

# 2013-2018年中国减肥市场 分析预测与发展趋势研究报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2013-2018年中国减肥市场分析预测与发展趋势研究报告》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.cction.com/report/201310/98859.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

减肥属于以减少人体过度的脂肪、体重为目的的行为方式。是指某类体重超标的肥胖人群用各种方法如：跳舞、瑜伽。设法纠正肥胖者异常反应造成的不当行为，即用行为科学分析肥胖者摄食行为的特征和运动类型，以此为基础，合理修正导致肥胖的行动。

研究表明，因饮食不规律造成的肥胖者都或多或少的有肠道问题。与现代人饮食习惯过于精细、饮食不规律、食品安全等问题有关。摄入高纤维食物少，久坐，都是都市白领常见的生活状态。长此以往很容易引起毒素、重金属残留在肠道褶皱中淤积，更易造成脂肪局部堆积。对于容易堆积脂肪的女性来说，更易造成游泳圈，小肚腩，小腹赘肉。一旦开始出现这些问题，多数人选择节食、服用药物等方法，因为没有找到问题的根源，往往很难起效果。在国外人们一般选择天然、无副作用的产品来解决类似问题，例如澳洲人一般常用FruitBar来清除肠道毒素，比较天然、温和、无副作用。

我国儿童少年、成年人和老年人由于处于三种不同的生理区间，其体重和肥胖的特征性存在较大差异。儿童少年超重率为12.1%，肥胖率在11.9%，男性超重和肥胖率显著高于女性；成年人总体超重率在15%，成人BMI高峰年龄男性出现在50岁，女性出现在60岁，成人群地区差异表现在北方高于南方，大中城市高于农村地区，女性高于男性；老年人群的超重率：男性32.92%，女性34.84%，肥胖率：男性17.58%，女性10.98%，男性55岁后年龄增长而BMI下降，女性65岁后年龄增长而BMI下降。

近年我国减肥市场主要由药品和保健品两大类占领市场，主要销售终端分为医院和药店。作为减肥药品目前只有三种通用名药物在国内临床应用，即盐酸西布曲明、奥利司他和芬氟拉明，而盐酸西布曲明、奥利司他在2002年的金额份额分别为84.73%和15.24%与药店购药不同的是奥利司在医院的份额远远大于西布曲明。在抽样药店统计显示，盐酸西布曲明占有52.69%的购药份额，而奥利司他只有13.41%，大批保健品占33.7%的份额。

在54种减肥类保健品，中减肥茶所占数量比例和金额比例都是较高的。由于中国人有饮茶的习惯，故未来茶类保健品仍是主流的减肥保健品载体。2002年药店销售的减肥类产品品牌排序中，曲美、赛尼可、澳曲轻、大印象、秀身材、细有减肥、碧生源、更妖丽康丽亭和火美人被列入十大品牌。

中企顾问发布的《2013-2018年中国减肥市场分析预测与发展趋势研究报告》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，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。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。

### 第一章减肥产业相关概述

## 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 2012-2013年中国减肥产业运行环境分析

### 第一节国内宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2013年中国宏观经济发展预测分析

### 第二节 2012-2013年中国减肥产业政策分析

- 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 2012-2013年中国减肥产业社会环境分析

## 第三章 2012-2013年中国减肥市场发展形势分析

### 第一节 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013年中国减肥市场存在的问题

- 一、减肥市场降温的原因分析
- 二、中国减肥市场面临的挑战
- 三、中国减肥保健市场混乱亟待监管
- 四、减肥产品惯用欺骗手段分析

#### 第四节 2012-2013年中国减肥市场的发展策略分析

- 一、中国减肥市场的发展对策分析
- 二、减肥市场产品针对开发策略
- 三、减肥市场销售策略
- 四、减肥产品生产企业的创新策略

### 第四章 2012-2013年中国减肥产业市场运行动态分析

#### 第一节 2012-2013年中国减肥产品市场发展概况

- 一、中国减肥产品市场发展回顾
- 二、中国减肥产品市场被四大品种占据
- 三、中国减肥产品市场呈现新局势

#### 第二节 2012-2013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

#### 第三节 2012-2013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

### 第五章 2012-2013年中国减肥药品产业市场运行态势分析

#### 第一节 2012-2013年中国减肥药相关概述

- 一、减肥西药种类介绍
- 二、减肥中药种类介绍

### 三、减肥药品的副作用

#### 第二节 2012-2013年国际减肥药整体现状分析

- 一、全球减肥药市场规模不断扩大
- 二、药品安全因素使国外减肥药研发受挫
- 三、世界减肥药品研发动态及前景展望

#### 第三节 2012-2013年中国减肥药市场发展状况分析

- 一、国内减肥药市场调整步伐加快
- 二、中西药争夺减肥药市场份额
- 三、我国开展儿童专用减肥药研发

#### 第四节 2012-2013年中国减肥药市场存在的问题及开发策略

- 一、减肥药消费的六大错误观念
- 二、减肥产品中添加禁用药物情况严重
- 三、减肥药品及保健品市场监管不力
- 四、减肥药品开发策略

### 第六章 2012-2013年中国减肥食品产业市场运行状况透析

#### 第一节 2012-2013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、日本减肥观念转变减肥食品日益流行
- 四、韩国研发减肥食用油
- 五、英国新型减肥食品有望问世
- 六、中国减肥食品市场的发展要突破五大难关
- 七、减肥食品行业亟需规范发展

#### 第二节 2012-2013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

#### 第三节 2012-2013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

#### 第四节 2012-2013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

### 第七章 2012-2013年中国其他减肥产品市场运行走势分析

#### 第一节 2012-2013年中国减肥茶产业市场分析

一、减肥茶瘦身“原理”

二、国内减肥茶市场简述

三、减肥茶市场存在的主要问题

四、减肥茶市场面临困境

#### 第二节 2012-2013年中国功能性内衣产业市场分析

一、塑身内衣概述

二、纤体塑身内衣市场的发展变化

三、美体内衣的市场问题分析

四、美体内衣未来市场空间广阔

#### 第三节 2012-2013年中国减肥仪器产业市场分析

一、美国开发出可植入人体的减肥仪器

二、减肥瘦身仪器市场的状况

三、减肥仪器主要产品市场分析

四、器械减肥的优势分析

五、美体瘦身仪器的未来发展方向

### 第八章 2012-2013年中国其他减肥形式运行局势分析

#### 第一节 减肥手术

一、减肥手术的发展历程

二、微创减肥手术简介

三、抽脂手术介绍

四、中国胃束带减肥手术市场现状

五、减肥手术的风险分析

第二节 针灸减肥

一、针灸减肥概述

二、针灸减肥的机理

三、针灸穴位埋线减肥法介绍

四、针灸减肥市场状况分析

五、上海针灸减肥市场的问题分析

第三节 瑜伽减肥

一、瑜伽瘦身的原理简析

二、纤体效果明显的瑜伽类型

三、瑜伽减肥更利于身心健康

四、瑜伽市场竞争分析

五、瑜伽市场的问题分析

六、瑜伽市场开发方向及策略

第九章 2012-2013年中国减肥市场广告分析

第一节 2012-2013年中国减肥广告现状分析

一、中国减肥产品宣传概念分类

二、洗肠概念减肥品广告分析

三、减肥广告市场基本套路分析

四、中国减肥产品广告投放总体分析

五、减肥药品及保健品广告投放回顾

六、经济寒流催热网络减肥广告市场

第二节 2012-2013年中国减肥品广告市场存在的问题

一、减肥广告市场的危机

二、企业亟需转变对减肥广告的认识

三、减肥品广告宣传违法率高

四、违法减肥广告难治理

第三节 2012-2013年中国减肥广告创意及策略

一、广告创意基本思路及案例分析

- 二、减肥广告要注重传播力
- 三、减肥广告传播的优化创新策略
- 四、减肥广告形象代言人的选择与应用策略

## 第十章 2012-2013年中国减肥行业市场营销策略分析

### 第一节 2012-2013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
- 六、减肥产品推广期的营销策略
- 七、减肥保健品的市场突围策略

### 第二节 999减肥胶囊市场营销案例

- 一、减肥品类型及各阶段品牌演变
- 二、产品概念
- 三、产品试销
- 四、市场营销策略

### 第三节 SO瘦减肥茶的品牌营销策略

- 一、SO瘦是碧生源品牌突围的新生力量
- 二、首次试水SO瘦广告遭遇挫折
- 三、SO瘦减肥茶的策略颠覆
- 四、新策略面市收效甚佳
- 五、碧生源品牌升级的市场拐点

### 第四节 康尔寿营销整合案例分析

- 一、康尔寿减肥茶营销渐入被动
- 二、康尔寿减肥茶市场营销策略
- 三、康尔寿整合营销取得成功

### 第五节 香脂减肥营销案例解析

- 一、QIMEI香脂瘦身产品介绍
- 二、QIMEI代言人的选择
- 三、减肥产品市场竞争环境分析

## 四、QIMEI产品营销运作的过程

### 第十一章 2012-2013年中国减肥产业市场竞争格局分析

#### 第一节 2012-2013年中国减肥产业竞争现状分析

- 一、减肥市场环境激烈竞争
- 二、减肥市场竞争达到白热化状态
- 三、减肥药市场将要高开低走-

#### 第二节 2012-2013年中国主要地区减肥市场状况分析

- 一、北京减肥品市场发展回顾
- 二、上海减肥市场品牌竞争激烈
- 三、广州减肥市场消费特征
- 四、深圳减肥品牌抢滩广州市场
- 五、西安减肥产品市场“新概念”横飞亟待规范

#### 第三节 2012-2013年中国减肥产业提升竞争力策略分析

### 第十二章 2012-2013年中国减肥行业重点企业竞争力分析

#### 第一节 重庆太极实业(集团)股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

#### 第二节 索芙特股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

#### 第三节 北京澳特舒尔保健品开发有限公司

- 一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

#### 第四节北京寿春堂医药保健品公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

#### 第五节婷美集团保健科技有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

#### 第六节汕头市大印象（集团）有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

#### 第七节修水县神茶实业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

## 六、企业成长能力分析

### 第八节黑龙江北奇神高科保健品有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、企业主要经济指标分析

#### 三、企业盈利能力分析

#### 四、企业偿债能力分析

#### 五、企业运营能力分析

#### 六、企业成长能力分析

### 第九节北京市天龙保健茶有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、企业主要经济指标分析

#### 三、企业盈利能力分析

#### 四、企业偿债能力分析

#### 五、企业运营能力分析

#### 六、企业成长能力分析

### 第十节随州活化石生物保健工程有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、企业主要经济指标分析

#### 三、企业盈利能力分析

#### 四、企业偿债能力分析

#### 五、企业运营能力分析

#### 六、企业成长能力分析

## 第十三章 2013-2017年中国减肥行业发展前景预测分析

### 第一节 2013-2017年中国减肥行业发展分析

#### 一、全球减肥市场规模预测分析

#### 二、中国减肥市场前景广阔利益诱人

#### 三、未来中国减肥市场趋势对企业提出更高要求

#### 四、中国瘦身行业的发展趋势

### 第二节 2013-2017年中国主要减肥项目和产品的发展展望

#### 一、针灸美容美体项目的市场前景解析

#### 二、美体内衣市场发展空间巨大

三、专业减肥技术及产品发展趋势分析

四、定位减肥将成减肥发展趋势

五、美体减肥仪器的发展趋势分析

第三节 2013-2017年中国减肥产业市场盈利预测分析

第十四章 2013-2017年中国减肥产业投资潜力分析

第一节 2013-2017年中国减肥产业投资环境分析

一、宏观经济预测分析

二、金融危机影响分析

第二节 2013-2017年中国减肥产业投资机会分析

第三节 2013-2017年中国减肥产业投资风险分析

一、市场竞争风险

二、政策风险

三、进入退出风险

第四节 专家投资建议

报告图表摘要

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201310/98859.html>