

2014-2019年中国减肥行业 监测与投资方向研究报告

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年中国减肥行业监测与投资方向研究报告》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/201408/111162.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

作为现代社会文明病，肥胖已与艾滋病、吸毒和酒癖并列为世界四大医学社会问题，并以每五年扩大一倍的趋势增加。在德国、美国、意大利等发达国家，政府拿出国民经济的5%用于肥胖的治疗。在中国，肥胖人群已突破9000万，肥胖检出率已达10%以上，城市成年人体重超重者已接近40%，城市中小学生肥胖儿比例已超过20%，而且，中国肥胖症患者的增加速度已超过某些发达国家。

中国的减肥产品行业是一个投资和销售金额不断增长、企业和产品数量不断增加，并具有较高收益的行业，现阶段正处于市场容量扩张的时期。就现状而言，目前减肥市场上的产品大致可分为五大类：即保健食品类、茶类、药品类、外用类、仪器类。

近几年来，我国减肥市场的竞争其实很激烈，减肥产品多达千个以上，但绝大多数是保健品或功能食品。我国减肥市场是巨大的，不仅吸引了2000多家国内的中小医药、食品等企业在生产经营减肥产品，同时也有不少大型医药企业，甚至境外医药厂家也纷纷参与其中。全球超重者将从目前的16亿增加到2015年的23亿，肥胖人数将从目前的4亿增加到7亿。2008年用来治疗肥胖症以及相关代谢综合征（如糖尿病、心血管疾病、高血压和高胆固醇）的处方药的全球市场规模大约在700亿美元左右。这一市场仅以平均每年5%的复合增长率增长，那么到2020年规模将翻一番。

未来中国发展的比较好的减肥美体机构，大多会采取连锁经营的模式。因为美体连锁店统一管理，统一经营，开设新店的成本将下降，有利于扩大市场。美体连锁经营有利于美体广告宣传，因为对品牌的宣传相当于对所有连锁店进行了宣传，广告成本低，收效大。连锁经营有利于培育美体名优品牌，人们对连锁经营的模式信任度较高，可提高美体瘦身客户忠诚度。总的来说，中国的美体瘦身行业是一个新兴的行业，虽然仍存在着许多有待完善的地方，但发展前景十分广阔。不管是对美体瘦身产品的生产厂家还是美体美容院，提高产品质量，提升品牌实力、强化服务意识、开发细分市场的项目、创新企业经营模式才是最根本的经营之道。

本行业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、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。我们对减肥行业进行了长期追踪，结合我们对减肥相关企业的调查研究，对我国减肥行业发展现状与前景、市场竞争格局与形势、赢利水平与企业发展、投资策略与风险预警、发展趋势与规划建议等进行深入研究，并重点分析了减肥行业的前景与风险。报告揭示了减肥市场潜在需求与潜在机会，为战略投资者选择恰当的投资时机

和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录

第一部分 减肥行业发展概况

第一章 减肥产业相关概述

第一节 肥胖的相关常识

- 一、肥胖产生的原因分析
- 二、肥胖的计算公式及分类
- 三、不同肥胖类型的特征
- 四、儿童肥胖的原因及危害

第二节 健康饮食常识

- 一、卡路里的概念与摄取量
- 二、主要食品热量统计
- 三、饮食要营养均衡

第二章 2013-2014年中国减肥产业运行环境分析

第一节 2013-2014年中国减肥产业政策分析

- 一、《保健食品评审技术规程》
- 二、《保健食品广告审查暂行规定》
- 三、相关产业政策影响分析

第二节 2013-2014年中国宏观经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP
- 二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）
- 三、全国居民收入情况（季度更新）
- 四、恩格尔系数（年度更新）
- 五、工业发展形势（季度更新）
- 六、固定资产投资情况（季度更新）
- 七、中国汇率调整（人民币升值）
- 八、对外贸易&进出口

第三节 2013-2014年中国减肥产业社会环境分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

第三章 2013-2014年中国减肥市场发展形势分析

第一节 2013-2014年中国减肥市场现状分析

一、中国减肥市场的发展

二、中国减肥市场的发展特点

三、中国减肥市场打破旧有秩序谋求差异化经营

第二节 2013-2014年中国减肥产品发展概况

一、减肥产品类型分析

二、减肥产品的开发特点分析

三、减肥产品的消费特征

四、减肥产品的开发方向

第三节 2013-2014年中国减肥市场存在的问题

一、减肥市场降温的原因分析

二、中国减肥市场面临的挑战

三、中国减肥保健市场混乱亟待监管

四、减肥产品惯用欺骗手段分析

第四节 2013-2014年中国减肥市场的发展策略分析

一、中国减肥市场的发展对策分析

二、减肥市场产品针对开发策略

三、减肥市场销售策略

四、减肥产品生产企业的创新策略

第二部分 减肥市场运行分析

第四章 2013-2014年中国减肥产业市场运行动态分析

第一节 2013-2014年中国减肥产品市场发展概况

一、中国减肥产品市场发展回顾

二、中国减肥产品市场被四大品种占据

三、中国减肥产品市场呈现新局势

第二节 2013-2014年中国减肥消费市场整体分析

一、减肥市场消费人群分类

二、减肥市场女性消费群体基本特征

三、减肥市场消费心理分析

四、消费者对减肥市场相关认知

五、减肥者购买行为及场所分析

第三节 2013-2014年中国专业减肥中心发展的现状分析

一、减肥行业步入专业减肥纤体新阶段

二、专业美体瘦身行业的发展现状

三、中国美体减肥店的主要类型

四、减肥中心的三大骗术

第五章 2013-2014年中国减肥药品产业市场运行态势分析

第一节 2013-2014年中国减肥药相关概述

一、减肥西药种类介绍

二、减肥中药种类介绍

三、减肥药品的副作用

第二节 2013-2014年国际减肥药整体现状分析

一、全球减肥药市场规模不断扩大

二、药品安全因素使国外减肥药研发受挫

三、世界减肥药品研发动态及前景展望

第三节 2013-2014年中国减肥药市场发展状况分析

一、国内减肥药市场调整步伐加快

二、中西药争夺减肥药市场份额

三、我国开展儿童专用减肥药研发

第四节 2013-2014年中国减肥药市场存在的问题及开发策略

一、减肥药消费的六大错误观念

二、减肥产品中添加禁用药物情况严重

三、减肥药品及保健品市场监管不力

四、减肥药品开发策略

第六章 2013-2014年中国减肥食品产业市场运行状况透析

第一节 2013-2014年世界减肥食品市场状况分析

一、世界减肥食品市场发展回顾

二、欧盟实施减肥食品新规定

三、日本减肥观念转变减肥食品日益流行

四、韩国研发减肥食用油

五、英国新型减肥食品有望问世

六、减肥食品行业亟需规范发展

第二节 2013-2014年中国无糖食品产业运行分析

一、无糖食品流行国际食品市场

二、美国减肥糖果销售市场看好

三、我国无糖食品市场受宠

四、无糖食品市场营销分析

五、我国无糖食品行业期待规范发展

第三节 2013-2014年中国减肥饮品产业市场分析

一、减肥饮品开始在国际市场上走俏

二、挪威研发具有减肥功效的绿茶饮料

三、可口可乐开发出减肥饮品

第四节 2013-2014年中国苹果醋制造业运行分析

一、中国果醋原料市场状况

二、苹果醋生产工艺简介

三、苹果醋的功效

四、中国苹果醋行业现状及存在的问题

五、河南苹果醋市场竞争状况

六、苹果醋开发前景分析

第七章 2013-2014年中国其他减肥产品市场运行走势分析

第一节 2013-2014年中国减肥茶产业市场分析

一、减肥茶瘦身“原理”

二、国内减肥茶市场简述

三、减肥茶市场存在的主要问题

四、减肥茶市场面临困境

第二节 2013-2014年中国功能性内衣产业市场分析

一、塑身内衣概述

二、纤体塑身内衣市场的发展变化

三、美体内衣的市场问题分析

四、美体内衣未来市场空间广阔

第三节 2013-2014年中国减肥仪器产业市场分析

一、美国开发出可植入人体的减肥仪器

二、减肥瘦身仪器市场的状况

三、减肥仪器主要产品市场分析

四、器械减肥的优势分析

五、美体瘦身仪器的未来发展方向

第八章 2013-2014年中国其他减肥形式运行局势分析

第一节 减肥手术

一、减肥手术的发展历程

二、微创减肥手术简介

三、抽脂手术介绍

四、中国胃束带减肥手术市场现状

五、减肥手术的风险分析

第二节 瑜伽减肥

一、瑜伽瘦身的原理简析

二、纤体效果明显的瑜伽类型

三、瑜伽减肥更利于身心健康

四、瑜伽市场竞争分析

五、瑜伽市场的问题分析

六、瑜伽市场开发方向及策略

第九章 2013-2014年中国减肥市场广告分析

第一节 2013-2014年中国减肥广告现状分析

一、中国减肥产品宣传概念分类

二、洗肠概念减肥品广告分析

三、减肥广告市场基本套路分析

四、中国减肥产品广告投放总体分析

五、减肥药品及保健品广告投放回顾

六、经济寒流催热网络减肥广告市场

第二节 2013-2014年中国减肥品广告市场存在的问题

一、减肥广告市场的危机

二、企业亟需转变对减肥广告的认识

三、减肥品广告宣传违法率高

四、违法减肥广告难治理

第三节 2013-2014年中国减肥广告创意及策略

一、广告创意基本思路及案例分析

二、减肥广告要注重传播力

三、减肥广告传播的优化创新策略

四、减肥广告形象代言人的选择与应用策略

第十章 2013-2014年中国减肥行业市场营销策略分析

第一节 2013-2014年中国减肥业营销现状与策略分析

一、减肥市场三大营销案例比较

二、减肥产品销售的卖点分析

三、减肥市场营销模式探析

四、减肥市场区域滚动销售模式分析

五、减肥市场启动期的营销要点分析

六、减肥产品推广期的营销策略

七、减肥保健品的市场突围策略

第二节 999减肥胶囊市场营销案例

一、减肥品类型及各阶段品牌演变

二、产品概念

三、产品试销

四、市场营销策略

第三节 SO瘦减肥茶的品牌营销策略

一、SO瘦是碧生源品牌突围的新生力量

二、首次试水SO瘦广告遭遇挫折

三、SO瘦减肥茶的策略颠覆

四、新策略面市收效甚佳

五、碧生源品牌升级的市场拐点

第三部分 减肥市场竞争分析

第十一章 2013-2014年中国减肥产业市场竞争格局分析

第一节 2013-2014年中国减肥产业竞争现状分析

一、减肥市场环境激烈竞争

二、减肥市场竞争达到白热化状态

三、减肥药市场将要高开低走

第二节 2013-2014年中国主要地区减肥市场状况分析

一、北京减肥品市场发展回顾

二、上海减肥市场品牌竞争激烈

三、广州减肥市场消费特征

四、深圳减肥品牌抢滩广州市场

五、西安减肥产品市场“新概念”横飞亟待规范

第三节 2013-2014年中国减肥产业提升竞争力策略分析

第四部分 减肥市场投资前景分析

第十二章 2014-2019年中国减肥行业发展前景预测分析

第一节 2014-2019年中国减肥行业发展分析

一、全球减肥市场规模预测分析

二、中国减肥市场前景广阔利益诱人

三、未来中国减肥市场趋势对企业提出更高要求

四、中国瘦身行业的发展趋势

第二节 2014-2019年中国主要减肥项目和产品的发展展望

一、针灸美容美体项目的市场前景解析

二、美体内衣市场发展空间巨大

三、专业减肥技术及产品发展趋势分析

四、定位减肥将成减肥发展趋势

五、美体减肥仪器的发展趋势分析

第三节 2014-2019年中国减肥产业市场盈利预测分析

第十三章 2014-2019年中国减肥产业投资潜力分析

第一节 2014-2019年中国减肥产业投资环境分析

第二节 2014-2019年中国减肥产业投资机会分析

第三节 2014-2019年中国减肥产业投资风险分析

一、市场竞争风险

二、政策风险

三、进入退出风险

第四节 投资建议

图表目录

图表：基本热量计算法(精确法)

图表：每100克水果所含的热量

图表：2014年上半年GDP初步核算数据

图表：GDP环比和同比增长速度

图表：2008-2013年中国GDP及增长率

图表：2008-2013年中国人均GDP及增长率

图表：2008-2013年中国居民消费价格指数

图表：2010-2013年中国城镇居民人均总收入及增长

图表：2010-2013年中国城镇居民人均可支配收入及增长

图表：2007-2013年中国恩格尔系数

图表：2001-2013年中国恩格尔系数

图表：2013年固定资产投资到位资金情况

图表：2010-2013年中国固定资产投资及增长

图表：2013-2014年6月全国固定资产投资（不含农户）同比增速

图表：2014年中国进出口总额排名

图表：历年中国大学毕业生数量

图表：苹果醋工艺流程图：

图表：苹果醋生产加工简易流程图

图表：2014-2019年全球减肥产业市场规模预测

图表：2014-2019年中国减肥产业市场规模预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201408/111162.html>