

2013-2018年中国减肥市场 分析预测与发展趋势研究报告

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

《2013-2018年中国减肥市场分析预测与发展趋势研究报告》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/201310/98859.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

减肥属于以减少人体过度的脂肪、体重为目的的行为方式。是指某类体重超标的肥胖人群用各种方法如：跳舞、瑜伽。设法纠正肥胖者异常反应造成的不当行为，即用行为科学分析肥胖者摄食行为的特征和运动类型，以此为基础，合理修正导致肥胖的行动。

研究表明，因饮食不规律造成的肥胖者都或多或少的有肠道问题。与现代人饮食习惯过于精细、饮食不规律、食品安全等问题有关。摄入高纤维食物少，久坐，都是都市白领常见的生活状态。长此以往很容易引起毒素、重金属残留在肠道褶皱中淤积，更易造成脂肪局部堆积。对于容易堆积脂肪的女性来说，更易造成游泳圈，小肚腩，小腹赘肉。一旦开始出现这些问题，多数人选择节食、服用药物等方法，因为没有找到问题的根源，往往很难起效果。在国外人们一般选择天然、无副作用的产品来解决类似问题，例如澳洲人一般常用FruitBar来清除肠道毒素，比较天然、温和、无副作用。

我国儿童少年、成年人和老年人由于处于三种不同的生理区间，其体重和肥胖的特征性存在较大差异。儿童少年超重率为12.1%，肥胖率在11.9%，男性超重和肥胖率显著高于女性；成年人总体超重率在15%，成人BMI高峰年龄男性出现在50岁，女性出现在60岁，成人群地区差异表现在北方高于南方，大中城市高于农村地区，女性高于男性；老年人群的超重率：男性32.92%，女性34.84%，肥胖率：男性17.58%，女性10.98%，男性55岁后年龄增长而BMI下降，女性65岁后年龄增长而BMI下降。

近年我国减肥市场主要由药品和保健品两大类占领市场，主要销售终端分为医院和药店。作为减肥药品目前只有三种通用名药物在国内临床应用，即盐酸西布曲明、奥利司他和芬氟拉明，而盐酸西布曲明、奥利司他在2002年的金额份额分别为84.73%和15.24%与药店购药不同的是奥利司在医院的份额远远大于西布曲明。在抽样药店统计显示，盐酸西布曲明占有52.69%的购药份额，而奥利司他只有13.41%，大批保健品占33.7%的份额。

在54种减肥类保健品，中减肥茶所占数量比例和金额比例都是较高的。由于中国人有饮茶的习惯，故未来茶类保健品仍是主流的减肥保健品载体。2002年药店销售的减肥类产品品牌排序中，曲美、赛尼可、澳曲轻、大印象、秀身材、细有减肥、碧生源、更妖丽康丽亭和火美人被列入十大品牌。

中企顾问发布的《2013-2018年中国减肥市场分析预测与发展趋势研究报告》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，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

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 2012-2013年中国减肥产业运行环境分析

第一节国内宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2013年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2012-2013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

第三节 2012-2013年中国减肥产业社会环境分析

第三章 2012-2013年中国减肥市场发展形势分析

第一节 2012-2013年中国减肥市场现状分析

- 一、肥胖催生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 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013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

第四章 2012-2013年中国减肥产业市场运行动态分析

第一节 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013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、减肥中心的三大骗术

第五章 2012-2013年中国减肥药品产业市场运行态势分析

第一节 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013年中国减肥食品产业市场运行状况透析

第一节 2012-2013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、中国减肥食品市场的发展要突破五大难关
- 七、减肥食品行业亟需规范发展

第二节 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013年中国其他减肥产品市场运行走势分析

第一节 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013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 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 2012-2013年中国减肥市场广告分析

第一节 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013年中国减肥行业市场营销策略分析

第一节 2012-2013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

第四节 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

第五节 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

第十一章 2012-2013年中国减肥产业市场竞争格局分析

第一节 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013年中国减肥产业提升竞争力策略分析

第十二章 2012-2013年中国减肥行业重点企业竞争力分析

第一节 重庆太极实业(集团)股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 索芙特股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 北京澳特舒尔保健品开发有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节北京寿春堂医药保健品公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节婷美集团保健科技有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节汕头市大印象（集团）有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节修水县神茶实业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节黑龙江北奇神高科保健品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九节北京市天龙保健茶有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十节随州活化石生物保健工程有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十三章 2013-2017年中国减肥行业发展前景预测分析

第一节 2013-2017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 2013-2017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 2013-2017年中国减肥产业市场盈利预测分析

第十四章 2013-2017年中国减肥产业投资潜力分析

第一节 2013-2017年中国减肥产业投资环境分析

一、宏观经济预测分析

二、金融危机影响分析

第二节 2013-2017年中国减肥产业投资机会分析

第三节 2013-2017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 专家投资建议

报告图表摘要

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201310/98859.html>