



艾凯咨询
ICAN Consulting

2013-2017年减肥保健品行业市场深度分析与投资前景预测报告

一、调研说明

《2013-2017年减肥保健品行业市场深度分析与投资前景预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/237567.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

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。

艾凯集团发布的《2013-2017年减肥保健品行业竞争格局与发展前景研究报告》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育状况、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。

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、2013-2017年我国保健品出口总量预测 49

二、2013-2017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、2013-2017年我国减肥保健品市场竞争趋势 206

二、2013-2017年减肥保健品行业竞争格局展望 208

三、2013-2017年减肥保健品行业竞争策略分析 211

四、2013-2017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 2013-2017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、2013-2017年中国医药市场发展方向分析 279

三、2013-2017年中国医药行业发展趋势分析 283

四、2013-2017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 2013-2017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 2013-2017年减肥保健品产业发展趋势分析 301
 - 一、2013-2017年减肥保健品产业政策趋向 301
 - 二、2013-2017年减肥保健品技术革新趋势 303
 - 三、2013-2017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 2013-2017年减肥保健品市场预测 308
 - 一、2013-2017年减肥保健品行业供给预测 308
 - 二、2013-2017年减肥保健品市场需求前景 310
- 第二节 2013-2017年减肥保健品相关行业市场预测 311
 - 一、2013-2017年行业资产预测 311
 - 二、2013-2017年行业销售收入预测 312
 - 三、2013-2017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、2013-2017年政策环境分析预测 329
- 二、2013-2017年技术环境分析预测 331
- 三、2013-2017年市场环境分析预测 331

第二节 2013-2017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、2013-2017年我国宏观经济形势分析 344
- 四、2013-2017年我国宏观经济的新特点 353
- 五、2013-2017年我国经济前景与预测 356
- 六、2013-2017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、2013-2017年减肥保健品行业投资趋势预测 382
- 四、2013-2017年减肥保健品行业的投资方向 384
- 五、2013-2017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、2013-2017年影响减肥保健品行业运行的有利因素分析 388
 - 二、2013-2017年影响减肥保健品行业运行的不利因素分析 388
 - 三、2013-2017年我国减肥保健品行业发展面临的挑战分析 389
 - 四、2013-2017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、2013-2017年减肥保健品行业市场风险及控制策略 390
 - 二、2013-2017年减肥保健品行业政策风险及控制策略 391
 - 三、2013-2017年减肥保健品行业经营风险及控制策略 393
 - 四、2013-2017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、2013-2017年减肥保健品行业投资战略 425

三、投资战略分析 426

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/237567.html>

三、研究方法

1、系统分析方法

2、比较分析方法

3、具体与抽象方法

4、分析与综合方法

5、归纳与演绎方法

6、定性分析与定量分析方法

7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适

中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。