

2012-2016年中国减肥行业 运营状况分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2012-2016年中国减肥行业运营状况分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/baojian1202/O528532D6J.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2012-02-15

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2012-2016年中国减肥行业运营状况分析与投资前景研究报告》共十四章。首先介绍了减肥相关概述、中国减肥市场运行环境等，接着分析了中国减肥市场发展的现状，然后介绍了中国减肥重点区域市场运行形势。随后，报告对中国减肥重点企业经营状况分析，最后分析了中国减肥行业发展趋势与投资预测。您若想对减肥产业有个系统的了解或者想投资减肥行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

通过《2012-2016年中国减肥行业运营状况分析与投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

尽管中国是世界上肥胖人口最多的国家，但由于消费习惯和观念的影响，减肥产品自上市以来，其消费者主要是城市青年女性，虽然近些年来减肥产品消费者的平均年龄有增加的趋势，但减肥产品的主要消费人群仍然局限在一个十分狭小的范围内。20世纪90年代以来，我国减肥产品消费迅速增加，购买减肥产品已经成为城市女性消费者的经常消费项目。但是，随着减肥产品主要消费人群的消费潜力被充分挖掘，我国减肥产品市场容量的扩张速度将逐渐放缓。当然，减肥药品的上市在一定程度上可能会起到扩大主要消费人群的作用，但这一作用在短期内可能不会产生明显效应。因此，在今后三年至五年内，我国减肥产品市场容量的增长速度将很难超过近年来平均7%的年增长率。

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 中国减肥产业运行环境分析

第一节 国内减肥经济环境分析

- 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、2012年中国减肥经济发展预测分析

第二节 中国减肥行业政策环境分析

第三章 中国减肥市场发展形势分析

第一节 2011-2012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 2011-2012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 2011-2012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 2011-2012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 中国减肥产业市场运行动态分析

第一节 2011-2012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 2011-2012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 2011-2012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 中国减肥药品产业市场运行态势分析

第一节 2011-2012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 2011-2012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 2011-2012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、国内高端减肥药市场面临冲击

三、中西药争夺减肥药市场份额

四、我国开展儿童专用减肥药研发

第四节 2011-2012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 中国减肥食品产业市场运行状况分析

第一节 2011-2012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 2011-2012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 2011-2012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 2011-2012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 中国其他减肥产品市场运行走势分析

第一节 2011-2012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 2011-2012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 2011-2012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 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 中国减肥市场广告分析

第一节 2011-2012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 2011-2012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 2011-2012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 中国减肥行业营销策略分析

第一节 2011-2012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、减肥产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 中国减肥产业市场竞争格局分析

第一节 2011-2012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 2011-2012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 2011-2012年中国减肥产业提升竞争力策略分析

第十二章 中国减肥行业重点企业分析

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 2012-2016年中国减肥行业发展前景预测分析

第一节 2012-2016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 2012-2016年中国主要减肥项目和产品的发展分析

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 2012-2016年中国减肥产业市场盈利预测分析

第十四章 2012-2016年中国减肥产业投资潜力分析

第一节 2012-2016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 2012-2016年中国减肥产业投资机会分析

第三节 2012-2016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

图表目录（部分）：

图表：2005-2011年国内生产总值

图表：2005-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2011年国家外汇储备

图表：2005-2011年财政收入

图表：2005-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：重庆太极实业(集团)股份有限公司主要经济指标走势图

图表：重庆太极实业(集团)股份有限公司经营收入走势图

图表：重庆太极实业(集团)股份有限公司盈利指标走势图

图表：重庆太极实业(集团)股份有限公司负债情况图

图表：重庆太极实业(集团)股份有限公司负债指标走势图

图表：重庆太极实业(集团)股份有限公司运营能力指标走势图

图表：重庆太极实业(集团)股份有限公司成长能力指标走势图

图表：索芙特股份有限公司主要经济指标走势图

图表：索芙特股份有限公司经营收入走势图

图表：索芙特股份有限公司盈利指标走势图

图表：索芙特股份有限公司负债情况图

图表：索芙特股份有限公司负债指标走势图

图表：索芙特股份有限公司运营能力指标走势图

图表：索芙特股份有限公司成长能力指标走势图

图表：北京澳特舒尔保健品开发有限公司主要经济指标走势图

图表：北京澳特舒尔保健品开发有限公司经营收入走势图

图表：北京澳特舒尔保健品开发有限公司盈利指标走势图

图表：北京澳特舒尔保健品开发有限公司负债情况图

图表：北京澳特舒尔保健品开发有限公司负债指标走势图

图表：北京澳特舒尔保健品开发有限公司运营能力指标走势图

图表：北京澳特舒尔保健品开发有限公司成长能力指标走势图

图表：北京寿春堂医药保健品公司主要经济指标走势图

图表：北京寿春堂医药保健品公司经营收入走势图

图表：北京寿春堂医药保健品公司盈利指标走势图

图表：北京寿春堂医药保健品公司负债情况图

图表：北京寿春堂医药保健品公司负债指标走势图

图表：北京寿春堂医药保健品公司运营能力指标走势图

图表：北京寿春堂医药保健品公司成长能力指标走势图

图表：婷美集团保健科技有限公司主要经济指标走势图

图表：婷美集团保健科技有限公司经营收入走势图

图表：婷美集团保健科技有限公司盈利指标走势图

图表：婷美集团保健科技有限公司负债情况图

图表：婷美集团保健科技有限公司负债指标走势图

图表：婷美集团保健科技有限公司运营能力指标走势图

图表：婷美集团保健科技有限公司成长能力指标走势图

图表：汕头市大印象（集团）有限公司主要经济指标走势图

图表：汕头市大印象（集团）有限公司经营收入走势图

图表：汕头市大印象（集团）有限公司盈利指标走势图

图表：汕头市大印象（集团）有限公司负债情况图

图表：汕头市大印象（集团）有限公司负债指标走势图

图表：汕头市大印象（集团）有限公司运营能力指标走势图

图表：汕头市大印象（集团）有限公司成长能力指标走势图

图表：修水县神茶实业有限公司主要经济指标走势图

图表：修水县神茶实业有限公司经营收入走势图

图表：修水县神茶实业有限公司盈利指标走势图

图表：修水县神茶实业有限公司负债情况图

图表：修水县神茶实业有限公司负债指标走势图

图表：修水县神茶实业有限公司运营能力指标走势图

图表：修水县神茶实业有限公司成长能力指标走势图

图表：黑龙江北奇神高科保健品有限公司主要经济指标走势图

图表：黑龙江北奇神高科保健品有限公司经营收入走势图

图表：黑龙江北奇神高科保健品有限公司盈利指标走势图

图表：黑龙江北奇神高科保健品有限公司负债情况图

图表：黑龙江北奇神高科保健品有限公司负债指标走势图
图表：黑龙江北奇神高科保健品有限公司运营能力指标走势图
图表：黑龙江北奇神高科保健品有限公司成长能力指标走势图
图表：北京市天龙保健茶有限公司主要经济指标走势图
图表：北京市天龙保健茶有限公司经营收入走势图
图表：北京市天龙保健茶有限公司盈利指标走势图
图表：北京市天龙保健茶有限公司负债情况图
图表：北京市天龙保健茶有限公司负债指标走势图
图表：北京市天龙保健茶有限公司运营能力指标走势图
图表：北京市天龙保健茶有限公司成长能力指标走势图
图表：随州活化石生物保健工程有限公司主要经济指标走势图
图表：随州活化石生物保健工程有限公司经营收入走势图
图表：随州活化石生物保健工程有限公司盈利指标走势图
图表：随州活化石生物保健工程有限公司负债情况图
图表：随州活化石生物保健工程有限公司负债指标走势图
图表：随州活化石生物保健工程有限公司运营能力指标走势图
图表：随州活化石生物保健工程有限公司成长能力指标走势图
图表：略……

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/baojian1202/O528532D6J.html>