

2016-2022年中国减肥保健品行业深度研究与行业竞争对手分析报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国减肥保健品行业深度研究与行业竞争对手分析报告》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.abaogao.com/b/baojianpin/H47750HNUR.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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。

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。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国减肥保健品行业深度研究与行业竞争对手分析报告》依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是中国权威的产业研究机构之一，提供各个行业分析，市场分析，市场预测，行业发展趋势，行业发展现状，及各行业产量、进出口，经营状况等统计数据，中国产业研究、中国研究报告，具体产品有行业分析报告，市场分析报告，年鉴，名录等。

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、2015-2016年美国减肥保健品行业发展分析 10

二、2015-2016年欧洲减肥保健品行业发展分析 11

三、2015-2016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、2015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、2015年减肥保健品市场供给分析 16

二、2015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、2015年减肥保健品企业现状分析 20

二、2015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、2015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 2014-2015年我国保健品行业经营情况分析 30

一、2014年我国保健品行业经营情况分析 30

二、2015年我国保健品行业经营情况分析 30

第二节 2011-2015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 2012-2015年我国减肥保健品行业绩效分析 39
 - 一、2012-2015年行业发展能力 39
 - 二、2012-2015年行业盈利能力 41
 - 三、2012-2015年行业经营发展能力 43
 - 四、2012-2015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、2016-2022年我国保健品出口总量预测 49
- 二、2016-2022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、2015-2016年中老年减肥保健品市场发展分析 57
- 二、2015-2016年女性减肥保健品市场发展状况分析 58
- 三、2015-2016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、2015-2016年减肥类产品市场发展分析 61
- 二、2015-2016年补肾壮阳类保健品市场分析 62
- 三、2015-2016年我国女性补血养颜市场分析 62
- 四、2015-2016年我国维生素行业发展现状及趋势 65
- 五、2015-2016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、2015-2016年国内外减肥保健品竞争分析 197
- 二、2015-2016年我国减肥保健品市场竞争分析 198
- 三、2015-2016年我国减肥保健品市场集中度分析 199
- 四、2015-2016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、2015-2016年减肥保健品市场增长潜力分析 202
- 二、2015-2016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、2016-2022年我国减肥保健品市场竞争趋势 206
 - 二、2016-2022年减肥保健品行业竞争格局展望 208
 - 三、2016-2022年减肥保健品行业竞争策略分析 211
 - 四、2016-2022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 2016-2022年中国医药发展趋势分析 277

一、2015-2016年中国医药产业发展趋势总结 277

二、2016-2022年中国医药市场发展方向分析 279

三、2016-2022年中国医药行业发展趋势分析 283

四、2016-2022年中国医药行业竞争态势分析 284

第二节 2015-2016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 2016-2022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 2016-2022年减肥保健品产业发展趋势分析 301

一、2016-2022年减肥保健品产业政策趋向 301

二、2016-2022年减肥保健品技术革新趋势 303

三、2016-2022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 2016-2022年减肥保健品市场预测 308

一、2016-2022年减肥保健品行业供给预测 308

二、2016-2022年减肥保健品市场需求前景 310

第二节 2016-2022年减肥保健品相关行业市场预测 311

一、2016-2022年行业资产预测 311

二、2016-2022年行业销售收入预测 312

三、2016-2022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 2014年减肥保健品相关行业运营情况分析 313

一、2014年行业生产规模情况 313

二、2014年行业市场供需情况 314

三、2014年行业区域发展情况 315

四、2014年行业固定资产投资情况 315

五、2014年行业进出口情况 316

六、2014年行业集中度分析 316

七、2014年重点行业运营现状 317

第二节 2015年减肥保健品相关行业运营情况分析 320

一、2015年行业生产规模情况 320

二、2015年行业市场供需情况 320

三、2015年行业区域发展情况 323

四、2015年行业固定资产投资情况 323

五、2015年行业进出口情况 324

六、2015年行业集中度分析 324

七、2015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、2016-2022年政策环境分析预测 329

二、2016-2022年技术环境分析预测 331

三、2016-2022年市场环境分析预测 331

第二节 2016-2022年我国经济形势分析 334

一、2015年我国宏观经济运行情况分析 334

二、2016年我国宏观经济发展情况分析 339

三、2016-2022年我国宏观经济形势分析 344

四、2016-2022年我国宏观经济的新特点 353

五、2016-2022年我国经济前景与预测 356

六、2016-2022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、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、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、2015-2016年减肥保健品行业投资状况分析 381
- 二、2015-2016年减肥保健品行业投资效益分析 381
- 三、2016-2022年减肥保健品行业投资趋势预测 382
- 四、2016-2022年减肥保健品行业的投资方向 384
- 五、2016-2022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、2016-2022年影响减肥保健品行业运行的有利因素分析 388
- 二、2016-2022年影响减肥保健品行业运行的不利因素分析 388
- 三、2016-2022年我国减肥保健品行业发展面临的挑战分析 389
- 四、2016-2022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、2016-2022年减肥保健品行业市场风险及控制策略 390
- 二、2016-2022年减肥保健品行业政策风险及控制策略 391
- 三、2016-2022年减肥保健品行业经营风险及控制策略 393
- 四、2016-2022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、2015-2016年医药行业投资战略	424
二、2016-2022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.abaogao.com/b/baojianpin/H47750HNUR.html>