

2014-2019年中国减肥保健品行业监测与投资前景研究报告

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

《2014-2019年中国减肥保健品行业监测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.cction.com/report/201406/106793.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

我国的保健食品市场历经30多年的发展，已经形成一个千亿元规模的产业，对国计民生起着越来越重要的作用。然而，不注重研发、产品技术含量低、质量标准低、消费者缺乏信任等仍是我国保健食品行业普遍存在的问题。值得关注的是，保健食品首次列入《食品工业“十二五”发展规划》，成为我国重点发展的行业。这也意味着“十二五”期间我国保健食品行业将有更大发展。保健食品行业的发展前景如何？让我们共同展望未来。“十二五”期间，我国保健食品行业面临前所未有的良好发展环境，整个行业将呈现欣欣向荣的局面。不过，“十二五”并非保健食品的销售爆发期，而将是一个深厚积累、蓄势冲关的时间段。从整个保健食品产业的生命周期来看，保健食品行业仍然处于产品生命周期的成长期，具体表现为如下特征。在国家发改委、工信部联合印发的《食品工业“十二五”发展规划》中，“营养与保健食品制造业”首次被列为我国重点发展的行业。《规划》指出，到2015年，我国营养与保健食品产业产值将达到1万亿元，年均增长20%，形成10家以上产品销售收入在100亿元以上的企业。下一步，国家还将重点推动研发和生产优质蛋白食品、膳食纤维食品、新功能保健食品等。在这样的大方向下，保健食品行业环境日趋良好。被保健食品行业的高利润所吸引，众多医药企业、食品企业、日用消费品企业纷纷进入保健食品行业，并不断加大投入，成为推动保健食品市场加速发展的骨干力量。因为政府主导的国民收入倍增计划等积极因素推动，消费者的保健需求及购买力进一步上升，保健需求属性多样化，为保健食品市场扩容提供了最雄厚的基础。“十二五”期间保健食品将达到5000亿元的年销售规模。但受食品安全治理、产品研发与上市周期、具有保健功能的OTC药品（如复方阿胶浆）抢夺保健食品份额等因素影响，保健食品尚难达到5000亿元的年销售规模，将有可能达到3000亿元左右的年销售规模。

我国减肥保健品市场有三大消费人群：白领市场、女性市场和少儿市场，由于他们的购买力非常强，减肥保健品市场有着很大的发展空间，也构成了药店保健品销售的重要部分。但是，在喊“打”声一片、诚信受到影响的大环境下，药店如何做好减肥保健品的旺季销售，除了把好“进货关”等，给自己健健身也是当务之急。保健食品行业的新一轮竞争首先开始于研发、生产能力、产品品质的竞争。竞争促成行业准入门槛进一步提高，门槛的提高自然限制了劣质产品的进入，成为行业品质升级的基础保障。

本《2014-2019年中国减肥保健品行业监测与投资前景研究报告》，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，对国内减肥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。并分门别类地对中国减肥保健品行业细分市场及消费者予以了重点分析，结合新时期的各方面因素，用数字说话，对中国减肥保健品行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。本报告是减肥保健品行业生产经营企业、减肥保健品零售企业及相关研究单位极具参考价值的专业性报告。

报告目录

第一部分 行业发展现状

第一章 减肥保健品行业发展概述 1

第一节 减肥保健品行业概述 1

一、减肥保健品的定义 1

二、减肥保健品的特性 1

第二节 减肥保健品产业分析 2

一、减肥保健品产业特性 2

二、减肥保健品产业瓶颈周期 4

第二章 国外减肥保健品行业发展分析 6

第一节 国际减肥保健品行业发展轨迹综述 6

一、国际减肥保健品行业发展历程 6

二、国际减肥保健品行业发展面临的问题 6

三、国际减肥保健品行业发展现状及趋势 8

四、国际减肥保健品行业发展情况 9

第二节 主要地区减肥保健品行业发展的借鉴 10

一、2012-2013年美国减肥保健品行业发展分析 10

二、2012-2013年欧洲减肥保健品行业发展分析 11

三、2012-2013年亚洲减肥保健品行业发展分析 12

第三章 我国减肥保健品行业发展现状 14

第一节 全国减肥保健品市场分析 14

一、我国减肥保健品发展历程 14

二、2012年减肥保健品市场规模分析 15

第二节 减肥保健品市场供需分析 16

一、2012年减肥保健品市场供给分析 16

二、2013年减肥保健品市场需求分析 18

第三节 减肥保健品行业企业现状分析 20

一、2012年减肥保健品企业现状分析	20
二、2012年减肥保健品行业企业发展中的问题	21
三、我国减肥保健品发展的建议	22
第四节 农村减肥保健品市场分析	24
一、农村减肥保健品市场分析	24
二、2012年农村医药减肥保健品市场机会与挑战	25
第四章 减肥保健品行业经济运行分析	30
第一节 2011-2012年我国保健品行业经营情况分析	30
一、2011年我国保健品行业经营情况分析	30
二、2012年我国保健品行业经营情况分析	30
第二节 2011-2012年减肥保健品行业主要经济指标分析	31
一、行业资产情况分析	31
二、行业企业数量分析	32
三、行业从业人员分析	33
四、行业产品销售分析	34
五、行业运营费用分析	35
六、行业利润分析	38
第三节 2012-2013年我国减肥保健品行业绩效分析	39
一、2012-2013年行业发展能力	39
二、2012-2013年行业盈利能力	41
三、2012-2013年行业经营发展能力	43
四、2012-2013年行业偿债能力分析	44
第五章 保健品行业进出口分析	46
第一节 中国保健品市场对外贸易	46
一、行业出口总量	46
二、保健品传统市场状况	47
三、保健品出口集中度	48
四、保健品行业对外贸易的前景	48
第二节 我国保健品出口分析预测	49
一、2014-2019年我国保健品出口总量预测	49
二、2014-2019年我国保健品出口趋势情况分析	49
第六章 减肥保健品消费市场分析	51

第一节 减肥保健品消费者行为分析 51

一、购买对象分析 51

二、消费者偏好分析 52

三、消费者购买地点分析 54

四、消费者购买原因分析 54

五、消费者了解产品渠道 56

第二节 减肥保健品消费者市场分析 57

一、2012-2013年中老年减肥保健品市场发展分析 57

二、2012-2013年女性减肥保健品市场发展状况分析 58

三、2012-2013年儿童减肥保健品市场发展状况分析 60

第三节 减肥保健品细分市场分析 61

一、2012-2013年减肥类产品市场发展分析 61

二、2012-2013年补肾壮阳类保健品市场分析 62

三、2012-2013年我国女性补血养颜市场分析 62

四、2012-2013年我国维生素行业发展现状及趋势 65

五、2012-2013年补钙类产品市场现状及趋势分析 66

第二部分 行业竞争格局

第七章 减肥保健品行业竞争格局分析 76

第一节 减肥保健品行业历史竞争格局概况 76

一、减肥保健品行业集中度分析 76

二、减肥保健品行业竞争程度分析 76

第二节 中国减肥保健品行业结构分析 78

一、行业的省份分布概况 78

二、行业销售集中度分析 194

三、行业利润集中度分析 194

四、行业资产集中度分析 195

第三节 中国减肥保健品产业竞争状况 195

一、行业内部竞争 195

二、潜在进入者 196

三、供应商的讨价还价能力 196

四、客户的讨价还价能力 196

五、替代品的威胁 197

第四节 减肥保健品行业竞争格局分析	197
一、2012年国内外减肥保健品竞争分析	197
二、2012年我国减肥保健品市场竞争分析	198
三、2012年我国减肥保健品市场集中度分析	199
四、2013年国内主要减肥保健品企业动向	200
第八章 减肥保健品企业竞争策略分析	202
第一节 减肥保健品市场竞争策略分析	202
一、2013年减肥保健品市场增长潜力分析	202
二、2013年减肥保健品主要潜力品种分析	204
三、现有减肥保健品产品竞争策略分析	204
四、典型企业产品竞争策略分析	205
第二节 减肥保健品企业竞争策略分析	206
一、2014-2019年我国减肥保健品市场竞争趋势	206
二、2014-2019年减肥保健品行业竞争格局展望	208
三、2014-2019年减肥保健品行业竞争策略分析	211
四、2014-2019年减肥保健品企业竞争策略分析	213
第九章 减肥保健品重点企业竞争分析	215
第一节 健康元药业集团股份有限公司	215
一、企业概况	215
二、竞争优势分析	216
三、企业经营状况	218
四、企业发展战略	222
第二节 江苏隆力奇生物科技股份有限公司	222
一、企业概况	222
二、竞争优势分析	223
三、企业发展战略	224
第三节 北京双鹭药业股份有限公司	224
一、企业概况	224
二、竞争优势分析	225
三、企业经营状况	226
四、企业发展战略	229
第四节 海王国际集团有限公司	231

一、企业概况	231
二、竞争优势分析	231
三、企业经营状况	236
四、企业发展战略	238
第五节 山东东阿阿胶股份有限公司	238
一、企业概况	238
二、竞争优势分析	238
三、企业经营状况	240
四、企业发展战略	244
第六节 哈药集团有限公司	244
一、企业概况	244
二、竞争优势分析	246
三、企业经营状况	248
四、企业发展战略	252
第七节 上海交大昂立股份有限公司	254
一、企业概况	254
二、竞争优势分析	254
三、企业经营状况	256
四、企业发展战略	259
第八节 海南椰岛股份有限公司	259
一、企业概况	259
二、竞争优势分析	260
三、企业经营状况	261
四、企业发展战略	265
第九节 天狮集团有限公司	265
一、企业概况	265
二、竞争优势分析	266
三、企业发展战略	266
第十节 中美天津史克制药有限公司	267
一、企业概况	267
二、竞争优势分析	268
三、企业发展战略	269

第十一节 瑞年国际有限公司 269

一、企业概况 269

二、竞争优势分析 270

三、企业经营状况 271

四、企业发展战略 273

第十二节 中脉科技集团 273

一、企业概况 273

二、竞争优势分析 274

三、企业发展战略 276

第三部分 行业前景预测

第十章 减肥保健品行业发展趋势分析 277

第一节 2014-2019年中国医药发展趋势分析 277

一、2012-2013年中国医药产业发展趋势总结 277

二、2014-2019年中国医药市场发展方向分析 279

三、2014-2019年中国医药行业发展趋势分析 283

四、2014-2019年中国医药行业竞争态势分析 284

第二节 2012-2013年减肥保健品行业发展趋势 286

一、减肥保健品大众化趋势分析 286

二、我国保健食品市场发展趋势 287

三、未来医疗减肥保健品行业发展趋向分析 290

四、中国传统减肥保健品发展前景 291

第三节 2014-2019年减肥保健品产业发展趋势 296

一、减肥保健品产业发展走向分析 296

二、减肥保健品产业未来发展策略 298

三、我国减肥保健品产业发展新趋势 300

第四节 2014-2019年减肥保健品产业发展趋势分析 301

一、2014-2019年减肥保健品产业政策趋向 301

二、2014-2019年减肥保健品技术革新趋势 303

三、2014-2019年国际环境对行业的影响 305

第十一章 未来减肥保健品行业发展预测 308

第一节 2014-2019年减肥保健品市场预测 308

一、2014-2019年减肥保健品行业供给预测 308

二、2014-2019年减肥保健品市场需求前景	310
第二节 2014-2019年减肥保健品相关行业市场预测	311
一、2014-2019年行业资产预测	311
二、2014-2019年行业销售收入预测	312
三、2014-2019年行业利润预测	312
第四部分 投资战略研究	
第十二章 减肥保健品相关行业运营现状分析	313
第一节 2011年减肥保健品相关行业运营情况分析	313
一、2011年行业生产规模情况	313
二、2011年行业市场供需情况	314
三、2011年行业区域发展情况	315
四、2011年行业固定资产投资情况	315
五、2011年行业进出口情况	316
六、2011年行业集中度分析	316
七、2011年重点行业运营现状	317
第二节 2012年减肥保健品相关行业运营情况分析	320
一、2012年行业生产规模情况	320
二、2012年行业市场供需情况	320
三、2012年行业区域发展情况	323
四、2012年行业固定资产投资情况	323
五、2012年行业进出口情况	324
六、2012年行业集中度分析	324
七、2012年重点行业运营现状	325
第十三章 减肥保健品行业投资环境分析	329
第一节 减肥保健品行业投资环境	329
一、2014-2019年政策环境分析预测	329
二、2014-2019年技术环境分析预测	331
三、2014-2019年市场环境分析预测	331
第二节 2014-2019年我国经济形势分析	334
一、2012年我国宏观经济运行情况分析	334
二、2013年我国宏观经济发展情况分析	339
三、2014-2019年我国宏观经济形势分析	344

四、2014-2019年我国宏观经济的新特点	353
五、2014-2019年我国经济前景与预测	356
六、2014-2019年投资趋势及其影响预测	359
第三节 中国医药卫生体制改革分析	360
一、医药卫生体制改革意义	360
二、医药卫生体制改革思想及目标	362
三、医药卫生体系与制度改革分析	363
四、医药卫生体系改革方向	365
五、医药卫生体制改革重点工作分析	367
六、医药卫生体制改革步骤分析	370
第四节 中国药品进出口政策分析	371
一、2012年医药产品进出口关税调整情况	371
二、我国出口退税调整对减肥保健品企业的影响	372
三、医药技术出口管制调整情况及其影响	373
四、2012年有关减肥保健品行业的政策分析	375
第十四章 减肥保健品行业投资机会与风险	381
第一节 减肥保健品行业投资效益分析	381
一、2012-2013年减肥保健品行业投资状况分析	381
二、2012-2013年减肥保健品行业投资效益分析	381
三、2014-2019年减肥保健品行业投资趋势预测	382
四、2014-2019年减肥保健品行业的投资方向	384
五、2014-2019年减肥保健品行业投资的建议	385
六、新进入者应注意的障碍因素分析	385
第二节 影响减肥保健品行业发展的主要因素	388
一、2014-2019年影响减肥保健品行业运行的有利因素分析	388
二、2014-2019年影响减肥保健品行业运行的不利因素分析	388
三、2014-2019年我国减肥保健品行业发展面临的挑战分析	389
四、2014-2019年我国减肥保健品行业发展面临的机遇分析	389
第三节 减肥保健品行业投资风险及控制策略分析	390
一、2014-2019年减肥保健品行业市场风险及控制策略	390
二、2014-2019年减肥保健品行业政策风险及控制策略	391
三、2014-2019年减肥保健品行业经营风险及控制策略	393

四、2014-2019年减肥保健品同业竞争风险及控制策略 395

第十五章 减肥保健品行业投资战略研究 397

第一节 减肥保健品行业发展战略研究 397

一、战略综合规划 397

二、技术开发战略 397

三、业务组合战略 398

四、区域战略规划 398

五、产业战略规划 399

六、营销品牌战略 399

七、竞争战略规划 401

第二节 对我国减肥保健品品牌的战略思考 401

一、企业品牌的重要性 401

二、减肥保健品实施品牌战略的意义 402

三、减肥保健品企业品牌的现状分析 403

四、我国减肥保健品企业的品牌战略 404

五、减肥保健品品牌战略管理的策略 405

第三节 减肥保健品企业发展策略分析 406

一、医药企业进军医药减肥保健品市场策略 406

二、减肥保健品企业经营模式 408

三、减肥保健品企业细节 控制策略 410

四、减肥保健品传播策略分析 411

第四节 医药减肥保健品市场突围策略 419

一、产品定位 419

二、营销创新 421

三、消费群体细分 423

第五节 减肥保健品行业投资战略研究 424

一、2013年医药行业投资战略 424

二、2014-2019年减肥保健品行业投资战略 425

三、投资战略分析 426

图表目录

略……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201406/106793.html>