

2021-2027年中国减肥行业 分析与投资前景预测报告

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

《2021-2027年中国减肥行业分析与投资前景预测报告》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/202102/204569.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《2021-2027年中国减肥行业分析与投资前景预测报告》共十三章。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：

第一部分 减肥行业发展概况

第一章 减肥产业相关概述

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、卡路里的概念与摄取量

二、主要食品热量统计

三、饮食要营养均衡

第二章 2016-2019年中国减肥产业运行环境分析

第一节 2016-2019年中国减肥产业政策分析

一、《保健食品评审技术规程》

二、《保健食品广告审查暂行规定》

三、相关产业政策影响分析

第二节 2016-2019年中国宏观经济环境分析

一、国民经济运行情况GDP

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

第三节 2016-2019年中国减肥产业社会环境分析

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 2016-2019年中国减肥市场发展形势分析

第一节 2016-2019年中国减肥市场现状分析

一、中国减肥市场的发展

二、中国减肥市场的发展特点

三、中国减肥市场打破旧有秩序谋求差异化经营

第二节 2016-2019年中国减肥产品发展概况

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 2016-2019年中国减肥市场存在的问题

一、减肥市场降温的原因分析

二、中国减肥市场面临的挑战

三、中国减肥保健市场混乱亟待监管

四、减肥产品惯用欺骗手段分析

第四节 2016-2019年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

第二部分 减肥市场运行分析

第四章 2016-2019年中国减肥产业市场运行动态分析

第一节 2016-2019年中国减肥产品市场发展概况

一、中国减肥产品市场发展回顾

二、中国减肥产品市场被四大品种占据

三、中国减肥产品市场呈现新局势

第二节 2016-2019年中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

第三节 2016-2019年中国专业减肥中心发展的现状分析

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、减肥中心的三大骗术

第五章 2016-2019年中国减肥药品产业市场运行态势分析

第一节 2016-2019年中国减肥药相关概述

一、减肥西药种类介绍

二、减肥中药种类介绍

三、减肥药品的副作用

第二节 2016-2019年国际减肥药整体现状分析

一、全球减肥药市场规模不断扩大

二、药品安全因素使国外减肥药研发受挫

三、世界减肥药品研发动态及前景展望

第三节 2016-2019年中国减肥药市场发展状况分析

一、国内减肥药市场调整步伐加快

二、中西药争夺减肥药市场份额

三、我国开展儿童专用减肥药研发

第四节 2016-2019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

第六章 2016-2019年中国减肥食品产业市场运行状况透析

第一节 2016-2019年世界减肥食品市场状况分析

一、世界减肥食品市场发展回顾

二、欧盟实施减肥食品新规定

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、英国新型减肥食品有望问世

六、减肥食品行业亟需规范发展

第二节 2016-2019年中国无糖食品产业运行分析

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、我国无糖食品市场受宠

四、无糖食品市场营销分析

五、我国无糖食品行业期待规范发展

第三节 2016-2019年中国减肥饮品产业市场分析

一、减肥饮品开始在国际市场上走俏

二、挪威研发具有减肥功效的绿茶饮料

三、可口可乐开发出减肥饮品

第四节 2016-2019年中国苹果醋制造业运行分析

- 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、中国苹果醋行业现状及存在的问题
- 五、河南苹果醋市场竞争状况
- 六、苹果醋开发前景分析

第七章 2016-2019年中国其他减肥产品市场运行走势分析

第一节 2016-2019年中国减肥茶产业市场分析

- 一、减肥茶瘦身“原理”
- 二、国内减肥茶市场简述
- 三、减肥茶市场存在的主要问题
- 四、减肥茶市场面临困境

第二节 2016-2019年中国功能性内衣产业市场分析

- 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
- 四、美体内衣未来市场空间广阔

第三节 2016-2019年中国减肥仪器产业市场分析

- 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
- 五、美体瘦身仪器的未来发展方向

第八章 2016-2019年中国其他减肥形式运行局势分析

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、中国胃束带减肥手术市场现状
- 五、减肥手术的风险分析

第二节 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、瑜伽市场竞争分析
- 五、瑜伽市场的问题分析
- 六、瑜伽市场开发方向及策略

第九章 2016-2019年中国减肥市场广告分析

第一节 2016-2019年中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、中国减肥产品广告投放总体分析
- 五、减肥药品及保健品广告投放回顾
- 六、经济寒流催热网络减肥广告市场

第二节 2016-2019年中国减肥品广告市场存在的问题

- 一、减肥广告市场的危机
- 二、企业亟需转变对减肥广告的认识
- 三、减肥品广告宣传违法率高
- 四、违法减肥广告难治理

第三节 2016-2019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
- 四、减肥广告形象代言人的选择与应用策略

第十章 2016-2019年中国减肥行业市场营销策略分析

第一节 2016-2019年中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

七、减肥保健品的市场突围策略

第二节 999减肥胶囊市场营销案例

一、减肥品类型及各阶段品牌演变

二、产品概念

三、产品试销

四、市场营销策略

第三节 SO瘦减肥茶的品牌营销策略

一、SO瘦是碧生源品牌突围的新生力量

二、首次试水SO瘦广告遭遇挫折

三、SO瘦减肥茶的策略颠覆

四、新策略面市收效甚佳

五、碧生源品牌升级的市场拐点

第三部分 减肥市场竞争分析

第十一章 2016-2019年中国减肥产业市场竞争格局分析

第一节 2021-2027年中国减肥产业竞争现状分析

一、减肥市场环境激烈竞争

二、减肥市场竞争达到白热化状态

三、减肥药市场将要高开低走

第二节 2016-2019年中国主要地区减肥市场状况分析

一、北京减肥品市场发展回顾

二、上海减肥市场品牌竞争激烈

三、广州减肥市场消费特征

四、深圳减肥品牌抢滩广州市场

五、西安减肥产品市场“新概念”横飞亟待规范

第三节 2016-2019年中国减肥产业提升竞争力策略分析

第四部分 减肥市场投资前景分析

第十二章 2021-2027年中国减肥行业发展前景预测分析

第一节 2021-2027年中国减肥行业发展分析

一、全球减肥市场规模预测分析

二、中国减肥市场前景广阔利益诱人

三、未来中国减肥市场趋势对企业提出更高要求

四、中国瘦身行业的发展趋势

第二节 2021-2027年中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、专业减肥技术及产品发展趋势分析

四、定位减肥将成减肥发展趋势

五、美体减肥仪器的发展趋势分析

第三节 2021-2027年中国减肥产业市场盈利预测分析

第十三章 2021-2027年中国减肥产业投资潜力分析

第一节 2021-2027年中国减肥产业投资环境分析

第二节 2021-2027年中国减肥产业投资机会分析

第三节 2021-2027年中国减肥产业投资风险分析

一、市场竞争风险

二、政策风险

三、进入退出风险

第四节 投资建议

图表目录：

图表：基本热量计算法(精确法)

图表：每100克水果所含的热量

图表：2019年GDP初步核算数据

图表：GDP环比和同比增长速度

图表：2016-2019年中国GDP及增长率

图表：2016-2019年中国人均GDP及增长率

图表：2016-2019年中国居民消费价格指数

图表：2016-2019年中国城镇居民人均总收入及增长

图表：2016-2019年中国城镇居民人均可支配收入及增长

图表：2016-2019年中国恩格尔系数

图表：2016-2019年中国恩格尔系数

图表：2019年固定资产投资到位资金情况

图表：2016-2019年中国固定资产投资及增长

图表：2016-2019年全国固定资产投资（不含农户）同比增速

图表：2019年中国进出口总额排名

图表：历年中国大学毕业生数量

图表：苹果醋工艺流程图：

图表：苹果醋生产加工简易流程图

图表：2021-2027年全球减肥产业市场规模预测

图表：2021-2027年中国减肥产业市场规模预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202102/204569.html>