2008年中国减肥行业市场分析及发展前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司
www.cction.com

一、报告报价

《2008年中国减肥行业市场分析及发展前景预测报告》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.cction.com/report/200807/4181.html

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司
订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838
海外报告销售: 010-69365838
Email: kefu@gonyn.com
联系人：李经理

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

第一章 2007-2008年中国减肥行业发展环境分析
一、2007-2008年中国经济发展环境分析
（一）2007年中国宏观经济运行情况
（二）2008年经济增长趋势预测
（三）2008年5月PPI涨幅8.2%
二、我国减肥行业发展政策环境分析
（一）减肥行业相关政策分析
（二）国家多减肥行业监管力度越来越大
三、我国减肥行业社会发展环境分析
（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

第二章 减肥行业相关概述
一、肥胖的相关常识
（一）肥胖产生的原因分析
（二）肥胖的计算公式及分类
（三）不同肥胖类型的特征
（四）儿童肥胖的原因及危害
二、健康饮食常识
（一）卡路里的概念与摄取量
（二）主要食品热量统计
（三）饮食要营养均衡

第三章 我国减肥行业发展形势分析
一、我国减肥市场现状分析
（一）肥胖催生中国减肥市场的发展
（二）减肥市场竞争激烈
（三）减肥市场新局势分析
二、我国减肥产品发展分析
（一）减肥产品类型分析

（二）减肥产品的开发特点分析
（三）减肥产品的开发方向
三、我国减肥市场的问题及策略分析
（一）减肥市场降温的原因分析
（二）减肥产品惯用欺骗手段分析
（三）打造持久减肥品牌的市场经验分析
（四）减肥市场产品针对开发策略
（五）减肥市场销售策略
（六）减肥产品生产企业的创新策略

第四章 我国减肥行业市场消费情况调查分析
一、我国主要地区减肥市场状况
（一）北京减肥品市场发展回顾
（二）上海减肥保健品销售下滑
二、我国减肥消费市场整体分析
（一）减肥市场消费人群分类
（二）减肥市场女性消费群体基本特征
（三）减肥市场消费心理分析
（四）消费者对减肥市场相关认知
（五）减肥者购买行为及场所分析
（六）广州减肥市场消费特征
三、我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

第五章 我国减肥行业市场广告分析
一、我国减肥广告现状分析
（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、我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、我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

第六章 我国减肥行业营销与案例分析
一、我国减肥业营销现状与策略分析
（一）减肥市场三大营销案例比较
（二）减肥产品销售的卖点分析
（三）减肥市场营销模式探析
（四）减肥市场区域滚动销售模式分析
（五）减肥市场启动期的营销要点分析
（六）减肥产品推广期的营销策略
二、9快9营销案例分析
（一）9快9产品介绍
（二）9快9营销背景
（三）9快9市场目标与竞争者分析
（四）9快9营销实战分析
三、康尔寿营销整合案例分析
（一）康尔寿减肥茶营销渐入被动
（二）康尔寿减肥茶市场营销策略
（三）康尔寿整合营销取得成功
四、香脂减肥营销案例解析

（一）QIMEI香脂瘦身产品介绍
（二）QIMEI代言人的选择
（三）减肥产品市场竞争环境分析
（四）QIMEI产品营销运作的过程
五、珍妮雅营销案例分析
（一）珍妮雅竞争对手分析
（二）珍妮雅市场竞争策略
（三）珍妮雅上海市场启动计划
（四）珍妮雅营销中的问题分析
（五）珍妮雅的营销创新

第七章 我国减肥药品行业发展分析
一、我国减肥药相关概述
（一）减肥西药的种类介绍
（二）减肥中药种类概述
（三）减肥药的副作用
二、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
（三）全球减肥药新产品研发动态及市场预测
三、我国减肥药市场发展状况
（一）中国减肥药市场发展特征分析
（二）中西药争夺减肥药市场份额
（三）“婚后减”开创减肥药品营销先河
四、我国减肥药市场存在的问题及开发策略
（一）减肥药消费的六大错误观念
（二）减肥产品中添加禁用药物情况严重
（三）减肥药品及保健品市场监管不力
（四）减肥药品开发策略

第八章 我国减肥食品行业发展态势分析
一、全球减肥食品市场状况

（一）世界减肥食品市场发展回顾
（二）美国市场出现减肥冰淇淋
（三）日本减肥观念转变减肥食品日益流行
（四）韩国研发减肥食用油
（五）中国减肥食品市场的发展要突破五大难关
二、无糖食品行业发展状况分析
（一）无糖食品流行国际食品市场
（二）美国减肥糖果销售市场看好
（三）中国无糖糖果市场现状
（四）无糖食品市场的问题分析
三、我国减肥饮品行业运行现状分析
（一）减肥茶瘦身
（二）减肥饮品开始在国际市场上走俏
（三）可口可乐开发出减肥饮品
（四）2007-2008年济南低脂低糖瘦身饮料抢占市场
四、我国苹果醋制造业发展走势分析
（一）中国果醋原料市场状况
（二）苹果醋生产工艺简介
（三）苹果醋的功效
（四）河南苹果醋市场竞争状况
（五）苹果醋开发前景分析

第九章 我国其他减肥形式分析
一、功能性内衣
（一）塑身内衣概述
（二）纤体塑身内衣市场的发展变化
（三）美体内衣的市场问题分析
二、减肥仪器
（一）美国开发出可植入人体的减肥仪器
（二）减肥瘦身仪器市场的状况
（三）减肥仪器主要产品市场分析
（四）器械减肥的优势分析

三、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

四、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

五、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 我国减肥行业企业分析

一、太极集团

（一）公司简介

（二）太极集团经营状况分析

（三）曲美产品经营业绩追溯

（四）曲美上市营销全程回顾

二、大印象集团

（一）公司简介

（二）大印象减肥茶的发展特色

（三）大印象打造名牌企业

（四）大印象品牌延伸战略分析

三、婷美集团

（一）公司简介

（二）婷美塑身内衣品牌成功策略分析

（三）婷美营销中的问题分析

四、索芙特股份有限公司

（一）公司简介

（二）索芙特经营状况分析

（三）索芙特减肥香皂成功原因解析

五、朵而（北京）有限公司

（一）公司简介

（二）朵而减肥产品营销策划回顾

（三）朵而减之营销的独特之处

六、姗拉娜有限公司

（一）公司简介

（二）积极拓展美体市场份额

（三）姗拉娜公关危机的应对策略

（四）姗拉娜的重点突破策略分析

七、其他涉足减肥行业的企业

（一）上海九快九生物科技有限公司

（二）御生堂集团

（三）瑞士罗氏公司

（四）北京澳特舒尔公司

（五）南京长澳制药有限公司

（六）厦门新广元生物科技有限公司

第十一章 2008-2010年我国减肥行业的发展趋势及投资分析

一、减肥行业的发展趋势分析

（一）全球减肥市场前景

（二）中国瘦身行业的发展趋势

（三）定位减肥将成减肥发展趋势

二、我国主要减肥项目和产品的发展展望

（一）针灸美容美体项目的市场前景解析

（二）美体内衣市场发展空间巨大

（三）美体减肥仪器的发展趋势分析

三、我国减肥行业投资机会与风险分析

（一）我国减肥行业投资环境分析

（二）我国减肥行业投资周期分析

（三）我国减肥行业投资机会分析

附录：

附录一：《保健食品评审技术规程》

附录二：《保健食品广告审查暂行规定》

详细请访问：http://www.cction.com/report/200807/4181.html