

# 2010-2015年中国减肥食品市场分析及投资前景预测报告

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2010-2015年中国减肥食品市场分析及投资前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。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态势、市场商机动向、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市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/102209102209.html>

报告价格：电子版: 6800元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 7200

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

### 目录

#### 第一章 减肥食品产业相关概述 1

##### 第一节 肥胖的相关常识 1

###### 一、肥胖产生的原因分析 1

###### 二、肥胖的计算公式及分类 1

###### 三、不同肥胖类型的特征 4

###### 四、儿童肥胖的原因及危害 6

##### 第二节 健康饮食常识 7

###### 一、卡路里的概念与摄入量 7

###### 二、主要食品热量统计 10

###### 三、饮食要营养均衡 22

#### 第二章 2009-2010年中国减肥市场运行状况分析 23

##### 第一节 2009-2010年中国减肥市场现状分析 23

###### 一、肥胖催生中国减肥市场的发展 23

###### 二、中国减肥市场的发展特点 24

###### 三、中国减肥市场打破旧有秩序谋求差异化经营 25

##### 第二节 2009-2010年中国减肥产品发展概况 26

###### 一、减肥产品类型分析 26

###### 二、减肥产品的开发特点分析 27

###### 三、减肥产品的消费特征 28

###### 四、减肥产品的开发方向 29

##### 第三节 2009-2010年中国减肥消费市场整体分析 31

###### 一、减肥市场消费人群分类 31

###### 二、减肥市场女性消费群体基本特征 32

###### 三、减肥市场消费心理分析 34

###### 四、消费者对减肥市场相关认知 34

###### 五、减肥者购买行为及场所分析 34

##### 第四节 2009-2010年中国专业减肥中心发展的现状分析 35

###### 一、减肥行业步入专业减肥纤体新阶段 35

###### 二、专业美体瘦身行业的发展现状 35

###### 三、中国美体减肥店的主要类型 36

###### 四、广州四种类型纤体中心特征分析 37

###### 五、减肥中心的三大骗术 37

第三章 2009-2010年世界减肥食品产业运行状况分析	40
第一节 2009-2010年世界减肥食品市场状况分析	40
一、世界减肥食品市场发展回顾	40
二、欧盟实施减肥食品新规定	40
三、全球减肥食品市场动向	41
第二节 2009-2010年世界减肥食品主要国家分析	42
一、日本减肥观念转变减肥食品日益流行	42
二、韩国研发减肥食用油	43
三、英科学家制出新减肥食品	44
第三节 2011-2015年世界减肥食品产业发展趋势分析	44
第四章 2009-2010年中国减肥食品产业运行环境分析	46
第一节 2009-2010年中国减肥食品产业政策分析	46
一、《保健食品评审技术规程》	46
二、《保健食品广告审查暂行规定》	51
三、相关产业政策影响分析	56
第二节 2009-2010年中国宏观经济环境分析	57
一、中国GDP分析	57
二、CPI指数分析	59
第三节 2009-2010年中国减肥食品产业社会环境分析	61
第五章 2009-2010年中国减肥食品产业运行形势透析	65
第一节 2009-2010年中国减肥食品产业发展综述	65
一、中国减肥食品市场的发展要突破五大难关	65
二、减肥食品行业亟需规范发展	66
三、数百亿的市场空间引发掘金热潮	67
第二节 2009-2010年中国减肥食品发展存在的问题分析	68
一、减肥保健食品中添加禁用药物情况严重	68
二、虚假广告“忽悠”消费者	69
三、法规漏洞制造监管空档	70
四、监管乏力让减肥保健食品生产厂家有恃无恐	70
第三节 2009-2010年中国减肥食品产业亟需建立长效监管机制	71
一、对涉及减肥保健食品相关的法规要系统性地完善	71
二、加强中药研究，规范保健食品市场，以防走极端	71
三、借鉴药品管理办法	71
四、全国对保健食品整治行动要同步	72
五、建立全国减肥保健食品检测和不良反应申报体系	72

## 第六章 2009-2010年中国减肥食品主要细分产品市场动态分析 73

### 第一节 2009-2010年中国无糖食品产业运行分析 73

- 一、无糖食品流行国际食品市场 73
- 二、美国减肥糖果销售市场看好 74
- 三、我国无糖食品市场受宠 75
- 四、无糖食品市场营销分析 75
- 五、我国无糖食品行业期待规范发展 76

### 第二节 2009-2010年中国减肥饮品产业市场分析 77

- 一、减肥饮品开始在国际市场上走俏 77
- 二、挪威研发具有减肥功效的绿茶饮料 78
- 三、可口可乐开发出减肥饮品 78

### 第三节 2009-2010年中国苹果醋制造业运行分析 79

- 一、中国果醋原料市场状况 79
- 二、苹果醋生产工艺简介 79
- 三、苹果醋的功效 80
- 四、中国苹果醋行业现状及存在的问题 80
- 五、河南苹果醋市场竞争状况 83
- 六、苹果醋开发前景分析 84

## 第七章 2009-2010年中国减肥行业市场营销策略分析 85

### 第一节 2009-2010年中国减肥业营销现状与策略分析 85

- 一、减肥市场三大营销案例比较 85
- 二、减肥产品销售的卖点分析 98
- 三、减肥市场营销模式探析 98
- 四、减肥市场区域滚动销售模式分析 102
- 五、减肥市场启动期的营销要点分析 105

### 第二节 2009-2010年中国减肥食品营销策略分析 112

- 一、减肥产品推广期的营销策略 112
- 二、减肥保健品的市场突围策略 114

### 第三节 2009-2010年中国减肥食品营销案例分析 116

## 第八章 2009-2010年中国减肥食品产业市场竞争格局分析 117

### 第一节 2009-2010年中国减肥食品产业竞争现状分析 117

- 一、减肥食品价格竞争分析 117
- 二、减肥食品品牌竞争分析 118
- 三、减肥食品成本竞争分析 120

### 第二节 2009-2010年中国减肥食品重点省市运行分析 121

一、北京 121

二、广州 121

三、上海 122

第三节 2009-2010年中国减肥食品产业提升竞争力策略分析 122

第九章 2009-2010年中国减肥食品产业优势企业竞争力分析 123

第一节 沈阳麦金利纯净水有限公司 123

一、公司简介 123

二、公司主要经营数据指标分析 123

三、公司竞争力分析 125

四、公司未来战略分析 125

第二节 佛山市海天调味食品有限公司 125

一、公司简介 125

二、公司主要经营数据指标分析 126

三、公司竞争力分析 128

四、公司未来战略分析 128

第三节 江苏恒顺集团有限公司 129

一、公司简介 129

二、公司主要经营数据指标分析 129

三、公司竞争力分析 132

四、公司未来战略分析 133

第四节 灵宝市远村天然食品有限责任公司 134

一、公司简介 134

二、公司主要经营数据指标分析 135

三、公司竞争力分析 137

四、公司未来战略分析 137

第五节 广东天地壹号饮料有限公司 137

一、公司简介 137

二、公司主要经营数据指标分析 138

三、公司竞争力分析 139

四、公司未来战略分析 140

第六节 耶赛明（南通）保健食品有限公司 140

一、公司简介 140

二、公司主要经营数据指标分析 140

三、公司竞争力分析 142

四、公司未来战略分析 142

## 第七节 上海美京食品有限公司 142

### 一、公司简介 142

### 二、公司主要经营数据指标分析 142

### 三、公司竞争力分析 144

### 四、公司未来战略分析 144

## 第十章 2011-2015年中国减肥食品产业发展趋势分析 145

### 第一节 2011-2015年中国减肥瘦身趋势分析 145

#### 一、趋势：健康减肥才是市场主流 145

#### 二、连锁经营提升减肥纤体品牌 145

#### 三、看加盟机构的经验管理理念是否先进 146

### 第二节 2011-2015年中国减肥食品产业市场预测分析 147

#### 一、减肥食品供给预测分析 147

#### 二、减肥食品需求预测分析 147

#### 三、减肥食品市场竞争格局预测分析 148

### 第三节 2011-2015年中国减肥食品产业盈利预测分析 148

## 第十一章 2011-2015年中国减肥食品产业投资机会与风险分析 150

### 第一节 2011-2015年中国减肥食品产业投资环境分析 150

#### 一、宏观经济预测分析 150

#### 二、金融危机影响分析 151

### 第二节 2011-2015年中国减肥食品产业投资机会分析 154

### 第三节 2011-2015年中国减肥食品产业投资风险分析 155

#### 一、市场竞争风险 155

#### 二、政策风险 156

#### 三、进入退出风险 156

### 第四节 专家投资建议 156

#### 图表目录：

图表 1：主食食物热量表(卡路里含量) 18

图表 2：点心类食物热量表(卡路里含量) 19

图表 3：海产、鱼类食物热量表(卡路里含量) 19

图表 4：油脂类食物热量表(卡路里含量) 20

图表 5：豆制品类食物热量表(卡路里含量) 20

图表 6：蛋、肉类食物热量表(卡路里含量) 20

图表 7：奶类食物热量表(卡路里含量) 21

图表 8：蔬菜类食物热量表(卡路里含量) 21

图表 9：水果类食物热量表(卡路里含量) 21

- 图表 10 : 2005-2009年国内生产总值 57
- 图表 11 : 2005-2009年居民消费价格涨跌幅度 58
- 图表 12 : 2009年居民消费价格比上年涨跌幅度 (%) 58
- 图表 13 : 2005-2009年年末国家外汇储备 59
- 图表 14 : 2005-2009年财政收入 59
- 图表 15 : 2007-2008年中国CPI走势图 59
- 图表 16 : 2008-2009年中国CPI指数 60
- 图表 17 : 2005-2009年城镇居民人均可支配收入 61
- 图表 18 : 1950-2030年中国的城市化进程及国际比较 62
- 图表 19 : 2004-2008年社会消费品零售总额及其增长速度 63
- 图表 20 : 1995-2007年社会消费品零售总额城乡构成 63
- 图表 21 : 历年中国不同经济阶层可支配收入增长 (%) 63
- 图表 22 : 沈阳麦金利纯净水有限公司主要经营数据指标分析 123
- 图表 23 : 沈阳麦金利纯净水有限公司竞争力分析 125
- 图表 24 : 佛山市海天调味食品有限公司主要经营数据指标分析 126
- 图表 25 : 江苏恒顺集团有限公司每股指标 129
- 图表 26 : 江苏恒顺集团有限公司获利能力 130
- 图表 27 : 江苏恒顺集团有限公司经营能力 130
- 图表 28 : 江苏恒顺集团有限公司偿债能力 130
- 图表 29 : 江苏恒顺集团有限公司资本结构 130
- 图表 30 : 江苏恒顺集团有限公司发展能力 131
- 图表 31 : 江苏恒顺集团有限公司现金流量分析 131
- 图表 32 : 灵宝市远村天然食品有限责任公司主要经营数据指标分析 135
- 图表 33 : 广东天地壹号饮料有限公司主要经营数据指标分析 138
- 图表 34 : 耶赛明(南通)保健食品有限公司主要经营数据指标分析 140
- 图表 35 : 上海美京食品有限公司主要经营数据指标分析 142
- 图表 36 : 减肥食品供给预测分析 147
- 图表 37 : 减肥食品需求预测分析 148
- 图表 38 : 2010-2015中国减肥食品市场盈利预测 148

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/102209102209.html>