

2016-2022年中国减肥连锁行业发展现状分析及市场供需预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2016-2022年中国减肥连锁行业发展现状分析及市场供需预测报告》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：<https://www.huaon.com/detail/281562.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

在现代市场经济活动中，信息已经是减肥连锁行业的重要的经济资源，信息资源的优先占有者胜，反之则处于劣势。中国每年有近100万家企业倒闭，对于企业经营而言，因为失误而出局，极有可能意味着从此退出历史舞台。他们的失败、他们的经验教训，可能再也没有机会转化为他们下一次的成功了。减肥连锁企业成功的关键就在于，是否能够在需求尚未形成之时就牢牢的锁定并捕捉到它。那些成功的公司往往都会倾尽毕生的精力及资源搜寻产业的当前需求、潜在需求以及新的需求。

随着减肥连锁行业竞争的不断加剧，大型企业间并购整合与资本运作日趋频繁，国内外优秀的减肥连锁企业愈来愈重视对行业市场的分析研究，特别是对当前市场环境和客户需求趋势变化的深入研究，以期提前占领市场，取得先发优势。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 减肥相关概述

第一节 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
- 三、不同肥胖类型的特征
- 四、儿童肥胖的原因及危害

第二节 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

第二章 2015年世界减肥连锁行业发展状况分析

第一节 2015年世界减肥连锁行业发展概况

- 一、世界主要减肥产品市场消费情况
- 二、世界减肥连锁行业特点分析
- 三、世界减肥连锁行业市场竞争分析

第二节 2015年世界减肥连锁行业主要国家运行情况分析

- 一、美国
- 二、日本

三、法国

第三节 2016-2022年世界减肥连锁行业发展趋势分析

第三章 2015年中国减肥连锁行业发展环境分析

第一节 2015年中国经济环境发展分析

一、中国GDP增长态势分析

二、中国经济发展的方向

三、第三产业发展分析

第二节 2015年中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

第三节 2015年中国减肥连锁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

第四章 2015年中国减肥连锁行业发展形势分析

第一节 2015年中国减肥连锁行业特点分析

一、利润率不容乐观

二、需求仍快速增长

三、产能增速过快

四、产品成本增加

五、产品价格有所回落

第二节 2015年中国减肥连锁行业市场供需分析

一、产能地区分布

二、新增产能重点地区分析

三、2015年投产及生产线情况

四、产量及增长情况

五、需求结构特点分析

第三节 2015年中国减肥产品市场进出口分析

一、出口增速有所下降

二、进口以高附加值产品为主

第五章 2015年中国减肥连锁行业市场结构及经济效益分析

第一节 2015年中国减肥连锁行业市场结构特点分析

一、产品结构继续优化

二、兼并重组活动活跃

第二节 中国减肥连锁行业市场产和库存情况分析

第三节 2015年中国减肥连锁行业经济效益分析

一、中国减肥连锁行业经济效益分析

二、整体减肥连锁行业制造经济指标分析

第六章 2015年中国减肥行业市场消费情况调查分析

第一节 2015年中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情况

第二节 2015年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

第三节 2015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、减肥中心的骗术

第七章 2015年中国减肥连锁市场销售策略研究

第一节 中国减肥连锁市场销售终端的基本类型

一、中国减肥连锁市场各终端的基本特点

二、各类减肥连锁终端的分布格局

三、减肥连锁市场的主要销售模式

第二节 2015年中国减肥连锁企业主要渠道模式分析

一、区域代理

二、买断品牌

三、特许经营

第三节 2015年中国减肥连锁在不同渠道销售情况

- 一、减肥连锁渠道策略分析
- 二、代理商选择策略
- 三、渠道的本土化策略
- 四、品牌略

第四节 2015年减肥连锁在中国的营销策略变化

- 一、传播策略
- 二、渠道策略
- 三、产品线组合策略
- 四、厂商关系
- 五、营销渠道下沉
- 六、OEM合作模式
- 七、体验营销策略

第八章 2015年中国减肥连锁行业市场竞争格局分析

第一节 2015年中国减肥连锁行业市场竞争分析

- 一、市场竞争分析
- 二、品牌竞争状况分析

第二节 2015年中国区域减肥连锁产业的消费需求分析

- 一、区域减肥连锁的流通机制及消费者基本类型
- 二、区域减肥连锁消费者的行为选择
- 三、影响区域减肥连锁消费需求的主要因素
- 四、区域减肥连锁产业的供求分析
- 五、区域减肥连锁产业的需求弹性分析
- 六、区域减肥连锁产品服务的供求弹性分析
- 七、区域减肥连锁市场的钢柔性分析
- 八、区域减肥连锁市场价格利润机制分析

第三节 2015年中国减肥连锁市场竞争面临的问题分析

第九章 2015年中国减肥产品行业企业竞争对手分析

第一节 太极集团

- 一、公司概况
- 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

第二节 大印象集团

- 一、公司概况
- 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

第三节 朵而（北京）有限公司

- 一、公司概况
- 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

第四节 姗拉娜有限公司

- 一、公司概况
- 二、姗拉娜瘦身产品的营销状况分析
- 三、积极拓展美体市场份额
- 四、姗拉娜公关危机的应对策略
- 五、姗拉娜的重点突破策略分析

第五节 婷美集团

- 一、公司概况
- 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

第六节 索芙特股份有限公司

- 一、公司概况
- 二、索芙特经营状况分析
- 三、公司竞争力分析

第七节 北京澳特舒尔保健品开发有限公司

- 一、公司概况
- 二、经营状况分析
- 三、公司竞争力分析

第八节 上海九快九生物科技有限公司

- 一、公司概况
- 二、经营状况分析
- 三、公司竞争力分析

第九节 御生堂集团

- 一、公司概况
- 二、经营状况分析
- 三、公司竞争力分析

第十节 南京长澳制药有限公司

- 一、公司概况
- 二、经营状况分析
- 三、公司竞争力分析

第十章 2015年中国减肥药品行业发展动态分析

第一节 2015年国际减肥药整体现状

- 一、国际减肥药市场发展状况
- 二、植物减肥药畅销国际市场
- 三、世界减肥药新产品研发动态及市场预测

第二节 2015年中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

第三节 2015年中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

第十一章 2015年中国其他减肥产品运行走势分析

第一节 减肥茶

- 一、减肥茶瘦身“原理”
- 二、减肥茶市场存在问题分析
- 三、减肥茶市场面临困境

第二节 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

第三节 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

第十二章 2015年中国其他减肥形式分析

第一节 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

第二节 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

第三节 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

第十三章 2016-2022年中国减肥连锁行业的发展前景及趋势分析

第一节 2016-2022年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

第二节 2016-2022年中国减肥连锁发展前景预测

一、减肥连锁行业供给能力预测

二、减肥连锁加工行业盈利能力

三、减肥连锁市场发展方向分析

第三节 2016-2022年中国减肥连锁行业市场盈利预测分析

第十四章 2016-2022年中国减肥连锁行业投资机会与风险分析

第一节 2016-2022年中国减肥连锁行业投资环境分析

第二节 2016-2022年中国减肥连锁行业投资机会分析

一、未来减肥连锁发展方向

二、高档减肥连锁行业前景广阔

第三节 2016-2022年中国减肥连锁行业投资机会分析

一、市场风险

二、原材料风险

三、技术风险

四、政策和体制风险

第四节投资建议

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/281562.html>