

# 2023-2029年中国减肥产业发展现状与投资可行性报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2023-2029年中国减肥产业发展现状与投资可行性报告》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/202304/353001.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

中企顾问网发布的《2023-2029年中国减肥产业发展现状与投资可行性报告》共十一章。首先介绍了减肥产业相关概念及发展环境，接着分析了中国减肥行业规模及消费需求，然后对中国减肥行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国减肥行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国减肥行业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：第一部分 产业环境透视第一章 减肥行业发展综述第一节 肥胖的相关常识一、肥胖产生的原因分析二、肥胖的计算公式及分类三、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、卡路里的概念与摄入量二、主要食品热量统计三、饮食要营养均衡 第二章 减肥行业市场环境及影响分析（PEST）第一节 减肥行业政治法律环境（P）一、行业主要政策法规二、政策环境对行业的影响第二节 行业经济环境分析（E）一、宏观经济形势分析二、宏观经济环境对行业的影响分析第三节 行业社会环境分析（S）一、减肥产业社会环境二、社会环境对行业的影响第四节 行业技术环境分析（T）一、行业主要技术发展趋势二、技术环境对行业的影响第二部分 行业深度分析 第三章 我国减肥行业运行现状分析第一节 中国减肥市场现状一、中国减肥产品市场发展回顾二、中国减肥市场的规模状况三、中国减肥市场发展现状分析四、中国减肥市场的发展特点五、中国减肥行业竞争局势分析第二节 减肥产品发展概况一、减肥产品类型分析二、减肥产品的开发特点分析三、减肥产品的消费特征四、减肥产品的开发方向第三节 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第四节 专业减肥中心发展的现状第五节 中国减肥市场存在的问题一、减肥产品的安全性问题堪忧二、中国减肥市场面临的挑战三、中国减肥保健市场监管亟待加强四、减肥产品惯用欺骗手段分析第六节 中国减肥市场的发展策略分析一、中国减肥市场的发展对策分析二、减肥市场产品针对开发策略三、减肥市场销售策略四、减肥产品生产企业的创新策略第三部分 市场全景调研 第四章 我国减肥细分市场分析及预测第一节 减肥药品发展分析一、减肥药相关概述1、减肥西药种类介绍2、减肥中药种类介绍3、减肥药品的副作用二、国际减肥药整体现状1、世界减肥药品市场发展概况2、药品安全因素使国外减肥药研发受挫3、国际减肥药市场的研发动态4、国际减肥药获批状况5、诺和诺德正涉足减肥药领域6、全球减肥药市场研发趋势分析三、中国减肥药市场发展状况1、中国减肥药市场的发展特征2、中国减肥药市场现状分析3、我国开展儿童专用减肥药研发4、我国中药减肥发展简述四、减肥药市场存在的问题及开发策略1、减肥

药消费的六大错误观念2、减肥产品中添加禁用药物情况严重3、减肥药品及保健品市场监管不力4、减肥药品开发策略

## 第二节 减肥食品发展分析

### 一、减肥食品市场状况

1、世界减肥食品市场发展回顾2、欧盟实施减肥食品新规定3、韩国研发减肥食用油4、英国研发出具备减肥功能的益生菌5、中国减肥食品市场的发展要突破五大难关6、减肥食品行业亟需规范发展

### 二、无糖食品

1、无糖食品流行国际食品市场2、我国无糖食品市场日渐增大3、无糖食品市场营销分析4、我国无糖食品行业期待规范发展5、无糖食品业亟待加强品牌打造

### 三、减肥饮品

1、减肥饮品在国际市场上走俏2、挪威研发具有减肥功效的绿茶饮料3、可口可乐开发出减肥饮品4、济南低脂低糖瘦身饮料抢占市场

### 四、苹果醋制造业

1、苹果醋生产工艺简介2、苹果醋的功效3、中国果醋原料市场状况4、果醋饮料市场发展迅猛格局初现5、我国苹果醋饮料产业政策制定情况6、苹果醋开发前景分析

## 第三节 其他减肥产品发展分析

### 一、减肥茶

1、减肥茶瘦身“原理”2、国内减肥茶市场简述3、中国减肥茶市场发展现况4、减肥茶市场存在的主要问题5、减肥茶市场面临困境

### 二、功能性内衣

1、塑身内衣概述2、中国美体内衣市场发展概况3、纤体塑身内衣市场的发展变化4、美体内衣的市场问题分析

### 三、减肥仪器

1、美国开发出可植入人体的减肥仪器2、减肥瘦身仪器市场的状况3、减肥仪器主要产品市场情况4、器械减肥的优势分析

## 第四节 其他减肥形式发展分析

### 一、减肥手术

1、减肥手术的发展历程2、微创减肥手术简介3、抽脂手术介绍4、中国胃束带减肥手术市场现状5、减肥手术的风险分析

### 二、针灸减肥

1、针灸减肥概述2、针灸减肥的机理3、针灸穴位埋线减肥法介绍4、针灸减肥市场状况分析5、上海针灸减肥市场的问题分析

### 三、瑜伽减肥

1、瑜伽瘦身的原理简析2、纤体效果明显的瑜伽类型3、瑜伽减肥更利于身心健康4、瑜伽市场竞争分析5、瑜伽市场的问题分析6、瑜伽市场开发方向及策略

## 第五章 我国减肥行业推广营销分析

### 第一节 减肥市场广告分析

#### 一、减肥广告现状分析

1、中国减肥产品宣传概念分类2、洗肠概念减肥品广告分析3、减肥广告市场基本套路分析4、减肥药品及保健品广告投放回顾5、经济寒流催热网络减肥广告市场

#### 二、减肥品广告市场存在的问题

1、减肥广告市场的危机2、企业亟需转变对减肥广告的认识3、减肥品广告宣传违法率高4、违法减肥广告难治理

#### 三、减肥广告创意及策略

1、广告创意基本思路及案例分析2、减肥广告要注重传播力3、减肥广告传播的优化创新策略4、减肥广告形象代言人的选择与应用策略

### 第二节 减肥行业营销分析

#### 一、减肥业营销现状与策略分析

1、减肥市场三大营销案例比较2、减肥产品销售的卖点分析3、减肥市场营销模式探析4、减肥市场区域滚动销售模式分析5、减肥市场启动期的营销要点分析6、减肥产品推广期的营销策略7、减肥保健品的市场突围策略

#### 二、999减肥胶囊市场营销案例

1、产品概念2、产品试销3、市场营销策略

#### 三、SO瘦减肥茶的品牌营销策略

1、SO瘦是碧生源品牌突围的新生力量2、首次试水SO瘦广告遭遇挫折3、SO瘦减肥茶的策略颠覆4、新策略面市收效甚佳5、碧生源品牌升级的市场拐点

#### 四、康尔寿营销整合案例分析

1、康尔寿减肥茶营销渐入被动2、康尔寿减肥茶市

场营销策略3、康尔寿整合营销取得成功五、香脂减肥营销案例解析1、QIMEI香脂瘦身产品介绍2、QIMEI代言人的选择3、减肥产品市场竞争环境分析4、QIMEI产品营销运作的过程第四部分 竞争格局分析 第六章 2019-2022年减肥行业竞争形势第一节 行业总体市场竞争状况分析一、减肥行业竞争结构分析1、现有企业间竞争2、潜在进入者分析3、替代品威胁分析4、供应商议价能力5、客户议价能力6、竞争结构特点总结二、减肥行业企业间竞争格局分析1、不同地域企业竞争格局2、不同规模企业竞争格局3、不同所有制企业竞争格局三、减肥行业集中度分析1、市场集中度分析2、企业集中度分析3、区域集中度分析4、各子行业集中度5、集中度变化趋势四、减肥行业SWOT分析1、减肥行业优势分析2、减肥行业劣势分析3、减肥行业机会分析4、减肥行业威胁分析第二节 中国减肥行业竞争格局综述一、减肥行业竞争概况1、中国减肥行业品牌竞争格局2、减肥业未来竞争格局和特点3、减肥市场进入及竞争对手分析二、中国减肥行业竞争力分析1、我国减肥行业竞争力剖析2、我国减肥企业市场竞争的优势3、民企与外企比较分析4、国内减肥企业竞争能力提升途径三、中国减肥产品竞争力优势分析1、整体产品竞争力评价2、产品竞争力评价结果分析3、竞争优势评价及构建建议四、减肥行业主要企业竞争力分析1、重点企业资产总计对比分析2、重点企业从业人员对比分析3、重点企业营业收入对比分析4、重点企业利润总额对比分析5、重点企业综合竞争力对比分析第三节 减肥行业竞争格局分析一、国内外减肥竞争分析二、我国减肥市场竞争分析三、我国减肥市场集中度分析四、国内主要减肥企业动向五、国内减肥企业拟在建项目分析第四节 减肥行业并购重组分析一、行业并购重组现状及其重要影响二、跨国公司在华投资兼并与重组分析三、本土企业投资兼并与重组分析四、企业升级途径及并购重组风险分析五、行业投资兼并与重组趋势分析 第七章 减肥行业领先企业经营形势分析第一节 中国减肥企业总体发展状况分析一、减肥企业主要类型二、减肥企业资本运作分析三、减肥企业创新及品牌建设四、减肥企业国际竞争力分析五、减肥行业企业排名分析第二节 中国领先减肥企业经营形势分析一、碧生源控股有限公司1、企业发展概况分析2、企业产品结构分析3、企业技术水平分析4、企业发展规模分析5、企业经营业绩分析6、企业经济指标分析二、广东大印象（集团）有限公司1、企业发展概况分析2、企业产品结构分析3、企业技术水平分析4、企业发展规模分析5、企业经营业绩分析6、企业经济指标分析三、北京天龙保健茶有限公司1、企业发展概况分析2、企业产品结构分析3、企业技术水平分析4、企业发展规模分析5、企业经营业绩分析6、企业经济指标分析四、联合利华（中国）有限公司1、企业发展概况分析2、企业产品结构分析3、企业技术水平分析4、企业发展规模分析5、企业经营业绩分析6、企业经济指标分析五、广州市康丽源生物制品有限公司1、企业发展概况分析2、企业产品结构分析3、企业技术水平分析4、企业发展规模分析5、企业经营业绩分析6、企业经济指标分析六、天狮集团有限公司1、企业发展概况分析2、企业产品结构分析3、企业技术水平分析4、企业发展规模分

析5、企业经营业绩分析6、企业经济指标分析七、广通源药业（中国）有限公司1、企业发展概况分析2、企业产品结构分析3、企业技术水平分析4、企业发展规模分析5、企业经营业绩分析6、企业经济指标分析八、北京御生堂投资集团有限公司1、企业发展概况分析2、企业产品结构分析3、企业技术水平分析4、企业发展规模分析5、企业经营业绩分析6、企业经济指标分析九、索芙特股份有限公司1、企业发展概况分析2、企业产品结构分析3、企业技术水平分析4、企业发展规模分析5、企业经营业绩分析6、企业经济指标分析十、婷美集团保健科技有限公司1、企业发展概况分析2、企业产品结构分析3、企业技术水平分析4、企业发展规模分析5、企业经营业绩分析6、企业经济指标分析

第五部分 发展前景展望 第八章 2023-2029年减肥行业前景及投资价值第一节 减肥行业五年规划现状及未来预测一、“十三五”期间减肥行业运行情况二、“十三五”期间减肥行业发展成果三、减肥行业“十四五”发展方向预测第二节 2023-2029年减肥市场发展前景一、2023-2029年减肥市场发展潜力二、2023-2029年减肥市场发展前景展望三、2023-2029年减肥细分行业发展前景分析第三节 2023-2029年减肥市场发展趋势预测一、2023-2029年减肥行业发展趋势1、技术发展趋势分析2、产品发展趋势分析3、产品应用趋势分析二、2023-2029年减肥市场规模预测1、减肥行业市场容量预测2、减肥行业销售收入预测三、2023-2029年减肥行业应用趋势预测四、2023-2029年细分市场发展趋势预测第四节 2023-2029年中国减肥行业供需预测一、2023-2029年中国减肥行业供给预测二、2023-2029年中国减肥行业产量预测三、2023-2029年中国减肥市场销量预测四、2023-2029年中国减肥行业需求预测五、2023-2029年中国减肥行业供需平衡预测第五节 影响企业生产与经营的关键趋势一、市场整合成长趋势二、需求变化趋势及新的商业机遇预测三、企业区域市场拓展的趋势四、科研开发趋势及替代技术进展五、影响企业销售与服务方式的关键趋势第六节 减肥行业投资特性分析一、减肥行业进入壁垒分析二、减肥行业盈利因素分析三、减肥行业盈利模式分析第七节 2023-2029年减肥行业发展的影响因素一、有利因素二、不利因素第八节 2023-2029年减肥行业投资价值评估分析一、行业投资效益分析1、行业活力系数比较及分析2、行业投资收益率比较及分析3、行业投资效益评估二、产业发展的空白点分析三、投资回报率比较高的投资方向四、新进入者应注意的障碍因素

第九章 2023-2029年减肥行业投资机会与风险防范第一节 减肥行业投融资情况一、行业资金渠道分析二、固定资产投资分析三、兼并重组情况分析四、减肥行业投资现状分析第二节 2023-2029年减肥行业投资机会一、产业链投资机会二、细分市场投资机会三、重点区域投资机会四、减肥行业投资机遇第三节 2023-2029年减肥行业投资风险及防范一、政策风险及防范二、技术风险及防范三、供求风险及防范四、宏观经济波动风险及防范五、关联产业风险及防范六、产品结构风险及防范七、其他风险及防范第四节 中国减肥行业投资建议一、减肥行业未来发展方向二、减肥行业主要投资建议三、中国减肥企业融资分析

第六部分 发展战略

研究 第十章 减肥行业发展战略研究第一节 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、竞争战略规划第二节 对我国减肥品牌的战略思考一、减肥品牌的重要性二、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三节 减肥经营策略分析一、减肥市场细分策略二、减肥市场创新策略三、品牌定位与品类规划四、减肥新产品差异化战略第四节 减肥行业投资战略研究一、2023-2029年减肥行业投资战略二、2023-2029年细分行业投资战略 第十一章 研究结论及发展建议第一节 减肥行业研究结论及建议第二节 减肥子行业研究结论及建议第三节 减肥行业发展建议一、行业发展策略建议二、行业投资方向建议三、行业投资方式建议 部分图表目录图表：减肥行业生命周期图表：减肥行业产业链结构图表：2019-2022年全球减肥行业市场规模图表：2019-2022年中国减肥行业市场规模图表：2019-2022年减肥行业重要数据指标比较图表：2019-2022年中国减肥市场占全球份额比较图表：2019-2022年减肥行业工业总产值图表：2019-2022年减肥行业销售收入图表：2019-2022年减肥行业利润总额图表：2019-2022年减肥行业资产总计图表：2019-2022年减肥行业负债总计图表：2019-2022年减肥行业竞争力分析图表：2019-2022年减肥市场价格走势图表：2019-2022年减肥行业主营业务收入图表：2019-2022年减肥行业主营业务成本图表：2019-2022年减肥行业集中度图表：2023-2029年中国减肥行业供给预测图表：2023-2029年中国减肥行业产量预测图表：2023-2029年中国减肥市场销量预测图表：2023-2029年中国减肥行业需求预测图表：2023-2029年中国减肥行业供需平衡预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202304/353001.html>