

# 2023-2029年中国减肥市场 深度分析与投资前景分析报告

## 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年中国减肥市场深度分析与投资前景分析报告》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/202308/391384.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

减肥属于以减少人体过度的脂肪、体重为目的的行为方式。适度减重可降低患肥胖症的风险，也可提高有肥胖并发症的患者的健康水平。

市场上有各类不同的减肥理念、减肥产品，请审慎选择。过度、过快减肥会对身体有不良影响。采纳科学的正确的减肥方式，警惕对于假设阶段、未经证明的减肥观念。

中企顾问网发布的《2023-2029年中国减肥市场深度分析与投资前景分析报告》共十章。首先介绍了减肥行业市场发展环境、减肥整体运行态势等，接着分析了减肥行业市场运行的现状，然后介绍了减肥市场竞争格局。随后，报告对减肥做了重点企业经营状况分析，最后分析了减肥行业发展趋势与投资预测。您若想对减肥产业有个系统的了解或者想投资减肥行业，本报告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：

### 第一章&nbsp;减肥相关概述

#### 1.1&nbsp;肥胖的相关常识

##### 1.1.1&nbsp;肥胖产生的原因分析

##### 1.1.2&nbsp;肥胖的计算公式及分类

##### 1.1.3&nbsp;不同肥胖类型的特征

##### 1.1.4&nbsp;儿童肥胖的原因及危害

#### 1.2&nbsp;健康饮食常识

##### 1.2.1&nbsp;卡路里的概念与摄取量

##### 1.2.2&nbsp;主要食品热量统计

##### 1.2.3&nbsp;饮食要营养均衡

### 第二章&nbsp;2023-2029年减肥市场发展分析

#### 2.1&nbsp;2023-2029年中国减肥市场现状

##### 2.1.1&nbsp;中国减肥产品市场发展回顾

##### 2.1.2&nbsp;中国减肥市场的规模状况

- 2.1.3&emsp;中国减肥市场发展现状分析
- 2.1.4&emsp;中国减肥市场的发展特点
- 2.1.5&emsp;中国减肥行业竞争局势分析
- 2.2&emsp;2023-2029年减肥产品发展分析
  - 2.2.1&emsp;减肥产品类型分析
  - 2.2.2&emsp;减肥产品的开发特点分析
  - 2.2.3&emsp;减肥产品的消费特征
  - 2.2.4&emsp;减肥产品的开发方向
- 2.3&emsp;2023-2029年减肥消费市场整体分析
  - 2.3.1&emsp;减肥市场消费人群分类
  - 2.3.2&emsp;减肥市场女性消费群体基本特征
  - 2.3.3&emsp;减肥市场消费心理分析
  - 2.3.4&emsp;消费者对减肥市场相关认知
  - 2.3.5&emsp;减肥者购买行为及场所分析
- 2.4&emsp;2023-2029年专业减肥中心发展的现状
  - 2.4.1&emsp;减肥行业步入专业减肥纤体新阶段
  - 2.4.2&emsp;专业美体瘦身行业的发展现状
  - 2.4.3&emsp;中国美体减肥店的主要类型
  - 2.4.4&emsp;广州四种类型纤体中心特征分析
  - 2.4.5&emsp;减肥中心的三大骗术
- 2.5&emsp;中国减肥市场存在的问题
  - 2.5.1&emsp;减肥产品的安全性问题堪忧
  - 2.5.2&emsp;中国减肥市场面临的挑战
  - 2.5.3&emsp;中国减肥保健市场监管亟待加强
  - 2.5.4&emsp;减肥产品惯用欺骗手段分析
- 2.6&emsp;中国减肥市场的发展策略分析
  - 2.6.1&emsp;中国减肥市场的发展对策分析
  - 2.6.2&emsp;减肥市场产品针对开发策略
  - 2.6.3&emsp;减肥市场销售策略
  - 2.6.4&emsp;减肥产品生产企业的创新策略

第三章&emsp;2023-2029年减肥药品发展分析

- 3.1&emsp;减肥药相关概述
  - 3.1.1&emsp;减肥西药种类介绍
  - 3.1.2&emsp;减肥中药种类介绍
  - 3.1.3&emsp;减肥药品的副作用
- 3.2&emsp;2023-2029年国际减肥药整体现状
  - 3.2.1&emsp;世界减肥药品市场发展概况
  - 3.2.2&emsp;药品安全因素使国外减肥药研发受挫
  - 3.2.3&emsp;国际减肥药市场的研发动态
  - 3.2.4&emsp;国际减肥药获批状况
  - 3.2.5&emsp;诺和诺德正涉足减肥药领域
  - 3.2.6&emsp;全球减肥药市场研发趋势分析
- 3.3&emsp;2023-2029年中国减肥药市场发展状况
  - 3.3.1&emsp;中国减肥药市场的发展特征
  - 3.3.2&emsp;中国减肥药市场现状分析
  - 3.3.3&emsp;我国开展儿童专用减肥药研发
  - 3.3.4&emsp;我国中药减肥发展简述
- 3.4&emsp;减肥药市场存在的问题及开发策略
  - 3.4.1&emsp;减肥药消费的六大错误观念
  - 3.4.2&emsp;减肥产品中添加禁用药物情况严重
  - 3.4.3&emsp;减肥药品及保健品市场监管不力
  - 3.4.4&emsp;减肥药品开发策略

#### 第四章&emsp;2023-2029年减肥食品发展分析

- 4.1&emsp;2023-2029年减肥食品市场状况
  - 4.1.1&emsp;世界减肥食品市场发展回顾
  - 4.1.2&emsp;欧盟实施减肥食品新规定
  - 4.1.3&emsp;韩国研发减肥食用油
  - 4.1.4&emsp;英国研发出具备减肥功能的益生菌
  - 4.1.5&emsp;中国减肥食品市场的发展要突破五大难关
  - 4.1.6&emsp;减肥食品行业亟需规范发展
- 4.2&emsp;无糖食品
  - 4.2.1&emsp;无糖食品流行国际食品市场

- 4.2.2&emsp;我国无糖食品市场日渐增大
- 4.2.3&emsp;无糖食品市场营销分析
- 4.2.4&emsp;我国无糖食品行业期待规范发展
- 4.2.5&emsp;无糖食品业亟待加强品牌打造
- 4.3&emsp;减肥饮品
- 4.3.1&emsp;减肥饮品在国际市场上走俏
- 4.3.2&emsp;挪威研发具有减肥功效的绿茶饮料
- 4.3.3&emsp;可口可乐开发出减肥饮品
- 4.3.4&emsp;济南低脂低糖瘦身饮料抢占市场
- 4.4&emsp;苹果醋制造业
- 4.4.1&emsp;苹果醋生产工艺简介
- 4.4.2&emsp;苹果醋的功效
- 4.4.3&emsp;中国果醋原料市场状况
- 4.4.4&emsp;果醋饮料市场发展迅猛格局初现
- 4.4.5&emsp;我国苹果醋饮料产业政策制定情况
- 4.4.6&emsp;苹果醋开发前景分析

## 第五章&emsp;2023-2029年其他减肥产品发展分析

- 5.1&emsp;减肥茶
- 5.1.1&emsp;减肥茶瘦身“原理”
- 5.1.2&emsp;国内减肥茶市场简述
- 5.1.3&emsp;中国减肥茶市场发展现状
- 5.1.4&emsp;减肥茶市场存在的主要问题
- 5.1.5&emsp;减肥茶市场面临困境
- 5.2&emsp;功能性内衣
- 5.2.1&emsp;塑身内衣概述
- 5.2.2&emsp;中国美体内衣市场发展概况
- 5.2.3&emsp;纤体塑身内衣市场的发展变化
- 5.2.4&emsp;美体内衣的市场问题分析
- 5.3&emsp;减肥仪器
- 5.3.1&emsp;美国开发出可植入人体的减肥仪器
- 5.3.2&emsp;减肥瘦身仪器市场的状况

5.3.3&emsp;减肥仪器主要产品市场情况

5.3.4&emsp;器械减肥的优势分析

## 第六章&emsp;2023-2029年其他减肥形式发展分析

6.1&emsp;减肥手术

6.1.1&emsp;减肥手术的发展历程

6.1.2&emsp;微创减肥手术简介

6.1.3&emsp;抽脂手术介绍

6.1.4&emsp;中国胃束带减肥手术市场现状

6.1.5&emsp;减肥手术的风险分析

6.2&emsp;针灸减肥

6.2.1&emsp;针灸减肥概述

6.2.2&emsp;针灸减肥的机理

6.2.3&emsp;针灸穴位埋线减肥法介绍

6.2.4&emsp;针灸减肥市场状况分析

6.2.5&emsp;上海针灸减肥市场的问题分析

6.3&emsp;瑜伽减肥

6.3.1&emsp;瑜伽瘦身的原理简析

6.3.2&emsp;纤体效果明显的瑜伽类型

6.3.3&emsp;瑜伽减肥更利于身心健康

6.3.4&emsp;瑜伽市场竞争分析

6.3.5&emsp;瑜伽市场的问题分析

6.3.6&emsp;瑜伽市场开发方向及策略

## 第七章&emsp;2023-2029年减肥市场广告分析

7.1&emsp;2023-2029年减肥广告现状分析

7.1.1&emsp;中国减肥产品宣传概念分类

7.1.2&emsp;洗肠概念减肥品广告分析

7.1.3&emsp;减肥广告市场基本套路分析

7.1.4&emsp;减肥药品及保健品广告投放回顾

7.1.5&emsp;经济寒流催热网络减肥广告市场

7.2&emsp;减肥品广告市场存在的问题

- 7.2.1&nbsp;减肥广告市场的危机
- 7.2.2&nbsp;企业亟需转变对减肥广告的认识
- 7.2.3&nbsp;减肥品广告宣传违法率高
- 7.2.4&nbsp;违法减肥广告难治理
- 7.3&nbsp;减肥广告创意及策略
- 7.3.1&nbsp;广告创意基本思路及案例分析
- 7.3.2&nbsp;减肥广告要注重传播力
- 7.3.3&nbsp;减肥广告传播的优化创新策略
- 7.3.4&nbsp;减肥广告形象代言人的选择与应用策略

## 第八章&nbsp;减肥行业营销分析

- 8.1&nbsp;减肥业营销现状与策略分析
- 8.1.1&nbsp;减肥市场三大营销案例比较
- 8.1.2&nbsp;减肥产品销售的卖点分析
- 8.1.3&nbsp;减肥市场营销模式探析
- 8.1.4&nbsp;减肥市场区域滚动销售模式分析
- 8.1.5&nbsp;减肥市场启动期的营销要点分析
- 8.1.6&nbsp;减肥产品推广期的营销策略
- 8.1.7&nbsp;减肥保健品的市场突围策略
- 8.2&nbsp;999减肥胶囊市场营销案例
- 8.2.1&nbsp;产品概念
- 8.2.2&nbsp;产品试销
- 8.2.3&nbsp;市场营销策略
- 8.3&nbsp;SO瘦减肥茶的品牌营销策略
- 8.3.1&nbsp;SO瘦是碧生源品牌突围的新生力量
- 8.3.2&nbsp;首次试水SO瘦广告遭遇挫折
- 8.3.3&nbsp;SO瘦减肥茶的策略颠覆
- 8.3.4&nbsp;新策略面市收效甚佳
- 8.3.5&nbsp;碧生源品牌升级的市场拐点
- 8.4&nbsp;康尔寿营销整合案例分析
- 8.4.1&nbsp;康尔寿减肥茶营销渐入被动
- 8.4.2&nbsp;康尔寿减肥茶市场营销策略



8.4.3&emsp;康尔寿整合营销取得成功

8.5&emsp;香脂减肥营销案例解析

8.5.1&emsp;QIMEI香脂瘦身产品介绍

8.5.2&emsp;QIMEI代言人的选择

8.5.3&emsp;减肥产品市场竞争环境分析

8.5.4&emsp;QIMEI产品营销运作的过程

第九章&emsp;减肥行业重点企业分析

9.1&emsp;重庆太极实业（集团）股份有限公司

9.1.1&emsp;企业发展概况

9.1.2&emsp;经营效益分析

9.1.3&emsp;业务经营分析

9.1.4&emsp;财务状况分析

9.1.5&emsp;未来前景展望

9.2&emsp;碧生源控股有限公司

9.2.1&emsp;公司简介

9.2.2&emsp;碧生源的成功发展之道

9.2.3&emsp;“碧生源”的市场渠道策略

9.2.4&emsp;碧生源的营销策略

9.2.5&emsp;碧生源经营状况分析

9.3&emsp;索芙特股份有限公司

9.3.1&emsp;企业发展概况

9.3.2&emsp;经营效益分析

9.3.3&emsp;业务经营分析

9.3.4&emsp;财务状况分析

9.3.5&emsp;未来前景展望

9.4&emsp;大印象集团

9.4.1&emsp;公司简介

9.4.2&emsp;大印象减肥茶的发展特色

9.4.3&emsp;大印象品牌延伸战略分析

9.4.4&emsp;“大印象”产品着重渲染养生理念

9.5&emsp;珠海姗拉娜化妆品有限公司

- 9.5.1&emsp;公司简介
- 9.5.2&emsp;姗拉娜的发展历程
- 9.5.3&emsp;姗拉娜瘦身产品的营销状况分析
- 9.5.4&emsp;积极拓展美体市场份额
- 9.5.5&emsp;姗拉娜公关危机的应对策略
- 9.5.6&emsp;姗拉娜的重点突破策略分析
- 9.6&emsp;婷美集团保健科技有限公司
- 9.6.1&emsp;公司简介
- 9.6.2&emsp;婷美塑身内衣品牌成功策略分析
- 9.6.3&emsp;婷美塑身内衣发展动向
- 9.6.4&emsp;婷美发展现状及其营销突围

## 第十章&emsp;减肥行业的发展前景及趋势

- 10.1&emsp;减肥行业的未来发展
- 10.1.1&emsp;中国减肥市场前景广阔利益诱人
- 10.1.2&emsp;未来中国减肥市场趋势对企业提出更高要求
- 10.1.3&emsp;中国减肥纤体行业的发展趋势
- 10.2&emsp;主要减肥项目和产品的发展展望
- 10.2.1&emsp;针灸美容美体项目的市场前景解析
- 10.2.2&emsp;美体内衣未来市场空间广阔
- 10.2.3&emsp;专业减肥技术及产品发展趋势分析
- 10.2.4&emsp;定位减肥将成减肥发展趋势
- 10.2.5&emsp;美体减肥仪器的发展趋势分析

### 图表目录：

- 图表：亚洲成年人肥胖诊断标准
- 图表：成人能量的每日摄取量及所占的热量比例
- 图表：米面类食物热量表
- 图表：蛋类食物热量表
- 图表：肉类食物热量表
- 图表：豆制品类食物热量表
- 图表：水产类食物热量表

图表：蔬菜类食物热量表  
图表：饮料类食物热量表  
图表：甜食类食物热量表  
图表：调料类食物热量表  
图表：消费者对减肥产品的认知途径  
图表：主要减肥产品品牌消费者实际使用率  
图表：消费者对减肥方法的认知率比较  
图表：消费者对各种减肥方法有效程度的认知率比较  
图表：中国美体瘦身主要产品市场份额比较  
图表：减肥药品及保健品广告投入走势  
图表：减肥药品及保健品广告区域变化  
图表：减肥药品及减肥保健品报刊广告投入前十品牌  
图表：减肥市场发展攻略图  
图表：2023-2029年太极集团总资产和净资产  
更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202308/391384.html>