

# 中国减肥食品市场消费需求调研及营销模式研究报告（2011-2015年）

## 报告目录及图表目录

## 一、报告报价

《中国减肥食品市场消费需求调研及营销模式研究报告（2011-2015年）》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.chinairr.org/report/R10/R1006/201109/29-84333.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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。

随着减肥食品市场竞争的愈发激烈，快速有效的掌握市场发展情况成为企业决策成功与否的关键。近些年各行业市场的规模和特点都出现了很大的变革，如何从专业的眼光认识减肥食品行业的发展和市场的转变，将成为企业未来生存和发展的首要问题。

《中国减肥食品市场消费需求调研及营销模式研究报告(2011-2015)》在对减肥食品产品行业的市场现状、发展环境、全球市场境况、竞争调查、区域竞争调查、企业竞争调查进行全面、细致研究的基础上，并对减肥食品产品行业内重点企业的产品竞争策略和发展动向进行了深入剖析，另外为还对减肥食品产品行业未来市场发展趋势进行了判断，旨在为投资者提供高价值的决策参考。

### 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 2010-2011年中国减肥市场运行状况分析

#### 第一节 2010-2011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2010-2011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2010-2011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2010-2011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2010-2011年世界减肥食品产业运行状况分析

#### 第一节2010-2011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2010-2011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2011-2015年世界减肥食品产业发展趋势分析

### 第四章 2010-2011年中国减肥食品产业运行环境分析

#### 第一节2010-2011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2010-2011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2010-2011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 2010-2011年中国减肥食品产业运行形势透析

### 第一节2010-2011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2010-2011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2010-2011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 2010-2011年减肥产品目标客户群市场消费者调查分析

### 第一节 2010-2011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2010-2011年中国减肥食品主要细分产品市场动态分析

#### 第一节2010-2011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2010-2011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2010-2011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2010-2011年中国减肥行业营销策略分析

#### 第一节2010-2011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2010-2011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、减肥保健品的市场突围策略

第三节2010-2011年中国减肥食品营销案例分析

第九章2010-2011年中国减肥食品产业市场竞争格局分析

第一节2010-2011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2010-2011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2010-2011年中国减肥食品产业提升竞争力策略分析

第四节 2011-2015年中国减肥食品产业竞争趋势分析

第十章2010-2011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、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第二节 佛山市海天调味食品有限公司

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第三节 江苏恒顺集团有限公司



## 一、公司基本概述

## 二、公司主要经营数据指标分析

## 三、公司竞争力分析

## 四、公司发展战略分析

### 第四节 灵宝市远村天然食品有限责任公司

## 一、公司基本概述

## 二、公司主要经营数据指标分析

## 三、公司竞争力分析

## 四、公司发展战略分析

### 第五节 广东天地壹号饮料有限公司

## 一、公司基本概述

## 二、公司主要经营数据指标分析

## 三、公司竞争力分析

## 四、公司发展战略分析

### 第六节 耶赛明（南通）保健食品有限公司

## 一、公司基本概述

## 二、公司主要经营数据指标分析

## 三、公司竞争力分析

## 四、公司发展战略分析

### 第七节 上海美京食品有限公司

## 一、公司基本概述

## 二、公司主要经营数据指标分析

## 三、公司竞争力分析

## 四、公司发展战略分析

### 第八节 略&hellip;&hellip;

## 第十一章2011-2015年中国减肥食品产业投资前景预测

### 第一节2010-2011年中国减肥食品产业投资环境分析

### 第二节2011-2015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2011-2015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 研究中心专家观点

## 第十二章2011-2015年中国减肥食品产业发展趋势分析

### 第一节2011-2015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2011-2015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2011-2015年中国减肥食品产业盈利预测分析

## 图表名称：部分

图表 2005-2010年中国GDP总量及增长趋势图

图表 2010年一季度中国三产业增加值结构图

图表 2008-2010年中国CPI、PPI月度走势图

图表 2005-2010年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表 2005-2010年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表 2000-2009年中国城乡居民人均收入增长对比图

图表 1978-2009中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表 1978-2009中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表 2005-2009年中国工业增加值增长趋势图

图表 2005-2010年我国社会固定资产投资额走势图

图表 2005-2010年我国城乡固定资产投资额对比图

图表 2005-2009年我国财政收入支出走势图

图表 2009年1月-2010年4月人民币兑美元汇率中间价

图表 2010年4月人民币汇率中间价对照表

图表 2009年1月-2010年3月中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表 2009年1月-2010年3月中国货币供应量的增速走势图

图表 2001-2009年中国外汇储备走势图

图表 2005-2009年中国外汇储备及增速变化图

图表 2008年12月23日人民币利率调整表

图表 2007-2008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 2005-2010年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表 2005-2010年我国货物进出口总额走势图

图表 2005-2010年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表 2005-2009年中国就业人数走势图

图表 2005-2009年中国城镇就业人数走势图

图表 1978-2009年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表 1978-2009年我国总人口数量增长趋势图

图表 2009年人口数量及其构成

图表 1978-2009年中国城镇化率走势图

图表 2005-2009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

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盈利能力情况

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成本费用构成情况

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盈利能力情况

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成本费用构成情况

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盈利能力情况

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盈利指标情况

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盈利能力情况

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成本费用构成情况

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盈利能力情况

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成本费用构成情况

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）保健食品有限公司盈利能力情况

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）保健食品有限公司成本费用构成情况

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盈利能力情况

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成本费用构成情况

图表 2011-2015年中国减肥食品供给预测分析

图表 2011-2015年中国减肥食品需求预测分析

图表 2011-2015年中国减肥食品产业盈利预测分析

图表 略&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R10/R1006/201109/29-84333.html>