

2018-2023年中国减肥行业发展现状分析与投资前景规划预测报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2023年中国减肥行业发展现状分析与投资前景规划预测报告》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/zixun/304866304866.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

中国的超重和肥胖人群已超过3亿，胖子多了，脂肪肝、高脂血症患者数量就会增长，高血压、糖尿病、脑卒中等疾病的发病率也会升高，肥胖正成为诸多慢病的“万恶之源”。目前，我国面对的肥胖形势十分严峻。我国减肥产业的发展，也经历了从产品到服务再到个性化针对性服务的发展阶段，而减肥产业的理念，也正在从单一产品服务到健康、安全、科学、系统的跨越和升级。减肥产业之初，各种产品并驾齐驱，第一大类是运动减肥；第二大类是减肥保健食品和减肥药品；第三大类是手术减肥。中国市场上主要以瘦身膳食替代品和非处方减肥品为主，其中瘦身膳食替代品规模7.5亿美元，占体重管理比重52.8%。相比较美国体重管理市场，中国市场上减重补充剂几乎是空白，未来随着人们对于体重管理认知程度的增加，将会开始逐渐增多体重补充剂的消费。

减肥行业产业链情况 资料来源：公开资料，观研天下数据中心整理 观研天下（Insight & Info Consulting Ltd）发行的报告书《2018-2023年中国减肥行业发展现状分析与投资前景规划预测报告》主要研究减肥行业市场经济特性（产能、产量、供需），投资分析（市场现状、市场结构、市场特点等以及区域市场分析）、竞争分析（行业集中度、竞争格局、竞争对手、竞争因素等）、工艺技术发展状况、进出口分析、渠道分析、产业链分析、替代品和互补品分析、行业的主导驱动因素、政策环境、重点企业分析（经营特色、财务分析、竞争力分析）、商业投资风险分析、市场定位及机会分析、以及相关的策略和建议。

公司多年来已为上万家企事业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者提供了专业的行业分析报告。我们的客户涵盖了中石油天然气集团公司、德勤会计师事务所、华特迪士尼公司、华为技术有限公司等上百家世界行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。我们的行业分析报告内容可以应用于多种项目规划制订与专业报告引用，如项目投资计划、地区与企业发展战略、项目融资计划、地区产业规划、商业计划书、招商计划书、招股说明书等等。

第一部分 行业发展现状

第一章 减肥行业发展综述

第一节 减肥行业定义及分类

一、行业定义

二、行业分类

三、行业在国民经济中的地位

第二节 减肥市场特征分析

一、产业关联度

二、影响需求的关键因素

三、国内和国际市场

四、主要竞争因素

五、生命周期

第三节 减肥行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、行业产业链上游相关行业分析

三、行业下游产业链相关行业分析

四、上下游行业影响及风险提示

第二章 我国减肥行业发展现状

第一节 我国减肥行业发展现状

一、减肥行业品牌发展现状

二、减肥行业消费市场现状

三、减肥市场消费层次分析

四、我国减肥市场走向分析

第二节 2014-2016年减肥行业发展情况分析

一、2014-2016年减肥行业发展特点分析

二、2014-2016年减肥行业发展情况

第三节 2014-2016年减肥行业运行分析

一、2014-2016年减肥行业产销运行分析

二、2014-2016年减肥行业利润情况分析

三、2014-2016年减肥行业发展周期分析

四、2018-2023年减肥行业发展机遇分析

五、2018-2023年减肥行业利润增速预测

第四节 对中国减肥市场的分析及思考

一、减肥市场特点

二、减肥市场分析

三、减肥市场变化的方向

四、中国减肥产业发展的新思路

五、对中国减肥产业发展的思考

第三章 2014-2016年中国减肥市场运行态势剖析

第一节 2014-2016年中国减肥市场动态分析

一、减肥行业新动态

二、减肥主要品牌动态

三、减肥行业消费者需求新动态

第二节 2014-2016年中国减肥市场运营格局分析

一、市场供给情况分析

二、市场需求情况分析

三、影响市场供需的因素分析

第三节 2014-2016中国减肥市场价格分析

一、品牌减肥价格走势分析

二、影响价格的主要因素分析

第二部分 行业深度分析

第四章 减肥行业数据监测

第一节 中国减肥行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 2012-2016年中国减肥行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 2012-2016年中国减肥行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第五章 中国减肥行业消费市场分析

第一节 减肥市场消费需求分析

一、减肥市场的消费需求变化

二、减肥行业的需求情况分析

三、2014-2016年减肥品牌市场消费需求分析

第二节 减肥消费市场状况分析

一、减肥行业消费特点

二、减肥行业消费分析

三、减肥行业消费结构分析

四、减肥行业消费的市场变化

五、减肥市场的消费方向

第三节 减肥行业产品的品牌市场调查

一、消费者对行业品牌认知度宏观调查

二、消费者对行业产品的品牌偏好调查

三、消费者对行业品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、减肥行业品牌忠诚度调查

六、减肥行业品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第六章 我国减肥行业市场调查分析

第一节 2014-2016年我国减肥行业市场宏观分析

一、主要观点

二、市场结构分析

三、整体市场关注度

四、品牌分析

第二节 2014-2016中国减肥行业市场微观分析

一、品牌关注度格局

二、产品关注度调查

三、不同价位关注度

第七章 减肥行业上下游产业分析

第一节 上游产业分析

一、发展现状

二、发展趋势预测

三、市场现状分析

四、行业竞争状况及其对减肥行业的意义

第二节 下游产业分析

一、发展现状

二、发展趋势预测

三、市场现状分析

四、行业新动态及其对减肥行业的影响

五、行业竞争状况及其对减肥行业的意义

第三部分 行业竞争格局

第八章 减肥行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力分析

五、客户议价能力分析

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 中国减肥行业竞争格局综述

一、2014-2016年减肥行业集中度

二、2014-2016年减肥行业竞争程度

三、2014-2016年减肥企业与品牌数量

四、2014-2016年减肥行业竞争格局分析

第四节 2014-2016年减肥行业竞争格局分析

一、2014-2016年国内外减肥行业竞争分析

二、2014-2016年我国减肥市场竞争分析

第九章 减肥企业竞争策略分析

第一节 减肥市场竞争策略分析

一、2014-2016年减肥市场增长分析

二、2014-2016年减肥主要品种分析

三、现有减肥市场竞争策略分析

四、潜力减肥竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 减肥企业竞争策略分析

一、2018-2023年我国减肥市场竞争趋势

二、2018-2023年减肥行业竞争格局展望

三、2018-2023年减肥行业竞争策略分析

第三节 减肥行业发展机会分析

第四节 减肥行业发展风险分析

第十章 重点减肥企业竞争分析

第一节 碧生源控股有限公司

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第二节 广东大印象（集团）有限公司

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 北京天龙保健茶有限公司

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 联合利华（中国）有限公司

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 广州市康丽源生物制品有限公司

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第六节 天狮集团有限公司

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第七节 广通源药业（中国）有限公司

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第八节 北京御生堂投资集团有限公司

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第九节 索芙特股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十节 婷美集团保健科技有限公司

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四部分 行业投资前景

第十一章 减肥行业发展趋势分析

第一节 我国减肥行业前景与机遇分析

一、我国减肥行业发展前景

二、我国减肥发展机遇分析

第二节 2018-2023年中国减肥市场趋势分析

一、2014-2016年减肥市场趋势总结

二、2018-2023年减肥行业发展趋势分析

三、2018-2023年减肥市场发展空间

四、2018-2023年减肥产业政策趋向

五、2018-2023年减肥行业技术革新趋势

六、2018-2023年减肥价格走势分析

七、2018-2023年国际环境对减肥行业的影响

第十二章 减肥行业发展趋势与投资战略研究

第一节 减肥市场发展潜力分析

一、市场空间广阔

二、竞争格局变化

三、高科技应用带来新生机

第二节 减肥行业发展趋势分析

一、品牌格局趋势

二、渠道分布趋势

三、消费趋势分析

第三节 减肥行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第四节 对我国减肥品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、减肥实施品牌战略的意义

三、减肥企业品牌的现状分析

四、我国减肥企业的品牌战略

五、减肥品牌战略管理的策略

第十三章 2018-2023年减肥行业发展预测

第一节 未来减肥需求与消费预测

一、2018-2023年减肥产品消费预测

二、2018-2023年减肥市场规模预测

三、2018-2023年减肥行业销售收入预测

四、2018-2023年减肥行业总资产预测

第二节 2018-2023年中国减肥行业供需预测

一、2018-2023年中国减肥供给预测

二、2018-2023年中国减肥产量预测

三、2018-2023年中国减肥需求预测

四、2018-2023年中国减肥供需平衡预测

五、2018-2023年中国减肥产品价格预测

第三节 影响减肥行业发展的主要因素

一、2018-2023年影响减肥行业运行的有利因素分析

二、2018-2023年影响减肥行业运行的稳定因素分析

三、2018-2023年影响减肥行业运行的不利因素分析

四、2018-2023年我国减肥行业发展面临的挑战分析

五、2018-2023年我国减肥行业发展面临的机遇分析

第四节 减肥行业投资风险及控制策略分析

一、2018-2023年减肥行业市场风险及控制策略

二、2018-2023年减肥行业政策风险及控制策略

三、2018-2023年减肥行业经营风险及控制策略

四、2018-2023年减肥行业投资者风险及控制策略

五、2018-2023年减肥行业同业竞争风险及控制策略

六、2018-2023年减肥行业其他风险及控制策略

第十四章 减肥行业投资建议

第一节 行业研究结论

第二节 行业发展建议

图表目录

图表：减肥行业特征分析

图表：减肥行业利益相关者关系图

图表：减肥行业六大利益相关者的分类

图表：投资合同期间减肥权益关系

图表：减肥行业核心利益主体利益关系图

图表：2010-2016年中国GDP走势图（单位：万亿元，%）

图表：2010-2016年中国城镇居民人均可支配收入走势图（单位：元，%）

图表：2010-2016年中国农村居民人均纯收入走势图（单位：元，%）

图表：2014-2016年我国减肥消费量

图表：2014-2016年我国减肥行业利润

图表：2018-2023年我国减肥行业利润预测

图表：2014-2016年我国较大减肥企业数量

图表：2014-2016年我国减肥行业资产示意图

图表：2014-2016年我国减肥行业需求规模示意图

图表：2014-2016年我国减肥行业利润率示意图

图表：2014-2016年我国减肥行业运营能力示意图

图表：2014-2016年我国减肥行业偿债能力示意图

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/zixun/304866304866.html>