

2009-2012年中国减肥产业 市场运行态势及投资策略咨询报告

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

《2009-2012年中国减肥产业市场运行态势及投资策略咨询报告》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/200904/16118.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

第一章 2008-2009年中国减肥产业运行环境分析

第一节 2008-2009年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、城乡居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数

三、城镇人员从业状况

第二节 2008-2009年中国减肥产业政策环境分析

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、其他相关整理规范分析

第三节 2008-2009年中国减肥产业社会环境分析

第二章 2008-2009年中国减肥市场运行动态分析

第一节 2008-2009年中国减肥市场运行概况

一、肥胖催生中国减肥市场的发展

二、减肥市场新局势分析

三、减肥产品的开发特点分析

二、减肥产品发展概况

第二节 2008-2009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 2008-2009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、广州四种类型纤体中心特征分析

五、深圳专业减肥中心抢占广州市场

六、减肥中心的三大骗术

第四节 2008-2009年中国减肥市场的问题及策略分析

- 一、减肥产品惯用欺骗手段分析
- 二、打造持久减肥品牌的市场经验分析
- 三、减肥市场产品针对开发策略
- 四、减肥市场销售策略
- 五、减肥产品生产企业的创新策略

第三章 2008-2009年中国减肥市场广告分析

第一节2008-2009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

第二节2008-2009年中国减肥广告存在的问题分析

- 一、虚假诱人的减肥广告词
- 二、减肥广告市场的危机
- 三、企业亟需转变对减肥广告的认识
- 四、违法减肥广告难治理

第三节2008-2009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

第四章 2008-2009年中国减肥行业营销策略及案例分析

第一节2008-2009年中国减肥业营销策略分析

- 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

第二节 9快9营销案例分析

- 一、9快9产品介绍

二、9快9营销背景

三、9快9市场目标与竞争者分析

四、9快9营销实战分析

第三节 康尔寿营销整合案例分析

一、康尔寿减肥茶营销渐入被动

二、康尔寿减肥茶市场营销策略

三、康尔寿整合营销取得成功

第四节 香脂减肥营销案例解析

一、QIMEI香脂瘦身产品介绍

二、QIMEI代言人的选择

三、减肥产品市场竞争环境分析

四、QIMEI产品营销运作的过程

第五节 珍妮雅营销案例分析

一、珍妮雅竞争对手分析

二、珍妮雅市场竞争策略

三、珍妮雅上海市场启动计划

四、珍妮雅营销中的问题分析

五、珍妮雅的营销创新

第五章 2008-2009年中国减肥药品产业运行态势分析

第一节2008-2009年国际减肥药整体现状分析

一、国际减肥药市场发展状况

二、植物减肥药畅销国际市场

三、世界减肥药新产品研发动态及市场预测

第二节2008-2009年中国减肥药市场发展状况解析

一、中国减肥药市场发展特征分析

二、中西药争夺减肥药市场份额

三、“婚后减”开创减肥药品营销先河

第三节2008-2009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 2008-2009年中国减肥食品产业运行动态分析

第一节 2008-2009年中国减肥食品市场状况分析

- 一、世界减肥食品市场发展回顾
- 二、美国市场出现减肥冰淇淋
- 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、中国减肥食品市场的发展要突破五大难关

第二节 无糖食品

- 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、中国无糖糖果市场现状
- 四、无糖食品市场的问题分析

第三节 减肥饮品

- 一、减肥饮品开始在国际市场上走俏
- 二、可口可乐开发出减肥饮品

第四节 苹果醋制造业

- 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、河南苹果醋市场竞争状况
- 五、苹果醋开发前景分析

第七章 2008-2009年中国其他减肥产品运行形势分析

第一节 减肥茶

- 一、减肥茶瘦身“原理”
- 二、减肥茶市场存在问题分析
- 三、减肥茶市场面临困境

第二节 功能性内衣

- 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

第三节 减肥仪器

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

第八章 2008-2009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、减肥手术的风险分析

第二节 针灸减肥

一、针灸减肥概述

二、针灸减肥的机理

三、针灸穴位埋线减肥法介绍

四、针灸减肥市场状况分析

五、上海针灸减肥市场的问题分析

第三节 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、瑜伽市场的问题分析

五、瑜伽市场开发方向及策略

第九章 2008-2009年中国减肥产业市场竞争格局分析

第一节 2008-2009年中国减肥市场竞争现状分析

一、减肥药品竞争格局分析

二、减肥茶竞争分析

三、减肥仪器竞争分析

第二节 2008-2009年中国主要地区减肥市场格局分析

一、北京

二、上海

三、广州

第三节 2008-2009年中国减肥企业提升竞争力策略分析

第十章 2008-2009年中国减肥产业优势企业竞争力分析

第一节 汕头市大印象（集团）有限公司

一、公司简介

二、公司主要财务指标分析

三、公司成本费用情况

四、公司未来战略分析

第二节 温州浩力登科技有限公司

一、公司简介

二、公司主要财务指标分析

三、公司成本费用情况

四、公司未来战略分析

第三节 太极集团重庆涪陵制药厂有限公司

一、公司简介

二、公司主要财务指标分析

三、公司成本费用情况

四、公司未来战略分析

第四节 索芙特股份有限公司

一、公司简介

二、公司主要财务指标分析

三、公司成本费用情况

四、公司未来战略分析

第五节 珠海姗拉娜化妆品有限公司

一、公司简介

二、公司主要财务指标分析

三、公司成本费用情况

四、公司未来战略分析

第六节 婷美集团保健科技有限公司

一、公司简介

二、公司主要财务指标分析

三、公司成本费用情况

四、公司未来战略分析

第七节 上海罗氏制药有限公司

一、公司简介

二、公司主要财务指标分析

三、公司成本费用情况

四、公司未来战略分析

第八节 北京御生堂生物工程有限公司

一、公司简介

二、公司主要财务指标分析

三、公司成本费用情况

四、公司未来战略分析

第九节 南京长澳制药有限公司

一、公司简介

二、公司主要财务指标分析

三、公司成本费用情况

四、公司未来战略分析

第十节 北京澳特舒尔保健品开发有限公司

一、公司简介

二、公司主要财务指标分析

三、公司成本费用情况

四、公司未来战略分析

第十一节 略.....

第十一章 2009-2012年中国减肥行业的发展前景及趋势预测分析

第一节 2009-2012年中国减肥行业发展前景预测分析

一、全球减肥市场前景

二、中国瘦身行业的发展趋势

三、定位减肥将成减肥发展趋势

第二节 2009-2012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、美体减肥仪器的发展趋势分析

第三节2009-2012年中国减肥产业市场盈利预测分析

第十二章2009-2012年中国减肥产业投资机会与风险分析

第一节2009-2012年中国减肥产业投资环境分析

第二节2009-2012年中国减肥产业投资机会分析

一、区域投资热点分析

二、投资潜力分析

第三节2009-2012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

四、其他风险

第四节 专家投资建议

第十三章 金融危机对减肥产业的影响及企业应对策略分析

第一节 金融危机对减肥产业的影响

一、2009年金融危机对中国实体经济的影响基本面分析

二、金融危机对中国减肥产业的传导机制

第二节 我国减肥产业应对金融危机的主要策略探讨

一、政策角度

二、增强内功修炼，提升产品质量

三、海外并购策略

第三节 应对金融危机建议

图表名称：部分

图表 汕头市大印象（集团）有限公司盈利指标情况

图表 汕头市大印象（集团）有限公司资产运行指标状况

图表 汕头市大印象（集团）有限公司资产负债能力指标分析

图表 汕头市大印象（集团）有限公司盈利能力情况

图表 汕头市大印象（集团）有限公司销售收入情况

图表 汕头市大印象（集团）有限公司成本费用构成情况

图表 温州浩力登科技有限公司盈利指标情况

图表 温州浩力登科技有限公司资产运行指标状况

图表 温州浩力登科技有限公司资产负债能力指标分析

图表 温州浩力登科技有限公司盈利能力情况

图表 温州浩力登科技有限公司销售收入情况

图表 温州浩力登科技有限公司成本费用构成情况

图表 太极集团重庆涪陵制药厂有限公司盈利指标情况

图表 太极集团重庆涪陵制药厂有限公司资产运行指标状况

图表 太极集团重庆涪陵制药厂有限公司资产负债能力指标分析

图表 太极集团重庆涪陵制药厂有限公司盈利能力情况

图表 太极集团重庆涪陵制药厂有限公司销售收入情况

图表 太极集团重庆涪陵制药厂有限公司成本费用构成情况

图表 索芙特股份有限公司盈利指标情况

图表 索芙特股份有限公司资产运行指标状况

图表 索芙特股份有限公司资产负债能力指标分析

图表 索芙特股份有限公司盈利能力情况

图表 索芙特股份有限公司销售收入情况

图表 索芙特股份有限公司成本费用构成情况

图表 珠海姗拉娜化妆品有限公司盈利指标情况

图表 珠海姗拉娜化妆品有限公司资产运行指标状况

图表 珠海姗拉娜化妆品有限公司资产负债能力指标分析

图表 珠海姗拉娜化妆品有限公司盈利能力情况

图表 珠海姗拉娜化妆品有限公司销售收入情况

图表 珠海姗拉娜化妆品有限公司成本费用构成情况

图表 婷美集团保健科技有限公司盈利指标情况

图表 婷美集团保健科技有限公司资产运行指标状况

图表 婷美集团保健科技有限公司资产负债能力指标分析

图表 婷美集团保健科技有限公司盈利能力情况

图表 婷美集团保健科技有限公司销售收入情况

图表 婷美集团保健科技有限公司成本费用构成情况

图表 上海罗氏制药有限公司盈利指标情况
图表 上海罗氏制药有限公司资产运行指标状况
图表 上海罗氏制药有限公司资产负债能力指标分析
图表 上海罗氏制药有限公司盈利能力情况
图表 上海罗氏制药有限公司销售收入情况
图表 上海罗氏制药有限公司成本费用构成情况
图表 北京御生堂生物工程有限公司盈利指标情况
图表 北京御生堂生物工程有限公司资产运行指标状况
图表 北京御生堂生物工程有限公司资产负债能力指标分析
图表 北京御生堂生物工程有限公司盈利能力情况
图表 北京御生堂生物工程有限公司销售收入情况
图表 北京御生堂生物工程有限公司成本费用构成情况
图表 南京长澳制药有限公司盈利指标情况
图表 南京长澳制药有限公司资产运行指标状况
图表 南京长澳制药有限公司资产负债能力指标分析
图表 南京长澳制药有限公司盈利能力情况
图表 南京长澳制药有限公司销售收入情况
图表 南京长澳制药有限公司成本费用构成情况
图表 北京澳特舒尔保健品开发有限公司盈利指标情况
图表 北京澳特舒尔保健品开发有限公司资产运行指标状况
图表 北京澳特舒尔保健品开发有限公司资产负债能力指标分析
图表 北京澳特舒尔保健品开发有限公司盈利能力情况
图表 北京澳特舒尔保健品开发有限公司销售收入情况
图表 北京澳特舒尔保健品开发有限公司成本费用构成情况
图表 2009-2012年中国减肥行业发展前景预测分析
图表 2009-2012年中国减肥产业市场盈利预测分析
图表 略.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200904/16118.html>