

2009年中国减肥产品市场分析及投资前景预测报告

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《2009年中国减肥产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/baojianpin/3194631946.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

第一章 2008年中国减肥市场运行环境分析

一、2008年中国经济发展环境分析

- (一) 2008年前三季度经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
- (三) 中国应对金融危机的措施

二、2008年中国减肥市场政策环境分析

- (一) 行业政策
- (二) 相关行业政策
- (三) 法律法规

三、2008年中国减肥市场社会环境分析

- (一) 居民消费水平
- (二) 居民收入
- (三) 目前我国的肥胖者越来越多
- (四) 消费者的爱美心理

第二章 2008年全球减肥市场发展概况

一、2008年全球减肥药整体现状

- (一) 全球减肥药市场发展状况
- (二) 植物减肥药畅销国际市场

二、2008年全球减肥食品市场状况

三、2008年全球减肥市场特点分析

- (一) 行业基本特点
- (二) 产品基本特点
- (三) 竞争基本特点

四、2008年主要国家减肥市场发展概况

- (一) 美国市场出现减肥冰淇淋
- (二) 日本减肥观念转变减肥食品日益流行
- (三) 韩国研发减肥食用油美国

五、全球减肥药新产品研发动态及市场预测

第三章 2008年中国减肥行业市场发展现状综述

一、2008年中国减肥市场整体发展概况

- (一) 减肥产品销售有明显的淡旺季之分
- (二) 消费回归理性，但广告仍然具有效应
- (三) 西药减肥药品比减肥减肥更胜一筹

- (四) 国内减肥生产企业占据主导地位
 - 二、2008年中国专业减肥中心发展的现状
 - (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) 深圳专业减肥中心抢占广州市场
 - (六) 减肥中心的三大骗术
 - 三、2008年中国减肥产品市场构成要素分析
 - (一) 减肥产品产品购买主体构成分析
 - (二) 减肥产品产品市场购买力分析
 - (三) 减肥产品产品市场购买欲望分析
 - 四、2008年中国减肥市场存在的问题
 - (一) 减肥品产品功能趋于同质化严重
 - (二) 产品的研发落后
 - (三) 品牌生命力短。
 - 五、减肥产品的功能创新之路两个延伸方向分析
 - (一) 人群细分确定产品功能
 - (二) 功能组合
- 第四章 2008年中国减肥市场细分子行业现状阐述
- 一、减肥药品
 - (一) 曲美、赛尼可等重点案例分析
 - (二) 中国减肥药价格走势，
 - (三) 中国减肥药行业的区域分布
 - 二、减肥茶
 - (一) 大印象减肥茶案例分析
 - (二) 2008年减肥茶整体现状分析
 - (三) 减肥茶市场潜力分析
 - 三、减肥医疗器械
 - (一) 市场分支
 - 1、减肥仪器
 - 2、以功能性内衣、腰带为主的减肥服饰
 - 3、以国外进口/国内仿制为主的室内运动器械
 - (二) 产品的发展方向分析
 - (三) 市场开发方向分析

四、减肥食品

(一) 2008年减肥食品市场运行现状分析

(二) 2008年减肥食品致命缺陷分析

1、产品不成系列

2、欠缺服务意识，增值服务一片空白；

3、市场宣传不力

(三) 发展方向分析

五、日化用品

(一) 索芙特案例分析

(二) 此类产品的运作诀窍

(三) 市场开发方向

第五章 2008年减肥产品目标客户群市场消费者调查分析

一、2008年中国三类肥胖人群的特征调查分析

(一) 儿童青少年肥胖和超重特征分析

1、儿童青少年肥胖率总体发展趋势

2、我国城市儿童肥胖因素分析

(二) 中年人群超重和肥胖因素分析

1、中年人群超重和肥胖率

2、我国成年人肥胖发展趋势

(三) 我国老年人超重和肥胖特征

1、抽样地区老年人群肥胖现状

2、评价老年人肥胖指标

二、中国人热量、蛋白质、脂肪摄入量来源构成分析

三、消费者愿意尝试的的减肥方式调查分析

(一) 运动

(二) 减肥药物

(三) 控制饮食

(四) 饥饿疗法

(五) 手术减肥

四、消费者购买减肥产品价位调查分析

五、消费者使用减肥产品频率调查分析

六、消费者购买减肥产品途径调查分析

(一) 报纸广告

(二) 电视商场广告

(三) 网络广告

(四) 其他途径

(五) 促销推荐

(六) 朋友推荐

七、消费者购买减肥产品的场所调查分析

(一) 药店

(二) 网购

(三) 其它

八、阻碍消费者购买减肥产品的原因

(一) 有副作用

(二) 效果不明显

(三) 企业不诚信

(四) 宣传夸大其词

(五) 其他

九、重点消费城市调查分析

(一) 北京

(二) 广州

(三) 上海

(四) 南京

第六章 2008年中国减肥行业市场竞争格局透析

一、2008年中国减肥市场竞争现状分析

二、2008年中国减肥行业集中度分析

(一) 区域集中度分析

(二) 市场集中度分析

三、2008年中国减肥行业市场关注度分析

四、2008年中国主要减肥产品市场竞争分析

(一) 减肥药品

(二) 减肥茶

(三) 减肥仪器

第七章 中国减肥行业重点企业分析

一、汕头市大印象(集团)有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业竞争力分析

二、温州浩力登科技有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业竞争力分析

三、太极集团重庆涪陵制药厂有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业竞争力分析

四、索芙特股份有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业竞争力分析

第八章 2008年中国减肥行业市场广告阐述

一、2008年减肥广告现状分析

(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) 我国减肥产品广告市场规模分析

(五) 我国减肥产品广告投放总体分析

二、2008年中国减肥广告存在的问题

(一) 虚假诱人的减肥广告词

(二) 减肥广告市场的危机

(三) 企业亟需转变对减肥广告的认识

(四) 违法减肥广告难治理

三、2008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

第九章 2008年中国减肥市场其它减肥形式探究

一、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) 减肥手术的风险分析

二、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

三、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) 瑜伽市场的问题分析
- (五) 瑜伽市场开发方向及策略

第十章 2009-2012年中国减肥产品市场发展及投资分析

一、2009-2012年中国减肥市场发展趋势分析

- (一) 行业整体发展趋势
- (二) 减肥产品展趋势
- (三) 减肥产品的零售价格持续走低行业大势所趋

二、2009-2012年中国减肥行业营销策略分析

- (一) “疗程装”为核心的捆绑促销策略
- (二) 重视以中小城市和广大城乡结合部为主的区域市场；
- (三) 产品高低搭配、机动灵活的价格组合
- (四) 减少对媒体广告的致命依赖；
- (五) 市场宣传应以电视广告为重心。

三、2009-2012年中国减肥产品投资分析

- (一) 中国减肥产品投资环境分析
- (二) 针对青年女性，以“保持+瘦身”的产品
- (三) 针对老年群体和肥胖男性，诉求“稳步减肥+保心降脂”的产品
- (四) “减肥+排毒”以润肠通便不腹泻为辅助诉求的产品
- (五) “减肥+祛斑”以调理女性内分泌为辅助诉求的产品
- (六) 中国减肥市场投资风险分析

四、2009-2012年中国减肥市场应对策略分析

- (一) 政府应早日出台减肥行业相关标准
- (二) 打击治理违法虚假广告，
- (三) 减肥品生产企业应树立诚信经营的理念和产品品牌的意识，
- (四) 针对产品功能进行创新，正确进行市场定位，
- (五) 注意广告的传播力和优化创新。

图表目录（部分）：

图表：2006-2008年三季度中国GDP增长情况

图表：2008年前三季度中国三大产业结构

图表：2003-2008年中国工业增加值增长率

图表：2005-2008年中国固定资产投资及消费品零售增长情况

图表：2007年9月-2008年9月中国CPI、PPI走势

图表：2008年1-9月中国外贸增长情况

图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的商品清单

图表：略.....

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baojianpin/3194631946.html>