

2016-2022年中国减肥用品 市场研究与投资前景预测报告

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

《2016-2022年中国减肥用品市场研究与投资前景预测报告》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/yuanliaoyao/D04382ZXSV.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

前言

目前，我国是世界上肥胖人口最多的国家，但由于消费习惯和观念的影响，减肥产品自上市以来，其消费者主要是城市青年女性，虽然近些年来减肥产品消费者的平均年龄有增加的趋势，但减肥产品的主要消费人群仍然局限在一个十分狭小的范围内。近年来随着人们审美观念和健康观念的改变，我国减肥产品消费迅速增加，购买减肥产品不仅成为女性消费者的经常消费项目，一些男性消费者也加入减肥行列中。但是，随着减肥产品主要消费人群的消费潜力被充分挖掘，我国减肥产品市场容量的扩张速度将逐渐放缓。当然，减肥药品的上市在一定程度上可能会起到扩大主要消费人群的作用，但这一作用在短期内可能不会产生明显效应。因此，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。我国减肥产品可谓琳琅满目，形式多样。

中国的减肥产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。就现状而言，目前减肥市场上的产品大致可分为五大类：即保健食品类、茶类、药品类、外用类、仪器类。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。我国减肥市场规模已超过100亿元，其中药品约占1/3。如此巨大的市场不仅吸引了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。随着国内经济的向前发展和人民生活水平的不断提高，肥胖患者也将继续增加。中国的减肥产品市场不仅是一个容量巨大的市场，更是一个极具发展潜力的市场。

本减肥用品行业研究报告共十三章是智研数据研究中心的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研数据研究中心在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。减肥用品行业研究报告是2014-2015年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由智研数据研究中心领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了减肥用品行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国减肥用品做了重点企业经营状况分析，并分析了中国减肥用品发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具

有极大的参考价值。

报告目录：

第一章 中国减肥用品产品品牌市场实地调研

第一节 中国减肥用品产品品牌市场价格走势

一、价格形成机制分析

二、减肥用品产品品牌平均价格趋势分析

三、2015年中国减肥用品产品品牌价格走势预测

第二节 影响中国减肥用品产品品牌价格因素分析

一、消费税调整对减肥用品产品品牌价格的影响

二、零售环境的变化对减肥用品产品品牌价格的影响

第三节 中国减肥用品产品品牌市场消费状况分析

一、中国减肥用品产品品牌市场消费结构

二、中国减肥用品产品品牌市场消费特点

三、影响中国减肥用品产品品牌市场消费因素

第二章 2015年中国减肥用品产品品牌市场结构调研

第一节 中国减肥用品市场主要品牌发展分析

一、中国减肥用品市场主要品牌所占市场份额

二、中国减肥用品市场各品牌新动向监测

第二节 中国减肥用品市场品牌排名调查

一、按照销售额排名

二、按市场份额排名

三、按品牌知名度排名

四、按消费者认可度排名

第三节 中国减肥用品市场品牌发展新特色分析

第三章 2015年中国减肥用品行业区域市场需求状况预测

第一节 2015年华北地区减肥用品市场需求状况

一、2015年行业发展现状分析

二、2015年市场规模情况分析

三、2016-2022年市场需求情况

四、2016-2022年减肥用品行业发展前景预测

第二节 2015年东北地区减肥用品市场规模研究

一、2015年行业发展现状分析

二、2015年市场规模情况分析

三、2016-2022年市场需求情况

四、2016-2022年减肥用品行业发展前景预测

第三节 2015年华东地区减肥用品行业前景展望

一、2015年行业发展现状分析

二、2015年市场规模情况分析

三、2016-2022年市场需求情况

四、2016-2022年减肥用品行业发展前景预测

第四节 2015年华南地区减肥用品市场需求预测

一、2015年行业发展现状分析

二、2015年市场规模情况分析

三、2016-2022年市场需求情况

四、2016-2022年减肥用品行业发展前景预测

第五节 2015年华中地区减肥用品行业发展潜力分析

一、2015年行业发展现状分析

二、2015年市场规模情况分析

三、2016-2022年市场需求情况

四、2016-2022年减肥用品行业发展前景预测

第六节 2015年西南地区减肥用品市场规模预测

一、2015年行业发展现状分析

二、2015年市场规模情况分析

三、2016-2022年市场需求情况

四、2016-2022年减肥用品行业发展前景预测

第七节 2015年西北地区减肥用品行业发展预测

一、2015年行业发展现状分析

二、2015年市场规模情况分析

三、2016-2022年市场需求情况

四、2016-2022年减肥用品行业发展前景预测

第四章 2015年中国减肥用品行业需求用户调研结果

第一节 2015年减肥用品行业用户认知程度分析

- 一、不同收入用户认知程度分析
- 二、不同年龄用户认知程度分析
- 三、不同地区用户认知程度分析
- 四、不同学历用户认知程度分析

第二节 2015年中国减肥用品行业用户需求特点

- 一、不同收入用户需求特点分析
- 二、不同年龄用户需求特点分析
- 三、不同地区用户需求特点分析
- 四、不同学历用户需求特点分析

第五章 2015年中国减肥用品产品品牌上游市场调查情况

第一节 2015年中国减肥用品产品原材料生产情况调查

- 一、中国减肥用品产品原材料产量调查分析
- 二、中国减肥用品产品原材料生产区域结构调查
- 三、2016-2022年中国减肥用品产品原材料生产规模预测

第二节 中国减肥用品产品原材料价格走势调查

- 一、中国减肥用品产品原材料历年价格趋势调查
- 二、减肥用品产品原材料未来走势预测
- 三、减肥用品产品原材料价格走势对企业影响
 - (一) 短期影响分析研究
 - (二) 长期影响分析研究
 - (三) 产品原材料成本敏感度

第三节 2015年中国减肥用品产品生产现状概况

- 一、2015年中国减肥用品产品生产规模调查
- 二、2015年中国减肥用品产品生产结构调查
- 三、2016-2022年中国减肥用品产品产量预测

第六章 中国减肥用品产品品牌下游经销商调查

第一节 代理商

- 一、畅销产品品牌调查分析

二、不同品牌产品市场占有率分析

三、营销渠道分析研究

四、营销策略探讨

第二节 加盟店

一、畅销产品品牌调查分析

二、不同品牌产品市场占有率分析

三、营销渠道分析研究

四、营销策略探讨

第三节 连锁店

一、畅销产品品牌调查分析

二、不同品牌产品市场占有率分析

三、营销渠道分析研究

四、营销策略探讨

第四节 经销商

第七章 2015年中国减肥用品行业品牌分销商渠道评估研究

第一节 中国减肥用品行业品牌有效铺货率分析

第二节 主要减肥用品行业品牌有效铺货率比较

第三节 不同城市级别主要品牌有效铺货率

第八章 2015年中国减肥用品产品品牌销售渠道与营销策略解析

第一节 2015年中国减肥用品产品品牌销售渠道模式研究

一、2015年中国减肥用品产品品牌渠道销售现状调查

二、2015年中国减肥用品产品品牌营销渠道调研

三、2015年中国减肥用品产品品牌渠道发展机遇

四、2015年中国减肥用品产品品牌发展策略

五、渠道策略及营销策略运作案例讲解

六、2015年品牌新品研发多元化趋势探析

第二节 2015年中国减肥用品产品品牌市场策略点评

一、价格策略专家点评

二、渠道策略专家点评

第三节 2015年中国减肥用品产品品牌销售策略研究

一、媒介选择策略

二、产品定位策略

三、企业宣传策略

第四节 2015年中国减肥用品产品品牌营销渠道探讨

一、市场营销战术及管理

二、减肥用品产品品牌营销的发展之道

三、中国减肥用品品牌市场营销渠道探讨

第九章 2015年中国减肥用品行业竞争对手渠道模式

第一节 减肥用品市场渠道情况

第二节 减肥用品竞争对手渠道模式

第三节 减肥用品直营代理分布情况

第十章 2015年中国减肥用品行业竞争力与发展态势研究

第一节 2015年中国减肥用品行业集中度分析

一、企业数量及地区分布

二、行业集中度分析

三、地域分布情况

第二节 2015年中国减肥用品企业竞争状况

一、领导企业的市场力量

二、品牌竞争格局分析

三、企业竞争组群分析

四、各竞争组群的SWOT分析

五、各竞争组群竞争成功的关键因素分析

第三节 2015年中国减肥用品行业竞争力分析

一、2015年减肥用品行业竞争分析

二、2015年中外减肥用品产品竞争力比较分析

三、2015年中国减肥用品市场竞争格局分析

四、2016-2022年国内主要减肥用品企业动向研究

第四节 2016-2022年中国减肥用品行业竞争态势展望

第十一章 中国减肥用品行业重点品牌企业经营策略

第一节 曲美

- 一、品牌渠道结构
- 二、品牌渠道建设及管理
- 三、品牌渠道利润设计
- 四、品牌渠道建设对销售市场的影响
- 五、品牌厂商重点渠道结构变动及占比分析

第二节 左旋肉碱

- 一、品牌渠道结构
- 二、品牌渠道建设及管理
- 三、品牌渠道利润设计
- 四、品牌渠道建设对销售市场的影响
- 五、品牌厂商重点渠道结构变动及占比分析

第三节 舞来细

- 一、品牌渠道结构
- 二、品牌渠道建设及管理
- 三、品牌渠道利润设计
- 四、品牌渠道建设对销售市场的影响
- 五、品牌厂商重点渠道结构变动及占比分析

第四节 兰蔻清脂酵素

- 一、品牌渠道结构
- 二、品牌渠道建设及管理
- 三、品牌渠道利润设计
- 四、品牌渠道建设对销售市场的影响
- 五、品牌厂商重点渠道结构变动及占比分析

第五节 奥利司他

- 一、品牌渠道结构
- 二、品牌渠道建设及管理
- 三、品牌渠道利润设计
- 四、品牌渠道建设对销售市场的影响
- 五、品牌厂商重点渠道结构变动及占比分析

第六节 排油茶

- 一、品牌渠道结构

二、品牌渠道建设及管理

三、品牌渠道利润设计

四、品牌渠道建设对销售市场的影响

五、品牌厂商重点渠道结构变动及占比分析

第七节 减肥茶

一、品牌渠道结构

二、品牌渠道建设及管理

三、品牌渠道利润设计

四、品牌渠道建设对销售市场的影响

五、品牌厂商重点渠道结构变动及占比分析

第八节 排油素

一、品牌渠道结构

二、品牌渠道建设及管理

三、品牌渠道利润设计

四、品牌渠道建设对销售市场的影响

五、品牌厂商重点渠道结构变动及占比分析

第九节 赛尼可

一、品牌渠道结构

二、品牌渠道建设及管理

三、品牌渠道利润设计

四、品牌渠道建设对销售市场的影响

五、品牌厂商重点渠道结构变动及占比分析

第十节 绿瘦

一、品牌渠道结构

二、品牌渠道建设及管理

三、品牌渠道利润设计

四、品牌渠道建设对销售市场的影响

五、品牌厂商重点渠道结构变动及占比分析

第十二章 中国减肥用品行业供需预测与发展趋势

第一节 2016-2022年中国减肥用品行业未来发展趋势研究

一、未来行业发展环境

二、未来行业发展方向

三、未来行业发展预测

第二节 2016-2022年减肥用品行业市场供需状况预测

一、供给能力预测

二、市场需求预测

三、进出口形势预测

第三节 2016-2022年减肥用品行业总资产预测

第四节 2016-2022年减肥用品行业工业总产值预测

第五节 2016-2022年减肥用品行业销售收入预测

第六节 2016-2022年中国减肥用品行业盈利能力预测

第十三章 2016-2022年中国减肥用品行业投资价值与投资策略研究

第一节 中国减肥用品行业SWOT模型分析

第二节 中国减肥用品行业投资价值分析

一、行业盈利能力

二、行业偿债能力

三、行业发展能力

第三节 2016-2022年中国减肥用品行业投资风险预警

一、金融危机风险预警

二、行业竞争风险预警

三、技术风险预警

四、经营管理风险预警

第四节 中国减肥用品行业投资策略研究

一、重点投资品牌研究

二、重点投资地区分析

第五节 中国减肥用品项目行业可行性分析研究（ZY LQ）

图表目录：

图表：2013-2015年中国减肥用品市场主要品牌所占市场份额统计

图表：2013-2015年中国减肥用品市场各品牌新动向监测数据

图表：2013-2015年中国减肥用品市场品牌排名调查情况

图表：2013-2015年中国减肥用品品牌按照销售额排名

图表：2013-2015年中国减肥用品品牌按市场份额排名

图表：2013-2015年中国减肥用品品牌按品牌知名度排名

图表：2013-2015年中国减肥用品品牌按消费者认可度排名

图表：2013-2015年中国减肥用品行业市场规模调研

图表：2013-2015年全球减肥用品行业市场规模调研

图表：2013-2015年中国减肥用品重要数据指标比较

图表：2013-2015年中国减肥用品行业销售数据统计

图表：2013-2015年中国减肥用品行业利润走势表

图表：2013-2015年中国减肥用品行业资产数据情况

图表：2013-2015年中国减肥用品行业进口数据统计

图表：2013-2015年中国减肥用品行业出口数据统计

图表：2013-2015年中国减肥用品品牌竞争力前十名排名

图表：2013-2015年中国减肥用品品牌发展潜力前十名排名

图表：2015年中国消费者收入水平调查

图表：2013-2015年中国消费者信心指数数据

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yuanliaoyao/D04382ZXSV.html>