# 2020-2026年中国减肥产品行业发展态势与市场年度调研报告

## 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

《2020-2026年中国减肥产品行业发展态势与市场年度调研报告》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/202008/183631.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

减肥产品，即具有减肥作用的产品。随着审美观念的改变，衍生出来的一种能够使女性达到瘦身目的的产品，因其快速的减肥效果深受女性喜爱。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国减肥产品行业发展态势与市场年度调研报告》共十一章。首先介绍了减肥产品相关概念及发展环境，接着分析了中国减肥产品规模及消费需求，然后对中国减肥产品市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国减肥产品面临的机遇及发展前景。您若想对中国减肥产品有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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 2018年全球减肥市场发展状况综述
第.一节 2018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
第二节 2018年全球减肥食品市场状况
第三节 2018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
第四节 2018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
第五节 全球减肥药新产品研发动态及市场预测

第二章 2018年中国减肥市场运行环境解析
第.一节 2018年中国经济环境分析

一、国民经济运行情况GDP(季度更新)

二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）

三、全国居民收入情况（季度更新）

四、恩格尔系数（年度更新）

五、工业发展形势（季度更新）

六、固定资产投资情况（季度更新）

七、中国汇率调整（人民币升值）

八、对外贸易&进出口

第二节2018年中国减肥市场政策环境分析

一、减肥产品市场正常分析

二、相关行业政策

三、减肥产品进出口政策分析

第三节2018年中国减肥市场社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

第三章 中国减肥行业市场发展现状综述

第.一节 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

第二节 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
第三节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
第四节 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
第五节 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 2016-2018年中国减肥市场细分子行业现状阐述
第.一节 减肥药品
一、曲美、赛尼可等重点案例分析
二、2016-2018年中国减肥药价格走势,
三、2016-2018年中国减肥药行业的区域分布
第二节 减肥茶
一、大印象减肥茶案例分析
二、2016-2018年减肥茶整体现状分析
三、减肥茶市场潜力分析
第三节 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
第四节 减肥食品
一、2016-2018年减肥食品市场运行现状分析
二、2016-2018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
第五节 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 减肥产品目标客户群市场消费者调查分析
第.一节 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
第二节 中国人热量、蛋白质、脂肪摄入量来源构成分析
第三节 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
第四节 消费者购买减肥产品价位调查分析
第五节 消费者使用减肥产品频率调查分析
第六节 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
第七节 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
第八节 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
第九节 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 2018年中国减肥行业市场竞争格局透析
第.一节 2018年中国减肥市场竞争现状分析
第二节 2018年中国减肥行业集中度分析
一、企业集中度分析
二、区域集中度分析
三、市场集中度分析
第三节 2018年中国减肥行业市场关注度分析
第四节 2018年中国减肥产品价值链分析
第五节 2018年中国减肥行业生命周期分析
第六节 2018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内知名生产企业竞争力及关键性数据分析
第.一节 重庆太极实业（集团）股份有限公司
一、企业概况
二、企业经营情况分析
三、企业发展战略分析
第二节 索芙特股份有限公司
一、企业概况
二、企业经营情况分析
三、企业发展战略分析
第三节 北京澳特舒尔保健品开发有限公司
一、企业概况
二、企业经营情况分析
三、企业发展战略分析
第四节 珠海姗拉娜化妆品有限公司
一、企业概况
二、企业经营情况分析
三、企业发展战略分析
第五节 婷美集团保健科技有限公司
一、企业概况
二、企业经营情况分析
三、企业发展战略分析
第六节 汕头市大印象（集团）有限公司
一、企业概况
二、企业经营情况分析
三、企业发展战略分析

第八章 2018年中国减肥行业市场广告阐述
第.一节 2018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
第二节 2018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
第三节 2018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 2018年中国减肥市场其它减肥形式探究
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

第十章 2020-2026年中国减肥产品市场发展趋势与前景预测分析
第.一节 2020-2026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
第二节 2020-2026年中国减肥产品市场需求预测分析
第三节 2020-2026年中国减肥产品竞争格局预测分析
第四节 2020-2026年中国减肥产品盈利能力预测分析
第五节 2020-2026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。

第十一章 2020-2026年中国减肥产品行业投资机会及风险规避指引
第.一节 2020-2026年中国减肥产品投资环境分析
第二节 2020-2026年中国减肥产品投资周期分析
第三节 2020-2026年中国减肥产品投资热点分析
第四节 2020-2026年中国减肥产品投资机会分析
一、针对青年女性，以“保持+瘦身”的产品
二、针对老年群体和肥胖男性，诉求“稳步减肥+保心降脂”的产品
三、“减肥+排毒”以润肠通便不腹泻为辅助诉求的产品
四、“减肥+祛斑”以调理女性内分泌为辅助诉求的产品
第五节 2020-2026年中国减肥市场投资风险预警
一、政策风险
二、经营风险
三、进入退出风险
四、原材料分析
第六节 2020-2026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。

详细请访问：http://www.cction.com/report/202008/183631.html