

2018-2024年中国减肥市场 深度评估与投资方向研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2018-2024年中国减肥市场深度评估与投资方向研究报告》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.abaogao.com/b/qita/D04382SNUV.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

肥胖已经成为影响健康的全球问题，减肥塑身也是永不停止的话题，为了美的需求，为了身体健康，会有无数人有这样的需求，作为现代社会文明病，肥胖已与艾滋病、吸毒和酒癖并列为世界四大医学社会问题，并以每五年扩大一倍的趋势增加。在德国、美国、意大利等发达国家，政府每年拿出国民经济的5%用于肥胖的治疗，而中国减肥市场容量巨大，发展速度迅猛，根据权威机构调查，减肥需求人数在2015年将超过总人口的25%。美容院成为减肥行业的主力军，发展迅速，在减肥市场上，具有高安全保证，减肥效果明显，且对人体自身健康无害的方法将成为将来发展的主要方向。

近几年来，我国减肥市场的竞争其实很激烈，减肥产品多达千个以上，但绝大多数是保健品或功能食品。我国减肥市场是巨大的，不仅吸引了2000多家国内的中小医药、食品等企业在生产经营减肥产品，同时也有不少大型医药企业，甚至境外医药厂家也纷纷参与其中。

在今后三年至五年内，我国减肥产品市场容量的增长速度将很难超过近年来平均7%的年增长率。2014年减肥品消费额达800亿元。整个减肥行业产品销售平均毛利率达到47%，其中减肥食品47%，减肥药品59%。减肥产品生产行业的平均毛利率为47%，行业平均利润率为11%。国内整个减肥专业市场，有50%的市场份额由美容院占据，美容院是未来几年减肥纤体市场的主流。

《2018-2024年中国减肥市场深度评估与投资方向研究报告》共十章。首先介绍了中国减肥行业发展环境以及减肥行业发展现状，接着分析了中国减肥行业规模及消费需求，然后对中国减肥行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国减肥行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国减肥行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 减肥行业发展综述

第一节 减肥行业相关概述

一、行业定义与研究范围界定

二、减肥分类

三、减肥行业特点分析

第二节 减肥行业发展环境分析

一、行业政策环境分析

- 1、行业管理体制
- 2、行业相关政策及解析
- 3、行业发展规划及解析

二、行业经济环境分析

- 1、中国GDP增长情况分析
- 2、中国CPI波动情况分析
- 3、居民人均收入增长情况分析
- 4、经济环境影响分析

三、行业社会环境分析

- 1、中国人口发展分析
 - (1) 中国人口规模
 - (2) 中国人口年龄结构
 - (3) 中国人口健康状况
 - (4) 中国人口老龄化进程
- 2、中国城镇化发展状况
- 3、中国居民消费习惯分析

第二章 国际减肥行业发展分析

第一节 国际减肥行业发展环境分析

- 一、全球人口状况分析
- 二、国际宏观经济环境分析
 - 1、国际宏观经济发展现状
 - 2、国际宏观经济发展预测
 - 3、国际宏观经济发展对行业的影响分析

第二节 减肥行业国际发展现状分析

- 一、减肥行业国际发展概况
- 二、减肥行业主要国家经济效益分析
- 三、国际发展趋势分析

第三节 减肥行业主要国家及地区发展状况及经验借鉴

- 一、美国
- 二、欧洲
- 三、日本
- 四、台湾地区
- 五、小结

第三章 当代背景下减肥的发展机会分析

第一节 减肥政策及其实施情况

- 一、减肥相关政策解读
- 二、减肥计划实施成果解读

第二节 减肥在国民经济中的地位及作用分析

- 一、减肥内涵与特征
- 二、减肥与经济的关系分析

第三节 国内环境背景下减肥发展SWOT分析

一、国家战略对减肥产业的影响分析

- 1、减肥市场资源配置的影响
- 2、减肥产业市场格局的影响
- 3、减肥产业发展方式的影响

二、国家战略背景下减肥发展的SWOT分析

- 1、减肥发展的优势分析
- 2、减肥发展的劣势分析
- 3、减肥发展的机遇分析
- 4、减肥发展面临的挑战

第四章 互联网对减肥的影响分析

第一节 互联网对减肥行业的影响

一、智能减肥设备发展情况分析

- 1、智能减肥设备发展概况
- 2、主要减肥APP应用情况

二、减肥智能设备经营模式分析

- 1、智能硬件模式
- 2、减肥APP模式

- 3、虚实结合模式
- 4、个性化资讯模式
- 三、智能设备对减肥行业的影响分析
 - 1、智能设备对减肥行业的影响
 - 2、减肥智能设备的发展趋势分析
- 第二节 互联网+减肥发展模式分析
 - 一、互联网+减肥商业模式解析
 - 1、减肥O2O模式分析
 - (1) 运行方式
 - (2) 盈利模式
 - 2、智能联网模式
 - (1) 运行方式
 - (2) 盈利模式
 - 二、互联网+减肥案例分析
 - 1、案例一
 - 2、案例二
 - 3、案例三
 - 4、案例四
 - 5、案例五
- 三、互联网背景下减肥行业发展趋势分析

第五章 中国减肥需求与消费者偏好调查

第一节 减肥产品目标客户群体调查

- 一、不同收入水平消费者偏好调查
- 二、不同年龄的消费者偏好调查
- 三、不同地区的消费者偏好调查

第二节 减肥产品的品牌市场调查

- 一、消费者品牌认知度宏观调查
- 二、消费者品牌偏好调查
- 三、消费者品牌首要认知渠道
- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、品牌忠诚度调查

六、品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第三节 不同客户购买减肥态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

第六章 中国减肥行业发展现状分析

第一节 中国减肥行业发展概况

一、中国减肥行业发展历程

二、中国减肥发展状况

1、减肥行业发展规模

2、减肥行业供需状况

第二节 中国减肥运营分析

一、中国减肥经营模式分析

二、中国减肥经营项目分析

三、中国减肥运营存在的问题

第七章 中国减肥行业重点城市市场分析

第一节 北京市减肥市场分析

一、行业需求分析

二、行业发展情况

三、行业存在的问题与建议

第二节 上海市减肥市场分析

一、行业需求分析

二、行业发展情况

三、行业存在的问题与建议

第三节 天津市减肥市场分析

一、行业需求分析

二、行业发展情况

三、行业存在的问题与建议

第四节 深圳市减肥市场分析

- 一、行业需求分析
- 二、行业发展情况
- 三、行业存在的问题与建议

第五节 重庆市减肥市场分析

- 一、行业需求分析
- 二、行业发展情况
- 三、行业存在的问题与建议

第八章 中国减肥行业重点企业分析

第一节 中国减肥总体状况分析

- 一、企业规模分析
- 二、企业类型分析
- 三、企业性质分析

第二节 领先减肥经营状况分析

一、企业一

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业服务内容分析
- 4、企业经营优劣势分析
- 5、企业最新发展动态

二、企业二

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业服务内容分析
- 4、企业经营优劣势分析
- 5、企业最新发展动态

三、企业三

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业服务内容分析
- 4、企业经营优劣势分析

5、企业最新发展动态

四、企业四

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业服务内容分析

4、企业经营优劣势分析

5、企业最新发展动态

五、企业五

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业服务内容分析

4、企业经营优劣势分析

5、企业最新发展动态

六、企业六

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业服务内容分析

4、企业经营优劣势分析

5、企业最新发展动态

七、企业七

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业服务内容分析

4、企业经营优劣势分析

5、企业最新发展动态

八、企业八

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业服务内容分析

4、企业经营优劣势分析

5、企业最新发展动态

九、企业九

- 1、企业发展简况分析
 - 2、企业经营情况分析
 - 3、企业服务内容分析
 - 4、企业经营优劣势分析
 - 5、企业最新发展动态
- 十、企业十
- 1、企业发展简况分析
 - 2、企业经营情况分析
 - 3、企业服务内容分析
 - 4、企业经营优劣势分析
 - 5、企业最新发展动态 (zylys)

第九章 中国减肥市场前景及发展策略建议

第一节 中国减肥市场调研结论

第二节 中国减肥营销策略

- 一、减肥企业价格策略
- 二、减肥企业渠道建设与管理策略
- 三、减肥企业品牌策略

第三节 减肥投资策略

- 一、减肥子行业投资策略
- 二、减肥区域投资策略
- 三、减肥产业链投资策略

第十章 中国减肥行业投资策略

第一节 中国减肥行业投资风险分析

- 一、行业宏观经济风险
- 二、行业政策变动风险
- 三、行业市场竞争风险
- 四、行业其他相关风险

第二节 中国减肥行业投资特性分析

- 一、行业进入壁垒分析
- 二、行业盈利因素分析

三、行业营销模式分析

第三节 中国减肥行业投资潜力分析

一、行业投资机会分析

二、投资建议

第四节 中国减肥行业前景预测

一、减肥市场规模预测

二、减肥市场发展预测

图表目录

图表：减肥市场产品构成图

图表：减肥市场生命周期示意图

图表：减肥市场产销规模对比

图表：减肥市场企业竞争格局

图表：减肥市场上游供给情况

图表：减肥市场下游消费市场构成图

图表：减肥市场企业市场占有率对比

图表：2014-2017年减肥市场投资规模

图表：2014-2017年中国减肥市场规模

图表：2014-2017年我国减肥供应情况

图表：2014-2017年我国减肥需求情况

图表：2018-2024年中国减肥市场规模预测

图表：2018-2024年我国减肥供应情况预测

图表：2018-2024年我国减肥需求情况预测

图表：2018-2024年减肥市场投资规模预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qita/D04382SNUV.html>