企业数据分析

- (一) 2007年中国医药制造行业不同规模企业数据分析
- (二) 2008年中国医药制造行业不同规模企业数据分析
- (三) 2009年中国医药制造行业不同规模企业数据分析

三、2007-2009年中国医药制造行业不同所有制企业数据分析

(一) 2007年中国医药制造行业不同所有制企业数据分析

(二) 2008年中国医药制造行业不同所有制企业数据分析

(三) 2009年中国医药制造行业不同所有制企业数据分析

第六章 2008-2009年中国减肥药品消费市场调查分析

一、2008-2009年中国减肥药品消费者特征分析

(一) 减肥药品消费者性别特征

(二) 减肥药品消费者年龄分析

(三) 减肥药品消费市场区域分析

二、2008-2009年中国减肥药品消费行为分析

(一) 消费者减肥的方法

(二) 消费者购买减肥药品的花费

(三) 消费者青睐减肥药品品牌

三、2008-2009年中国减肥药品消费者肥胖类型分析

(一) 产后型

(二) 暴食型

(三) 压力型

(四) 水肿型

(五) 贫血型

(六) 疲劳型

四、2008-2009年中国减肥药品消费者购买渠道分析

(一) 普通药店

(二) 连锁药店

(三) 网上购物

第七章 2008-2009年中国减肥药品市场营销策略分析

一、2009年中国减肥市场四大营销策略分析

(一) 产品策略

(二) 方便策略

(三) 广告策略

(四) 价格策略

二、2008-2009年中国减肥市场新营销模式分析

(一) 四大核心因素

1、区域市场

2、核心客户

3、零售网络

4、客户顾问

（二）深度营销的五大市场原则

1、集中原则

2、攻击弱者与薄弱环节原则

3、巩固要塞，强化地盘原则

4、掌握大客户原则

5、未访问客户为零原则

第八章 2008-2009年中国减肥药品行业竞争情况分析

一、2008-2009年中国减肥药品行业竞争集中度分析

二、2008-2009年中国减肥药品行业竞争态势分析

（一）减肥药品研发技术竞争

（二）减肥药品品牌种类市场竞争

（三）减肥药品价格竞争

三、2008-2009年中国减肥药品产业竞争力提升战略研究

第九章 中国减肥药品行业重点企业分析

一、太极集团

（一）企业简介

（二）企业经营状况分析

二、汕头市大印象（集团）有限公司

（一）企业简介

（二）企业经营状况分析

三、南京长澳制药有限公司

（一）企业简介

（二）企业经营状况分析

四、北京御生堂生物工程有限公司

（一）企业简介

（二）企业经营状况分析

五、黑龙江北奇神高科保健品有限公司

（一）企业简介

（二）企业经营状况分析

六、北京奥特舒尔保健品开发有限公司

（一）企业简介

（二）企业经营状况分析

第十章 2010-2013年中国减肥药品行业发展及投资分析

一、2010-2013年中国减肥药品行业发展趋势分析

（一）减肥药品行业发展趋势分析

（二）减肥药品技术发展趋势分析

二、2010-2013年中国减肥药品行业投资分析

（一）中国减肥药品行业投资环境分析

（二）中国减肥药品行业投资机会分析

（三）中国减肥药品行业投资风险分析

图表目录（部分）：

图表：1992-2009年上半年我国GDP增速走势

图表：2001-2009年上半年我国工业增加值增速走势

图表：2005-2009年上半年我国投资、消费、出口增长走势

图表：1997-2009年上半年我国CPI、PPI走势图

图表：2005-2009年上半年我国进出口贸易走势图

图表：1996-2009年上半年我国货币供应量走势图

图表：2005-2009年上半年我国新增贷款及增速

图表：中国经济增长复苏路径

图表：2009年下半年CPI预测

图表：2009年宏观经济各项指标预测

图表：1979-2009年中国财政赤字率

图表：1998-2008年中国财政负债率

图表：略……

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200912/33381.html>