



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 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)

## 一、调研说明

《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)》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/182529.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](mailto: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

减肥食品市场得到以年轻女性为主的美容和瘦身愿望的支撑，使之成为在保健食品市场中的一大门类。我国的减肥食品行业是一个投资和销售金额不断增长、企业和产品数量不断增加并具有较高收益的行业，现阶段正处于市场容量扩张的时期。

《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)》根据对减肥食品产品监测统计数据指标体系，通过技术手段，形成的连续性监测数据，反映了一定时期内中国减肥食品产品生产消费的现状、变化及趋势。本报告以减肥食品行业作为切入点，通过对减肥食品行业特征和统计数据的全面分析，确定减肥食品行业发展概况和基本特征；运用科学的方法和模型，帮助企业掌握市场动向，明确减肥食品行业竞争趋势。为企业制定发展战略、进行投资决策和企业经营管理提供权威、充分、可靠的决策依据。

### 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：<https://www.icandata.com/view/182529.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专业提供投资咨询报告、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。