

2020-2026年中国减肥食品 市场深度评估与战略咨询报告

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

《2020-2026年中国减肥食品市场深度评估与战略咨询报告》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/202006/169102.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

减肥食品就是具有减肥功效的食品。咱们中国素来有药食同源的说法。就是有一些中药既可以当食品来吃，同时还有一定的调理功效。一般情况下，这些药食同源的中药是没副作用的。当然也需要用的恰当，同时所用的食物或者说是中药要和自身的体质相适合。否则用的不当，或是不适合自己的体质也会有一定的不良反应。举个最简单的例子，胃部不好的人吃了凉性的食物或者吃了过热的刺激性的食物，都会出现不适的感觉。随着我国减肥市场需求的扩大，减肥食品产业具有良好的发展前景。

减肥食品市场得到以年轻女性为主的美容和瘦身愿望的支撑，使之成为在保健食品市场中的一大门类。我国的减肥食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。

报告目录 第一章 减肥食品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

2016-2019年中国减肥市场运行状况分析第一节 2016-2019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 2016-2019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 2016-2019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四节

2016-2019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 第三章 2016-2019年世界减肥食品产业运行状况分析第一节

2016-2019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、全球减肥食品市场动向第二节 2016-2019年世界减肥食品主要国家分析一、日本减肥观念转变减肥食品日益流行二、韩国研发减肥食用油三、英科学家制出新减肥食品第三节

2020-2026年世界减肥食品产业发展趋势分析 第四章 2016-2019年中国减肥食品产业运行环境分析第一节 2016-2019年中国宏观经济环境分析一、中国GDP分析二、消费价格指数分析三、城乡居民收入分析四、社会消费品零售总额五、全社会固定资产投资分析六、进出口总额及增长率分析七、存贷款利率变化八、财政收支状况第二节 2016-2019年中国减肥食品产业政策分析一、《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 2016-2019年中国减肥食品产业社会环境分析一、中国居民消费观念二、中

国人口规模及结构三、肥胖人群规模 第五章 2016-2019年中国减肥食品产业运行形势透析第一节 2016-2019年中国减肥食品产业发展综述一、中国减肥食品市场的发展要突破五大难关二、减肥食品行业亟需规范发展三、数百亿的市场空间引发掘金热潮第二节 2016-2019年中国减肥食品发展存在的问题分析一、减肥保健食品中添加禁用药物情况严重二、虚假广告“忽悠”消费者三、法规漏洞制造监管空档四、监管乏力让减肥保健食品生产厂家有恃无恐第三节 2016-2019年中国减肥食品产业亟需建立长效监管机制一、对涉及减肥保健食品相关的法规要系统性地完善二、加强中药研究，规范保健食品市场，以防走极端三、借鉴药品管理办法四、全国对保健食品整治行动要同步五、建立全国减肥保健食品检测和不良反应申报体系 第六章 2016-2019年减肥产品目标客户群市场消费者调查分析第一节 2016-2019年中国三类肥胖人群的特征调查分析一、儿童青少年肥胖和超重特征分析1.儿童青少年肥胖率总体发展趋势2.我国城市儿童肥胖因素分析二、中年人群超重和肥胖因素分析1.中年人群超重和肥胖率2.我国成年人肥胖发展趋势三、我国老年人超重和肥胖特征1.抽样地区老年人群肥胖现状2.评价老年人肥胖指标第二节 中国人热量、蛋白质、脂肪摄入量来源构成分析第三节 消费者愿意尝试的减肥方式调查分析一、运动二、减肥药物三、控制饮食四、饥饿疗法五、手术减肥第四节 消费者购买减肥产品价位调查分析第五节 消费者使用减肥产品频率调查分析第六节 消费者购买减肥产品途径调查分析一、报纸广告二、电视商场广告三、网络广告四、其他途径五、促销推荐六、朋友推荐第七节 消费者购买减肥产品的场所调查分析一、药店二、网购三、其它第八节 阻碍消费者购买减肥产品的原因一、有副作用二、效果不明显三、企业不诚信四、宣传夸大其词五、其他第九节 重点消费城市调查分析一、北京二、广州三、上海四、南京 第七章 2016-2019年中国减肥食品主要细分产品市场动态分析第一节 2016-2019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二节 2016-2019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三节 2016-2019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 第八章 2016-2019年中国减肥行业营销策略分析第一节 2016-2019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第二节 2016-2019年中国减肥食品营销策略分析一、减肥产品推广期的营销策略二、减肥保健食品的市场突围策略第三节 2016-2019年中国减肥食品营销案例分析 第九章 2016-2019年中国减肥食品产业市场竞争格局分析第一节 2016-2019年中国减肥食品产业竞争现状分析一、减肥食品价格竞争分析二

、减肥食品品牌竞争分析三、减肥食品成本竞争分析第二节 2016-2019年中国减肥食品行业集中度运行分析一、市场集中度分析二、区域集中度分析第三节 2016-2019年中国减肥食品产业提升竞争力策略分析第四节 2020-2026年中国减肥食品产业竞争趋势分析 第十章 2016-2019年中国减肥食品重点生产企业运营关键性财务数据分析第一节 沈阳麦金利纯净水有限公司一、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 佛山市海天调味食品有限公司一、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三节 江苏恒顺集团有限公司一、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四节 灵宝市远村天然食品有限责任公司一、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 广东天地壹号饮料有限公司一、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 耶赛明（南通）保健食品有限公司一、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七节 上海美京食品有限公司一、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 第十一章 2020-2026年中国减肥食品产业发展趋势分析第一节 2020-2026年中国减肥瘦身趋势分析一、趋势：健康减肥才是市场主流二、连锁经营提升减肥纤体品牌三、看加盟机构的经验管理理念是否先进第二节 2020-2026年中国减肥食品产业市场预测分析一、减肥食品供给预测分析二、减肥食品需求预测分析第三节 2020-2026年中国减肥食品产业盈利预测分析 第十二章 2020-2026年中国减肥食品产业投资前景预测第一节 2016-2019年中国减肥食品产业投资环境分析第二节 2020-2026年中国减肥食品产业投资机会分析一、减肥食品投资潜力分析二、减肥食品投资吸引力分析第三节 2020-2026年中国减肥食品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 观点 图表目录：图表：2016-2019年中国GDP总量及增长趋势图图表：2019年中国三产业增加值结构图图表：2016-2019年中国CPI、PPI月度走势图图表：2016-2019年我国城镇居民可支配收入增长趋势图图表：2016-2019年我国农村居民人均纯收入增长趋势图图表：2016-2019年中国城乡居民人均收入增长对比图图表：2016-2019年中国城乡居民恩格尔系数对比表图表：2016-2019年中国城乡居民恩格尔系数走势图图表：2016-2019年中国工业增加值增长趋势图图表：2016-2019年我国社会固定资产投资额走势图图表：2016-2019年我国城乡固定资产投资额对比图图表：2016-2019年我国财政收入支出走势图图表：2016-2019年人民币兑美元汇率中间价图表：2019年人民币汇率中间价对照表图表：2016-2019年中国货币供应量统计表 单位：亿元图表

：2016-2019年中国货币供应量的增速走势图图表：2016-2019年中国外汇储备走势图图表
：2016-2019年中国外汇储备及增速变化图图表：2019年12月23日人民币利率调整表图表
：2016-2019年央行历次调整利率时间及幅度表图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表
图表：2016-2019年中国社会消费品零售总额增长趋势图图表：2016-2019年我国货物进出口总额走势图图表：2016-2019年中国货物进口总额和出口总额走势图图表：2016-2019年中国就业人数走势图图表：2016-2019年中国城镇就业人数走势图图表：2016-2019年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图图表：2016-2019年我国总人口数量增长趋势图图表：2019年人口数量及其构成图表：2016-2019年中国城镇化率走势图图表：2016-2019年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图图表：减肥市场消费人群分类图表：减肥市场女性消费群体基本特征图表：减肥市场消费心理分析图表：消费者对减肥市场相关认知图表：减肥者购买行为及场所分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202006/169102.html>