

2017-2022年中国减肥食品 市场调研及发展前景分析报告

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

《2017-2022年中国减肥食品市场调研及发展前景分析报告》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/201705/140844.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

报告目录

第一部分 减肥食品行业特性研究

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 2013-2014年中国减肥食品行业产业经济发展环境分析

第一节 2013-2014年中国减肥食品行业产业经济运行环境分析

一、2013年国内生产总值

二、2013年全国居民消费价格总水平

三、2008-2013年全国居民收入情况分析

四、2013年我国居民收入基尼系数

五、2013年全国固定资产投资（不含农户）

六、2013年社会消费品零售总额

七、2013年我国外贸进出口总值

第二节 2013-2014年中国减肥食品行业产业政策环境分析

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 2013-2014年中国减肥食品行业产业社会环境分析

一、2013-2014年我国人口结构分析

二、2013-2014年教育环境分析

三、2013-2014年文化环境分析

四、2013-2014年生态环境分析

五、2013-2014年中国城镇化率分析

第四节 2013-2014年中国减肥食品行业产业技术环境分析

第二部分减肥食品行业发展现状研究

第一章 2013-2014年世界减肥食品产业发展态势分析

第一节 2013-2014年世界减肥食品产业发展现状

一、世界减肥食品产业发展历程分析

二、世界减肥食品产业规模分析

三、世界减肥食品产业技术现状分析

第二节 2013-2014年世界减肥食品重点市场运行透析

一、美国减肥食品市场发展分析

二、日本减肥食品市场发展分析

三、欧洲国家减肥食品市场发展解析

第三节 2017-2022年世界减肥食品产业发展趋势分析

第二章 2013-2014年中国减肥食品产业运行形势透析

第一节 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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

第三章 2013-2014年减肥产品目标客户群市场消费者调查分析

第一节 2013-2014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

第四章2013-2014年中国减肥食品主要细分产品市场动态分析

第一节2013-2014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2013-2014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2013-2014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

第五章2013-2014年中国减肥行业市场营销策略分析

第一节2013-2014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2009-2010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2013-2014年中国减肥食品营销案例分析

第六章 2013-2014年中国减肥食品行业竞争状况分析

第一节 2013-2014年中国减肥食品行业竞争力分析

- 一、中国减肥食品行业要素成本分析
- 二、品牌竞争分析
- 三、技术竞争分析

第二节 2013-2014年中国减肥食品行业市场区域格局分析

- 一、重点生产区域竞争力分析
- 二、市场销售集中分布
- 三、国内企业与国外企业相对竞争力

第三节 2013-2014年中国减肥食品行业市场集中度分析

- 一、行业集中度分析
- 二、企业集中度分析

第四节中国减肥食品行业五力竞争分析

- 一、“波特五力模型”介绍
- 二、行业“波特五力模型”分析
 - (1) 行业内竞争
 - (2) 潜在进入者威胁
 - (3) 替代品威胁
 - (4) 供应商议价能力分析
 - (5) 买方侃价能力分析

第五节 2013-2014年中国减肥食品产业提升竞争力策略分析

第三部分 减肥食品相关行业分析

第一章 2013-2014年中国减肥市场运行状况分析

第一节2013-2014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2013-2014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2013-2014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2013-2014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

第二章 2013-2014年中国减肥食品下游需求情况分析

第一节 2013-2014年中国减肥食品下游行业市场分析

第二节 2013-2014年中国减肥食品下游行业需求情况分析

第三节 2017-2022年中国减肥食品下游行业市场发展趋势分析

第四部分 减肥食品行业企业竞争力分析

第一章 2013-2014年我国减肥食品主要企业分析

第一节 沈阳麦金利纯净水有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、销售渠道与网络
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业经营能力分析
- 七、企业经营优劣势分析
- 八、企业发展优势分析

第二节 佛山市海天调味食品有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、销售渠道与网络
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业经营能力分析
- 七、企业经营优劣势分析
- 八、企业发展优势分析

第三节 江苏恒顺集团有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、销售渠道与网络
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业经营能力分析
- 七、企业经营优劣势分析
- 八、企业发展优势分析

第四节 灵宝市远村天然食品有限责任公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、销售渠道与网络
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业经营能力分析

七、企业经营优劣势分析

八、企业发展优势分析

第五节 广东天地壹号饮料有限公司

一、企业发展简况分析

二、销售渠道与网络

三、企业经营情况分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业经营能力分析

七、企业经营优劣势分析

八、企业发展优势分析

第五部分减肥食品行业未来市场前景展望、投资策略研究

第一章2017-2022年中国减肥食品行业发展趋势预测分析

第一节2017-2022年中国减肥食品行业前景展望

一、减肥食品的研究进展及趋势分析

二、减肥食品价格趋势分析

第二节2017-2022年中国减肥食品行业市场预测分析

一、减肥食品市场供给预测分析

二、减肥食品需求预测分析

三、减肥食品竞争格局预测分析

第三节2017-2022年中国减肥食品行业市场盈利预测分析

第二章 2017-2022年中国减肥食品行业投资和风险预警分析

第一节 2017-2022年减肥食品行业发展环境分析

第二节 2017-2022年减肥食品行业投资特性分析

一、2017-2022年中国减肥食品行业进入壁垒

二、2017-2022年中国减肥食品行业盈利模式

三、2017-2022年中国减肥食品行业盈利因素

第三节 2017-2022年减肥食品行业投资风险分析

- 一、2017-2022年中国减肥食品行业政策风险
- 二、2017-2022年中国减肥食品行业技术风险
- 三、2017-2022年中国减肥食品行业供求风险
- 四、2017-2022年中国减肥食品行业其它风险

第四节 2017-2022年中国减肥食品行业投资机会

- 一、2017-2022年中国减肥食品行业最新投资动向
- 二、2017-2022年中国减肥食品行业投资机会分析

第三章 2017-2022年中国减肥食品行业发展策略及投资建议

第一节 减肥食品行业发展策略分析

- 一、坚持产品创新的领先战略
- 二、坚持品牌建设的引导战略
- 三、坚持工艺技术创新的支持战略
- 四、坚持市场营销创新的决胜战略
- 五、坚持企业管理创新的保证战略

第二节 减肥食品行业市场的关键客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

部分图表目录

图表：2009-2013年我国国内生产总值及增长速度分析

图表：2009-2013年全部工业增加值及其增长速度

图表：2013年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2013年规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表：2009-2013年建筑业增加值及其增长速度

图表：2009-2013年粮食产量及其增长速度

图表：2009-2013年全社会固定资产投资及增长速度

图表：2013年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度

图表：2009-2013年社会消费品零售总额及其实际增长速度

图表：2013年货物进出口总额及其增长速度

图表：2013年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表：2009-2013年全国货物进出口总额

图表：2013年末人口数及其构成

图表：2009-2013年我国人口数量变化图

图表：2009-2013年普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数

图表：2009-2013年中国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表：2009-2013年中国广播和电视节目综合人口覆盖率走势图

图表：2009-2013年中国城镇化率走势图

图表：沈阳麦金利纯净水有限公司主要经济指标

图表：沈阳麦金利纯净水有限公司销售收入变化趋势图

图表：沈阳麦金利纯净水有限公司盈利指标分析

图表：沈阳麦金利纯净水有限公司盈利能力分析

图表：沈阳麦金利纯净水有限公司偿债能力分析

图表：沈阳麦金利纯净水有限公司经营能力分析

图表：沈阳麦金利纯净水有限公司成长能力分析

更多图表见正文。。。

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201705/140844.html>