



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国减肥药市场分 析预测及战略咨询报告

一、调研说明

《2015-2020年中国减肥药市场分析预测及战略咨询报告》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/251383.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

第一部分 行业发展现状

第一章 减肥药行业发展概述

第一节 肥胖人群概况

一、国外肥胖人群情况

二、我国肥胖人群情况

三、我国主要城市肥胖率调查

第二节 减肥药定义及分类

一、减肥药的定义

二、减肥药的种类

三、减肥药的特性

四、主要减肥产品对比

第三节 减肥药产业链分析

一、在医药行业中的地位

二、减肥药发展史

三、国外减肥药发展概况

四、我国减肥药发展概况

第二章 我国减肥药行业发展现状

第一节 全国减肥药市场分析

一、2013年全国减肥药市场规模分析

二、2014年全国减肥药市场规模分析

三、2014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、2013年减肥药市场销量分析

二、2015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、2014年减肥药市场价格走势

三、2014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

第三章 减肥药行业经济运行分析

第一节 2011-2014年减肥药产量分析

- 一、2013年主要减肥药产量分析
- 二、2014年3季度主要减肥药产量分析

第二节 2011-2014年减肥药行业主要经济指标分析

- 一、销售收入前十家企业分析
- 二、2013年减肥药行业主要经济指标分析
- 三、2014年3季度减肥药行业主要经济指标分析

第三节 2011-2014年减肥药行业进出口分析

- 一、2013年减肥药产品进口分析
- 二、2013年减肥药产品出口分析
- 三、2014年3季度减肥药产品进出口分析

第四节 2011-2014年我国减肥药行业绩效分析

- 一、2011-2014年行业产销情况
- 二、2011-2014年行业规模情况
- 三、2011-2014年行业盈利能力
- 四、2011-2014年行业经营发展能力
- 五、2011-2014年行业偿债能力分析

第四章 减肥药市场行为研究

第一节 消费者行为研究

- 一、肥胖症状表现及认知
- 二、患者主要流向研究
- 三、消费者对减肥药的品牌认知
- 四、消费者对常用药物的评价

第二节 药店终端研究

- 一、店员推荐品牌
- 二、消费者购买情况
- 三、零售终端铺货情况

第五章 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、消费者治疗肥胖的方法
- 三、消费者治疗肥胖的花费
- 四、消费者青睐的减肥药品牌

第三节 连锁药店市场分析

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

第六章 细分减肥市场发展分析

第一节 保健食品类

- 一、2013年保健食品类减肥产品市场分析
- 二、2014年保健食品类减肥产品市场分析
- 三、2014年保健食品类减肥产品市场规模

四、2015-2020年保健食品类减肥产品发展趋势

第二节 茶类

一、2013年茶类减肥产品市场分析

二、2014年茶类减肥产品市场分析

三、2014年茶类减肥产品市场规模

四、2015-2020年茶类减肥产品发展趋势

第三节 药品类

一、2013年药品类减肥产品市场分析

二、2014年药品类减肥产品市场分析

三、2014年药品类减肥产品市场规模

四、2015-2020年药品类减肥产品发展趋势

第四节 外用类

一、2013年外用类减肥产品市场分析

二、2014年外用类减肥产品市场分析

三、2014年外用类减肥产品市场规模

四、2015-2020年外用类减肥产品发展趋势

第五节 仪器类

一、2013年仪器类减肥产品市场分析

二、2014年仪器类减肥产品市场分析

三、2014年仪器类减肥产品市场规模

四、2015-2020年仪器类减肥产品发展趋势

第七章 减肥药细分市场发展分析

第一节 以西布曲明为原料生产的减肥药

一、2013年西布曲明减肥药市场情况分析

二、2014年西布曲明减肥药市场容量分析

三、2014年3季度西布曲明减肥药市场竞争格局

四、2015-2020年西布曲明减肥药市场规模预测

第二节 奥利司他

一、2013年奥利司他市场情况分析

二、2014年奥利司他市场容量分析

三、2014年3季度奥利司他市场竞争格局

四、2015-2020年奥利司他市场规模预测

第三节 中成药

- 一、2013年中成药减肥药市场情况分析
- 二、2014年中成药减肥药市场容量分析
- 三、2014年3季度中成药减肥药市场竞争格局
- 四、2015-2020年中成药减肥药市场规模预测

第二部分 行业竞争格局

第八章 减肥药行业竞争格局分析

第一节 减肥药行业历史竞争格局概况

- 一、减肥药行业集中度分析
- 二、减肥药行业竞争程度分析

第二节 中国减肥药产业研发力分析

- 一、减肥药产业研发重要性分析
- 二、中外减肥药研发投入和运作方式对比
- 三、中国减肥药研发力问题分析

第三节 减肥药行业竞争格局分析

- 一、2013年我国减肥药市场竞争分析
- 二、2013年我国减肥药市场集中度分析
- 三、2014年国内主要减肥药企业动向
- 四、2014年国内减肥药拟在建项目分析

第四节 2011-2014年减肥药品牌竞争分析

- 一、2013年销售前10名减肥药品牌
- 二、2014年3季度销售前10名减肥药品牌
- 三、2013年100种减肥药品牌市场调查
- 四、2015-2020年减肥药品牌竞争趋势

第九章 减肥药企业竞争策略分析

第一节 减肥药市场竞争策略分析

- 一、2014年减肥药市场增长潜力分析
- 二、2014年减肥药主要潜力品种分析
- 三、现有减肥药产品竞争策略分析

四、潜力减肥药品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 减肥药企业竞争策略分析

一、金融危机对减肥药行业竞争格局的影响

二、金融危机后减肥药行业竞争格局的变化

三、2015-2020年我国减肥药市场竞争趋势

四、2015-2020年减肥药行业竞争格局展望

五、2015-2020年减肥药行业竞争策略分析

六、2015-2020年减肥药企业竞争策略分析

第三部分 行业前景预测

第十章 减肥药行业发展趋势分析

第一节 减肥药行业发展前景分析

一、全球减肥药行业发展前景分析

二、我国减肥药行业发展前景分析

第二节 2015-2020年中国减肥药市场趋势分析

一、2015-2020年我国减肥药发展趋势分析

二、2011-2014年我国减肥药市场趋势总结

三、2015-2020年我国减肥药市场发展空间

第三节 2015-2020年减肥药产业发展趋势分析

一、2015-2020年减肥药产业政策趋向

二、2015-2020年减肥药技术革新趋势

三、2015-2020年减肥药价格走势分析

四、2015-2020年减肥药产品趋势分析

五、2015-2020年减肥药营销趋势分析

第十一章 未来减肥药行业发展预测

第一节 未来减肥药需求与消费预测

一、2015-2020年减肥药产品消费预测

二、2015-2020年减肥药市场规模预测

三、2015-2020年减肥药行业总产值预测

四、2015-2020年减肥药行业销售收入预测

五、2015-2020年减肥药行业总资产预测

第二节 2015-2020年中国减肥药行业供需预测

一、2015-2020年中国减肥药供给预测

二、2015-2020年中国减肥药产量预测

三、2015-2020年中国减肥药需求预测

四、2015-2020年中国减肥药供需平衡预测

五、2015-2020年中国减肥药产品价格预测

六、2015-2020年主要减肥药产品进出口预测

第四部分 投资战略研究

第十二章 减肥药行业投资现状分析

第一节 2013年减肥药行业投资情况分析

一、2013年总体投资及结构

二、2013年投资规模情况

三、2013年投资增速情况

四、2013年分行业投资分析

五、2013年分地区投资分析

六、2013年外商投资情况

第二节 2014年3季度减肥药行业投资情况分析

一、2014年3季度总体投资及结构

二、2014年3季度投资规模情况

三、2014年3季度投资增速情况

四、2014年3季度分行业投资分析

五、2014年3季度分地区投资分析

六、2014年3季度外商投资情况

第十三章 减肥药行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

一、2011-2014年我国宏观经济运行情况

二、2015-2020年我国宏观经济形势分析

三、2015-2020年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

一、2014年减肥药行业政策环境分析

二、2014年国内宏观政策对其影响

三、2014年行业产业政策对其影响

第三节 技术发展环境分析

一、国内减肥药技术现状

二、2014年减肥药技术发展分析

三、2015-2020年减肥药技术发展趋势分析

第四节 社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2014年社会环境发展分析

三、2015-2020年社会环境对行业的影响分析

第五节 中国医药卫生体制改革分析

一、医药卫生体制改革意义

二、医药卫生体制改革思想及目标

三、医药卫生体系与制度改革分析

四、医药卫生体系改革方向

五、医药卫生体制改革重点工作分析

六、医药卫生体制改革步骤分析

七、新医改8500亿的投向分析

八、新医改对减肥药行业的影响分析

第十四章 减肥药行业投资机会与风险

第一节 减肥药行业投资效益分析

一、2011-2014年减肥药行业投资状况分析

二、2015-2020年减肥药行业投资效益分析

三、2015-2020年减肥药行业投资趋势预测

四、2015-2020年减肥药行业的投资方向

五、2015-2020年减肥药行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节 影响减肥药行业发展的主要因素

一、2015-2020年影响减肥药行业运行的有利因素分析

二、2015-2020年影响减肥药行业运行的稳定因素分析

- 三、2015-2020年影响减肥药行业运行的不利因素分析
- 四、2015-2020年我国减肥药行业发展面临的挑战分析
- 五、2015-2020年我国减肥药行业发展面临的机遇分析

第三节 减肥药行业投资风险及控制策略分析

- 一、2015-2020年减肥药行业市场风险及控制策略
- 二、2015-2020年减肥药行业政策风险及控制策略
- 三、2015-2020年减肥药行业经营风险及控制策略
- 四、2015-2020年减肥药行业技术风险及控制策略
- 五、2015-2020年减肥药同业竞争风险及控制策略
- 六、2015-2020年减肥药行业其他风险及控制策略

第十五章 减肥药行业投资战略研究

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
- 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 减肥药行业投资战略研究

- 一、2014年医药行业投资战略
- 二、2014年减肥药行业投资战略
- 三、2015-2020年减肥药行业投资战略
- 四、2015-2020年细分行业投资战略

图表目录：

图表：我国肥胖率情况

图表：调查对象的年龄分布

图表：调查对象的职业分布

图表：调查对象受教育水平

图表：调查对象的家庭经济状况

图表：中美医药商业规模比较

图表：医药零售渠道的零售市场份额比较

图表：国内部分连锁药店近年发展规划

图表：2014年1-10月北京市场减肥药前十位份额分析

图表：2014年1-10月北京市场减肥药前十位品牌占有率分析

图表：2014年1-10月广州市场减肥药前十位份额分析

图表：2014年1-10月广州市场减肥药前十位品牌占有率分析

图表：2014年1-10月武汉市场减肥药前十位份额分析

图表：2014年1-10月武汉市场减肥药前十位品牌占有率分析

图表：2014年1-10月上海市场减肥药前十位份额分析

图表：2014年1-10月上海市场减肥药前十位品牌占有率分析

图表：2013年我国中成药零售市场销售额前十位排名

图表：我国减肥用中西药市场份额

图表：我国内外减肥用中成药比例

图表：我国减肥用药市场比例

图表：2014年10月份全国药品零售市场减肥药(化学药)排名情况

图表：2014年10月份全国药品零售市场减肥药(中成药)排名情况

图表：2013年成都零售业市场减肥类中成药销售品牌前三名

图表：2010-2014年国内生产总值及其增长速度

图表：2010-2014年居民消费价格涨跌幅度

图表：2014年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2010-2014年年末国家外汇储备

图表：2010-2014年税收收入及其增长速度

图表：2010-2014年粮食产量及其增长速度

图表：2010-2014年工业增加值及其增长速度

图表：2014年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2014年规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表：2010-2014年建筑业增加值及其增长速度
图表：2010-2014年固定资产投资及其增长速度
图表：2014年分行业城镇固定资产投资及其增长速度
图表：2014年固定资产投资新增主要生产能力
图表：2014年房地产开发和销售主要指标完成情况
图表：2010-2014年社会消费品零售总额及其增长速度
图表：2014年货物进出口总额及其增长速度
图表：2014年主要商品出口数量、金额及其增长速度
图表：2014年主要商品进口数量、金额及其增长速度
图表：2014年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度
图表：2010-2014年货物进出口总额及其增长速度
图表：2014年分行业外商直接投资及其增长速度
图表：2014年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度
图表：2014年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度
图表：2010-2014年年末电话用户数
图表：2014年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度
图表：2010-2014年城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度
图表：2010-2014年年末各类教育招生人数
图表：2014年人口数及其构成
图表：2010-2014年农村居民村收入及其增长速度
图表：2010-2014年城镇居民可支配收入及其增长速度
图表：2014年1-10月工业生产主要指标
图表：2011-2014年10月全国居民消费价格指数
图表：2011-2014年10月工业品出厂价格指数

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/251383.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提供专业投资咨询报告、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。