

2015-2020年中国减肥食品 市场供需分析调查及投资规划建议研究报告

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

《2015-2020年中国减肥食品市场供需分析调查及投资规划建议研究报告》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/shipin1502/U251048XOF.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2024-12-23

【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

报告目录：

第一章 减肥食品产业相关概述1

第一节 肥胖的相关常识1

一、肥胖产生的原因分析1

二、肥胖的计算公式及分类3

三、不同肥胖类型的特征4

四、儿童肥胖的原因及危害6

第二节 健康饮食常识10

一、卡路里的概念与摄取量10

二、主要食品热量统计13

三、饮食要营养均衡15

第二章 2011-2014年中国减肥市场运行状况分析18

第一节 2011-2014年中国减肥市场现状分析18

一、肥胖催生中国减肥市场的发展18

二、中国减肥市场的发展特点21

三、中国减肥市场打破旧有秩序谋求差异化经营23

第二节 2011-2014年中国减肥产品发展概况25

一、减肥产品类型分析25

二、减肥产品的开发特点分析27

三、减肥产品的消费特征28

四、减肥产品的开发方向30

第三节 2011-2014年中国减肥消费市场整体分析34

一、减肥市场消费人群分类34

二、减肥市场女性消费群体基本特征37

三、减肥市场消费心理分析39

四、消费者对减肥市场相关认知40

五、减肥者购买行为及场所分析42

第四节 2011-2014年中国专业减肥中心发展的现状分析46

一、减肥行业步入专业减肥纤体新阶段46

二、专业美体瘦身行业的发展现状49

| | |
|-------------------------------|-----|
| 三、中国美体减肥店的主要类型 | 51 |
| 四、广州四种类型纤体中心特征分析 | 52 |
| 五、减肥中心的三大骗术 | 54 |
| 第三章 2011-2014年世界减肥食品产业运行状况分析 | 59 |
| 第一节 2011-2014年世界减肥食品市场状况分析 | 59 |
| 一、世界减肥食品市场发展回顾 | 59 |
| 二、欧盟实施减肥食品新规定 | 60 |
| 三、全球减肥食品市场动向 | 62 |
| 第二节 2011-2014年世界减肥食品主要国家分析 | 66 |
| 一、日本减肥观念转变减肥食品日益流行 | 66 |
| 二、韩国研发减肥食用油 | 69 |
| 三、英科学家制出新减肥食品 | 71 |
| 第三节 2011-2014年世界减肥食品产业发展趋势分析 | 73 |
| 第四章 2011-2014年中国减肥食品产业运行环境分析 | 75 |
| 第一节 2011-2014年中国宏观经济环境分析 | 75 |
| 一、中国GDP分析 | 75 |
| 二、城乡居民家庭人均可支配收入 | 76 |
| 三、恩格尔系数 | 78 |
| 四、工业发展形势分析 | 81 |
| 五、存贷款利率变化 | 83 |
| 六、财政收支状况 | 84 |
| 第二节 2011-2014年中国减肥食品产业政策分析 | 87 |
| 一、《保健食品评审技术规程》 | 87 |
| 二、《保健食品广告审查暂行规定》 | 88 |
| 三、相关产业政策影响分析 | 90 |
| 第三节 2011-2014年中国减肥食品产业社会环境分析 | 94 |
| 第五章 2011-2014年中国减肥食品产业运行形势透析 | 96 |
| 第一节 2011-2014年中国减肥食品产业发展综述 | 96 |
| 一、中国减肥食品市场的发展要突破五大难关 | 96 |
| 二、减肥食品行业亟需规范发展 | 98 |
| 三、数百亿的市场空间引发掘金热潮 | 101 |
| 第二节 2011-2014年中国减肥食品发展存在的问题分析 | 104 |

| | |
|----------------------------------|-----|
| 一、减肥保健食品中添加禁用药物情况严重 | 104 |
| 二、虚假广告“忽悠”消费者 | 106 |
| 三、法规漏洞制造监管空档 | 109 |
| 四、监管乏力让减肥保健食品生产厂家有恃无恐 | 111 |
| 第三节 2011-2014年中国减肥食品产业亟需建立长效监管机制 | 113 |
| 一、对涉及减肥保健食品相关的法规要系统性地完善 | 113 |
| 二、加强中药研究，规范保健食品市场，以防走极端 | 115 |
| 三、借鉴药品管理办法 | 116 |
| 四、全国对保健食品整治行动要同步 | 118 |
| 五、建立全国减肥保健食品检测和不良反应申报体系 | 121 |
| 第六章 2011-2014年中国减肥食品主要细分产品市场动态分析 | 125 |
| 第一节 2011-2014年中国无糖食品产业运行分析 | 125 |
| 一、无糖食品流行国际食品市场 | 125 |
| 二、美国减肥糖果销售市场看好 | 127 |
| 三、我国无糖食品市场受宠 | 128 |
| 四、无糖食品市场营销分析 | 130 |
| 五、我国无糖食品行业期待规范发展 | 133 |
| 第二节 2011-2014年中国减肥饮品产业市场分析 | 136 |
| 一、减肥饮品开始在国际市场上走俏 | 136 |
| 二、挪威研发具有减肥功效的绿茶饮料 | 138 |
| 三、可口可乐开发出减肥饮品 | 141 |
| 第三节 2011-2014年中国苹果醋制造业运行分析 | 144 |
| 一、中国果醋原料市场状况 | 144 |
| 二、苹果醋生产工艺简介 | 146 |
| 三、苹果醋的功效 | 149 |
| 四、中国苹果醋行业现状及存在的问题 | 151 |
| 五、河南苹果醋市场竞争状况 | 152 |
| 六、苹果醋开发前景分析 | 154 |
| 第七章 2011-2014年中国减肥行业营销策略分析 | 159 |
| 第一节 2011-2014年中国减肥业营销现状与策略分析 | 159 |
| 一、减肥市场三大营销案例比较 | 159 |
| 二、减肥产品销售的卖点分析 | 160 |

| | |
|---------------------------------|-----|
| 三、减肥市场营销模式探析 | 162 |
| 四、减肥市场区域滚动销售模式分析 | 165 |
| 五、减肥市场启动期的营销要点分析 | 167 |
| 第二节 2011-2014年中国减肥食品营销策略分析 | 169 |
| 一、减肥产品推广期的营销策略 | 169 |
| 二、减肥保健品的市场突围策略 | 171 |
| 第三节 2011-2014年中国减肥食品营销案例分析 | 173 |
| 第八章 2011-2014年中国减肥食品产业市场竞争格局分析 | 175 |
| 第一节 2011-2014年中国减肥食品产业竞争现状分析 | 175 |
| 一、减肥食品价格竞争分析 | 175 |
| 二、减肥食品品牌竞争分析 | 176 |
| 三、减肥食品成本竞争分析 | 178 |
| 第二节 2011-2014年中国减肥食品行业集中度运行分析 | 182 |
| 一、市场集中度分析 | 182 |
| 二、区域集中度分析 | 185 |
| 第三节 2011-2014年中国减肥食品产业提升竞争力策略分析 | 188 |
| 第四节 2011-2014年中国减肥食品产业竞争趋势分析 | 189 |
| 第九章 2011-2014年中国减肥食品产业优势企业竞争力分析 | 191 |
| 第一节 沈阳麦金利纯净水有限公司 | 191 |
| 一、企业基本概况 | 191 |
| 二、企业销售收入及盈利水平分析 | 192 |
| 三、企业资产及负债情况分析 | 194 |
| 四、企业成本费用情况 | 197 |
| 第二节 佛山市海天调味食品有限公司 | 200 |
| 一、企业基本概况 | 200 |
| 二、企业销售收入及盈利水平分析 | 202 |
| 三、企业资产及负债情况分析 | 205 |
| 四、企业成本费用情况 | 207 |
| 第三节 江苏恒顺集团有限公司 | 209 |
| 一、企业基本概况 | 209 |
| 二、企业销售收入及盈利水平分析 | 211 |
| 三、企业资产及负债情况分析 | 212 |

四、企业成本费用情况214

第四节 灵宝市远村天然食品有限责任公司218

一、企业基本情况218

二、企业销售收入及盈利水平分析221

三、企业资产及负债情况分析223

四、企业成本费用情况224

第五节 广东天地壹号饮料有限公司227

一、企业基本情况227

二、企业销售收入及盈利水平分析228

三、企业资产及负债情况分析230

四、企业成本费用情况233

第六节 耶赛明（南通）保健食品有限公司236

一、企业基本情况236

二、企业销售收入及盈利水平分析238

三、企业资产及负债情况分析241

四、企业成本费用情况243

第七节 上海美京食品有限公司245

一、企业基本情况245

二、企业销售收入及盈利水平分析247

三、企业资产及负债情况分析248

四、企业成本费用情况250

第八节 略…………254

第十章 2015-2020年中国减肥食品产业发展趋势分析256

第一节 2015-2020年中国减肥瘦身趋势分析256

一、趋势：健康减肥才是市场主流256

二、连锁经营提升减肥纤体品牌258

三、看加盟机构的经验管理理念是否先进261

第二节 2015-2020年中国减肥食品产业市场预测分析264

一、减肥食品供给预测分析264

二、减肥食品需求预测分析266

第三节 2015-2020年中国减肥食品产业盈利预测分析270

第十一章 2015-2020年中国减肥食品产业投资机会与风险分析272

第一节 2015-2020年中国减肥食品产业投资环境分析272

第二节 2015-2020年中国减肥食品产业投资机会分析273

一、减肥食品投资潜力分析273

二、减肥食品投资吸引力分析275

第三节 2015-2020年中国减肥食品产业投资前景分析277

一、市场竞争风险277

二、政策风险279

三、进入退出风险280

图表目录：

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

图表：中国GDP分析

图表：城乡居民家庭人均可支配收入

图表：恩格尔系数

图表：工业发展形势分析

图表：存贷款利率变化

图表：财政收支状况

图表：沈阳麦金利纯净水有限公司销售收入情况

图表：沈阳麦金利纯净水有限公司盈利指标情况

图表：沈阳麦金利纯净水有限公司盈利能力情况

图表：沈阳麦金利纯净水有限公司资产运行指标状况

图表：沈阳麦金利纯净水有限公司资产负债能力指标分析

图表：沈阳麦金利纯净水有限公司成本费用构成情况

图表：佛山市海天调味食品有限公司销售收入情况

图表：佛山市海天调味食品有限公司盈利指标情况

图表：佛山市海天调味食品有限公司盈利能力情况

图表：佛山市海天调味食品有限公司资产运行指标状况

图表：佛山市海天调味食品有限公司资产负债能力指标分析

图表：佛山市海天调味食品有限公司成本费用构成情况

图表：江苏恒顺集团有限公司销售收入情况

图表：江苏恒顺集团有限公司盈利指标情况

图表：江苏恒顺集团有限公司盈利能力情况

图表：江苏恒顺集团有限公司资产运行指标状况

图表：江苏恒顺集团有限公司资产负债能力指标分析

图表：江苏恒顺集团有限公司成本费用构成情况

图表：灵宝市远村天然食品有限责任公司销售收入情况

图表：灵宝市远村天然食品有限责任公司盈利指标情况

图表：灵宝市远村天然食品有限责任公司盈利能力情况

图表：灵宝市远村天然食品有限责任公司资产运行指标状况

图表：灵宝市远村天然食品有限责任公司资产负债能力指标分析

图表：灵宝市远村天然食品有限责任公司成本费用构成情况

图表：广东天地壹号饮料有限公司销售收入情况

图表：广东天地壹号饮料有限公司盈利指标情况

图表：广东天地壹号饮料有限公司盈利能力情况

图表：广东天地壹号饮料有限公司资产运行指标状况

图表：广东天地壹号饮料有限公司资产负债能力指标分析

图表：广东天地壹号饮料有限公司成本费用构成情况

图表：耶赛明（南通）保健食品有限公司销售收入情况

图表：耶赛明（南通）保健食品有限公司盈利指标情况

图表：耶赛明（南通）保健食品有限公司盈利能力情况

图表：耶赛明（南通）保健食品有限公司资产运行指标状况

图表：耶赛明（南通）保健食品有限公司资产负债能力指标分析

图表：耶赛明（南通）保健食品有限公司成本费用构成情况

图表：上海美京食品有限公司销售收入情况

图表：上海美京食品有限公司盈利指标情况

图表：上海美京食品有限公司盈利能力情况

图表：上海美京食品有限公司资产运行指标状况

图表：上海美京食品有限公司资产负债能力指标分析

图表：上海美京食品有限公司成本费用构成情况

图表：2015-2020年中国减肥食品供给预测分析

图表：2015-2020年中国减肥食品需求预测分析

图表：2015-2020年中国减肥食品产业盈利

详细请访问：<http://www.bosidata.com/shipin1502/U251048XOF.html>