



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2011-2015年中国减肥连锁行业 市场态势与投资风险研究报告

# 一、调研说明

《2011-2015年中国减肥连锁行业市场态势与投资风险研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/173999.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

艾凯数据研究中心是专业和专注的产业研究机构，拥有多年的产业研究、市场研究、市场调研、行业研究及项目咨询的专业经验，是中国市场领先的研究报告和竞争情报提供商。网站每天更新大量行业分析报告、图表资料、投资情报、竞争情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利。我们与国内各大数据源，（包括国家统计局、国家信息中心、国家海关总署、地方政府机构、行业协会等权威机构）建立战略合作关系，保障准确、权威、可靠的数据信息服务。 本报告为艾凯数据研究中心原创，近期我公司发现一些不良公司及个人将本公司的报告目录原样或改头换面后挂在其网站或一些博客网站进行宣传销售，对不明情况的客户进行欺诈。本产业研究中心郑重声明：本报告为我单位原创,为确保您所购买报告的准确、真实、权威，请直接从本中心购买，我单位没有开展其它代理销售渠道，敬请识别，谨防上当受骗！ 目录

### 第一章 减肥相关概述 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 2

##### 三、不同肥胖类型的特征 2

##### 四、儿童肥胖的原因及危害 3

#### 第二节 健康饮食常识 4

##### 一、卡路里的概念与摄取量 4

##### 二、主要食品热量统计 5

##### 三、饮食要营养均衡 7

### 第二章 2010年世界减肥连锁行业发展状况分析 9

#### 第一节 2010年世界减肥连锁行业发展概况 9

#### 第二节 2008-2009年世界减肥连锁行业主要国家运行情况分析 9

##### 一、美国 9

##### 二、日本 10

##### 三、韩国 10

#### 第三节 2011-2012年世界减肥连锁行业发展趋势分析 11

### 第三章 2010年中国减肥连锁行业发展环境分析 12

#### 第一节 2008-2009年中国经济环境发展分析 12

一、中国GDP增长态势分析 12

二、中国经济发展的方向 15

三、第三产业发展分析 19

第二节 2008-2009年中国减肥行业发展政策环境分析 27

一、减肥行业相关政策分析 27

二、国家多减肥行业监管力度越来越大 28

第三节 2008-2009年中国减肥连锁行业社会发展环境分析 28

一、居民消费水平 28

二、居民收入 30

第四章 2010年中国减肥连锁行业发展形势分析 33

第一节 2010年中国减肥连锁行业特点分析 33

一、利润率不容乐观 33

二、需求仍快速增长 33

三、产品价格有所回落 34

第二节 2010年中国减肥连锁行业市场供需分析 35

一、产能地区分布 35

二、2006-2009年投产及生产线情况 35

四、品牌变化情况 36

五、需求结构特点分析 36

第五章 2010年中国减肥连锁行业市场结构及经济效益分析 38

第一节 2010年中国减肥连锁行业市场结构特点分析 38

第二节 2010年中国减肥连锁行业经济效益分析 39

第三节 中国减肥连锁行业广告市场发展情况浅析 40

第六章 2009年中国减肥行业市场消费情况调查分析 43

第一节 2009年中国主要地区减肥市场状况 43

一、北京减肥品市场发展回顾 43

二、上海减肥保健品销售下滑 43

第二节 2009年减肥消费市场整体分析 44

一、减肥市场消费人群分类 44

二、减肥市场女性消费群体基本特征 45

三、减肥市场消费心理分析 46

四、消费者对减肥市场相关认知 47

五、减肥者购买行为及场所分析 47

六、广州减肥市场消费特征 47

第三节 2009年中国专业减肥中心发展的现状 48

一、减肥行业步入专业减肥纤体新阶段 48

二、专业美体瘦身行业的发展现状 48

三、中国美体减肥的主要类型 49

四、广州四种类型纤体中心特征分析 50

五、减肥中心的骗术 50

第七章 2010年中国减肥连锁市场销售策略研究 53

第一节 中国减肥连锁市场销售终端的基本类型 53

一、中国减肥连锁市场各终端的基本特点 53

二、各类减肥连锁终端的分布格局 54

三、减肥连锁市场的主要销售模式 54

第二节 2010年中国减肥连锁企业主要渠道模式分析 55

一、区域代理 55

二、买断品牌 55

三、特许经营 55

第三节 2010年中国减肥连锁在不同渠道销售情况 55

一、减肥连锁渠道策略分析 55

二、渠道的本土化策略 56

三、品牌策略 56

第四节 2010年减肥连锁在中国的营销策略变化 56

一、传播策略 56

二、产品线组合策略 57

三、厂商关系 58

四、营销渠道下沉 59

五、体验营销策略 59

## 第八章 2010年中国减肥连锁行业市场竞争格局分析 61

### 第一节 2010年中国减肥连锁行业市场竞争分析 61

#### 一、市场竞争分析 61

#### 二、品牌竞争状况分析 61

### 第二节 2010年中国区域减肥连锁产业的消费需求分析 62

#### 一、区域减肥连锁的流通机制及消费者基本类型 62

#### 二、区域减肥连锁消费者的行为选择 62

#### 三、影响区域减肥连锁消费需求的主要因素 63

#### 四、区域减肥连锁产业的供求分析 63

#### 五、区域减肥连锁产业的需求弹性分析 64

#### 六、区域减肥连锁市场价格利润机制分析 64

### 第三节 2010年中国减肥连锁市场竞争面临的问题分析 65

## 第九章 2010年中国减肥产品行业企业竞争对手分析 66

### 第一节 太极集团 66

#### 一、公司概况 66

#### 二、2008年太极集团经营状况分析 67

#### 三、曲美产品经营业绩追溯 69

#### 四、公司未来发展展望 69

### 第二节 大印象集团 70

#### 一、公司概况 70

#### 二、大印象减肥茶的发展特色 71

#### 三、大印象打造名牌企业 71

#### 四、大印象品牌延伸战略分析 72

### 第三节 朵而（北京）有限公司 73

#### 一、公司概况 73

#### 二、朵而减肥产品营销策划回顾 74

#### 三、朵而减之营销的独特之处 78

### 第四节 姗拉娜有限公司 79

#### 一、公司概况 79

#### 二、姗拉娜瘦身产品的营销状况分析 80

#### 三、积极拓展美体市场份额 80

四、姍拉娜公关危机的应对策略 81

五、姍拉娜的重点突破策略分析 82

第五节 婷美集团 83

一、公司概况 83

二、婷美塑身内衣品牌成功策略分析 84

三、婷美营销中的问题分析 85

第六节 索芙特股份有限公司 87

一、公司概况 87

二、2008年索芙特经营状况分析 88

三、公司竞争力分析 90

四、企业发展战略 91

第十章 2010年中国减肥药品行业发展动态分析 92

第一节 2009年国际减肥药整体现状 92

一、国际减肥药市场发展状况 92

二、植物减肥药畅销国际市场 94

三、世界减肥药新产品研发动态及市场预测 95

第二节 2010年中国减肥药市场发展状况 96

一、中国减肥药市场发展特征分析 96

二、中西药争夺减肥药市场份额 97

三、“婚后减”开创减肥药品营销先河 98

第三节 2009年中国减肥药市场存在的问题及开发策略 99

一、减肥药消费的六大错误观念 99

二、减肥产品中添加禁用药物情况严重 100

三、减肥药品及保健品市场监管不力 101

四、减肥药品开发策略 102

第十一章 2010年中国其他减肥产品运行走势分析 104

第一节 减肥茶 104

一、减肥茶瘦身“原理” 104

二、减肥茶市场存在的问题分析 106

第二节 功能性内衣 106

- 一、塑身内衣概述 106
- 二、纤体塑身内衣市场的发展变化 107
- 三、美体内衣的市场问题分析 109

### 第三节 减肥仪器 111

- 一、美国开发出可植入人体的减肥仪器 111
- 二、减肥瘦身仪器市场的状况 112
- 三、减肥仪器主要产品市场分析 113
- 四、器械减肥的优势分析 115

## 第十二章 2010年中国其他减肥形式分析 117

### 第一节 减肥手术 117

- 一、减肥手术的发展历程 117
- 二、微创减肥手术简介 118
- 三、抽脂手术介绍 119
- 四、减肥手术的风险分析 119

### 第二节 针灸减肥 122

- 一、针灸减肥概述 122
- 二、针灸减肥的机理 123
- 三、针灸穴位埋线减肥法介绍 124
- 四、针灸减肥市场状况分析 125
- 五、上海针灸减肥市场的问题分析 126

### 第三节 瑜伽减肥 130

- 一、瑜伽瘦身的原理简析 130
- 二、纤体效果明显的瑜伽类型 131
- 三、瑜伽减肥更利于身心健康 132
- 四、瑜伽市场的问题分析 133
- 五、瑜伽市场开发方向及策略 135

## 第十三章 2011-2012年中国减肥连锁行业的发展前景及趋势分析 137

### 第一节 2011-2012年减肥行业的发展趋势分析 137

- 一、全球减肥市场前景 137
- 二、中国瘦身行业的发展趋势 137



### 三、定位减肥将成减肥发展趋势 139

#### 第二节 2011-2012年中国减肥连锁发展前景预测 139

#### 第三节 2011-2012年中国减肥连锁行业市场盈利预测分析 139

## 第十四章 2011-2012年中国减肥连锁行业投资机会与风险分析 141

### 第一节 2011-2012年中国减肥连锁行业投资环境分析 141

### 第二节 2011-2012年中国减肥连锁行业投资机会分析 141

#### 一、未来减肥连锁发展方向 141

#### 二、高档减肥连锁行业前景广阔 142

### 第三节 2011-2012年中国减肥连锁行业投资机会分析 143

#### 一、市场风险 143

#### 二、原材料风险 143

#### 三、技术风险 144

#### 四、政策和体制风险 144

### 图表目录：

图表 1：主食类：5

图表 2：蔬菜类：5

图表 3：水果类：6

图表 4：肉、蛋类：6

图表 5：历年GDP走势 12

图表 6：2009年CPI&PPI走势 14

图表 7：2009年中国减肥连锁重点省市产能分布 35

图表 8：2006-2009年国内连锁机构数据统计（家） 35

图表 9：2006-2007年减肥药品及保健品广告投入走势 40

图表 10：2006-2007年减肥药品及保健品广告区域变化 41

图表 11：2007年减肥药品及减肥保健品报刊广告投入前十品牌 41

图表 12：国内连锁机构覆盖比率 54

图表 13：国内重点减肥品牌市场占有率 61

图表 14：国内减肥连锁机构重点区域市场需求情况（单位：家） 64

艾凯数据研

究中心发布的《2011-2015年中国减肥连锁行业市场态势与投资风险研究报告》，内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞

争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

图表 15：减肥连锁市场平均价格指数 65

图表 16：2008年太极集团每股指标 67

图表 17：2008年太极集团获利能力 67

图表 18：2008年太极集团经营能力 67

图表 19：2008年太极集团偿债能力 68

图表 20：2008年太极集团资本结构 68

图表 21：2008年太极集团发展能力 68

图表 22：2008年太极集团现金流量分析 69

图表 23：2008年索芙特每股指标 88

图表 24：2008年索芙特获利能力 88

图表 25：2008年索芙特经营能力 89

图表 26：2008年索芙特偿债能力 89

图表 27：2008年索芙特资本结构 89

图表 28：2008年索芙特发展能力 89

图表 29：2008年索芙特现金流量分析 90

图表 30：体重指标 118

图表 31：2011-2012年中国减肥连锁发展前景预测 139

图表 32：2011-2015中国减肥连锁市场盈利预测 140

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/173999.html>

## 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法

- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

## 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。