

2023-2029年中国减肥行业 发展趋势与投资战略研究报告

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

《2023-2029年中国减肥行业发展趋势与投资战略研究报告》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/202303/346707.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年中国减肥行业发展趋势与投资战略研究报告》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 减肥相关概述1.1 肥胖的相关常识1.1.1 肥胖产生的原因分析1.1.2 肥胖的计算公式及分类1.1.3 不同肥胖类型的特征1.1.4 儿童肥胖的原因及危害1.2 健康饮食常识1.2.1 卡路里的概念与摄取量1.2.2 主要食品热量统计1.2.3 饮食要营养均衡 第二章 2019-2022年减肥市场发展分析2.1 2019-2022年中国减肥市场现状2.1.1 中国减肥产品市场发展回顾2.1.2 中国减肥市场的规模状况2.1.3 中国减肥市场发展现状分析2.1.4 中国减肥市场的发展特点2.1.5 中国减肥行业竞争局势分析2.2 2019-2022年减肥产品发展分析2.2.1 减肥产品类型分析2.2.2 减肥产品的开发特点分析2.2.3 减肥产品的消费特征2.2.4 减肥产品的开发方向2.3 2019-2022年减肥消费市场整体分析2.3.1 减肥市场消费人群分类2.3.2 减肥市场女性消费群体基本特征2.3.3 减肥市场消费心理分析2.3.4 消费者对减肥市场相关认知2.3.5 减肥者购买行为及场所分析2.4 2019-2022年专业减肥中心发展的现状2.4.1 减肥行业步入专业减肥纤体新阶段2.4.2 专业美体瘦身行业的发展现状2.4.3 中国美体减肥店的主要类型2.4.4 广州四种类型纤体中心特征分析2.4.5 减肥中心的三大骗术2.5 中国减肥市场存在的问题2.5.1 减肥产品的安全性问题堪忧2.5.2 中国减肥市场面临的挑战2.5.3 中国减肥保健市场监管亟待加强2.5.4 减肥产品惯用欺骗手段分析2.6 中国减肥市场的发展策略分析2.6.1 中国减肥市场的发展对策分析2.6.2 减肥市场产品针对开发策略2.6.3 减肥市场销售策略2.6.4 减肥产品生产企业的创新策略 第三章 2019-2022年减肥药品发展分析3.1 减肥药相关概述3.1.1 减肥西药种类介绍3.1.2 减肥中药种类介绍3.1.3 减肥药品的副作用3.2 2019-2022年国际减肥药整体现状3.2.1 世界减肥药品市场发展概况3.2.2 药品安全因素使国外减肥药研发受挫3.2.3 国际减肥药市场的研发动态3.2.4 国际减肥药获批状况3.2.5 诺

和诺德正涉足减肥药领域3.2.6 全球减肥药市场研发趋势分析3.3 2019-2022年中国减肥药市场发展状况3.3.1 中国减肥药市场的发展特征3.3.2 中国减肥药市场现状分析3.3.3 我国开展儿童专用减肥药研发3.3.4 我国中药减肥发展简述3.4 减肥药市场存在的问题及开发策略3.4.1 减肥药消费的六大错误观念3.4.2 减肥产品中添加禁用药物情况严重3.4.3 减肥药品及保健品市场监管不力3.4.4 减肥药品开发策略 第四章 2019-2022年减肥食品发展分析4.1 2019-2022年减肥食品市场状况4.1.1 世界减肥食品市场发展回顾4.1.2 欧盟实施减肥食品新规定4.1.3 韩国研发减肥食用油4.1.4 英国研发出具备减肥功能的益生菌4.1.5 中国减肥食品市场的发展要突破五大难关4.1.6 减肥食品行业亟需规范发展4.2 无糖食品4.2.1 无糖食品流行国际食品市场4.2.2 我国无糖食品市场日渐增大4.2.3 无糖食品市场营销分析4.2.4 我国无糖食品行业期待规范发展4.2.5 无糖食品业亟待加强品牌打造4.3 减肥饮品4.3.1 减肥饮品在国际市场上走俏4.3.2 挪威研发具有减肥功效的绿茶饮料4.3.3 可口可乐开发出减肥饮品4.3.4 济南低脂低糖瘦身饮料抢占市场4.4 苹果醋制造业4.4.1 苹果醋生产工艺简介4.4.2 苹果醋的功效4.4.3 中国果醋原料市场状况4.4.4 果醋饮料市场发展迅猛格局初现4.4.5 我国苹果醋饮料产业政策制定情况4.4.6 苹果醋开发前景分析 第五章 2019-2022年其他减肥产品发展分析5.1 减肥茶5.1.1 减肥茶瘦身“原理”5.1.2 国内减肥茶市场简述5.1.3 中国减肥茶市场发展现况5.1.4 减肥茶市场存在的主要问题5.1.5 减肥茶市场面临困境5.2 功能性内衣5.2.1 塑身内衣概述5.2.2 中国美体内衣市场发展概况5.2.3 纤体塑身内衣市场的发展变化5.2.4 美体内衣的市场问题分析5.3 减肥仪器5.3.1 美国开发出可植入人体的减肥仪器5.3.2 减肥瘦身仪器市场的状况5.3.3 减肥仪器主要产品市场情况5.3.4 器械减肥的优势分析 第六章 2019-2022年其他减肥形式发展分析6.1 减肥手术6.1.1 减肥手术的发展历程6.1.2 微创减肥手术简介6.1.3 抽脂手术介绍6.1.4 中国胃束带减肥手术市场现状6.1.5 减肥手术的风险分析6.2 针灸减肥6.2.1 针灸减肥概述6.2.2 针灸减肥的机理6.2.3 针灸穴位埋线减肥法介绍6.2.4 针灸减肥市场状况分析6.2.5 上海针灸减肥市场的问题分析6.3 瑜伽减肥6.3.1 瑜伽瘦身的原理简析6.3.2 纤体效果明显的瑜伽类型6.3.3 瑜伽减肥更利于身心健康6.3.4 瑜伽市场竞争分析6.3.5 瑜伽市场的问题分析6.3.6 瑜伽市场开发方向及策略 第七章 2019-2022年减肥市场广告分析7.1 2019-2022年减肥广告现状分析7.1.1 中国减肥产品宣传概念分类7.1.2 洗肠概念减肥品广告分析7.1.3 减肥广告市场基本套路分析7.1.4 减肥药品及保健品广告投放回

顾7.1.5 经济寒流催热网络减肥广告市场7.2 减肥品广告市场存在的问
题7.2.1 减肥广告市场的危机7.2.2 企业亟需转变对减肥广告的认识7.2.3 减
肥品广告宣传违法率高7.2.4 违法减肥广告难治理7.3 减肥广告创意及策
略7.3.1 广告创意基本思路及案例分析7.3.2 减肥广告要注重传播力7.3.3 减
肥广告传播的优化创新策略7.3.4 减肥广告形象代言人的选择与应用策略 第八
章 2019-2022年减肥行业营销分析8.1 减肥业营销现状与策略分析8.1.1 减肥
市场三大营销案例比较8.1.2 减肥产品销售的卖点分析8.1.3 减肥市场营销模式探
析8.1.4 减肥市场区域滚动销售模式分析8.1.5 减肥市场启动期的营销要点分
析8.1.6 减肥产品推广期的营销策略8.1.7 减肥保健品的市场突围策略8.2 999
减肥胶囊市场营销案例8.2.1 产品概念8.2.2 产品试销8.2.3 市场营销策
略8.3 SO瘦减肥茶的品牌营销策略8.3.1 SO瘦是碧生源品牌突围的新生力
量8.3.2 首次试水SO瘦广告遭遇挫折8.3.3 SO瘦减肥茶的策略颠覆8.3.4 新策
略面市收效甚佳8.3.5 碧生源品牌升级的市场拐点8.4 康尔寿营销整合案例分
析8.4.1 康尔寿减肥茶营销渐入被动8.4.2 康尔寿减肥茶市场营销策略8.4.3 
康尔寿整合营销取得成功8.5 香脂减肥营销案例解析8.5.1 QIMEI香脂瘦身产品介
绍8.5.2 QIMEI代言人的选择8.5.3 减肥产品市场竞争环境分析8.5.4 QIMEI产
品营销运作的过程 第九章 2019-2022年减肥行业重点企业分析9.1 重庆太极实业（
集团）股份有限公司9.1.1 企业发展概况9.1.2 经营效益分析9.1.3 业务经营
分析9.1.4 财务状况分析9.1.5 未来前景展望9.2 碧生源控股有限公
司9.2.1 公司简介9.2.2 碧生源的成功发展之道9.2.3 “碧生源”的
市场渠道策略9.2.4 碧生源的市场营销策略9.2.5 2022年碧生源经营状况分
析9.2.6 2022年碧生源经营状况分析9.2.7 2022年碧生源经营状况分析9.3 索芙
特股份有限公司9.3.1 企业发展概况9.3.2 经营效益分析9.3.3 业务经营分
析9.3.4 财务状况分析9.3.5 未来前景展望9.4 大印象集团9.4.1 公司简
介9.4.2 大印象减肥茶的发展特色9.4.3 大印象品牌延伸战略分
析9.4.4 “大印象”产品着重渲染养生理念9.5 珠海姗拉娜化妆品有限
公司9.5.1 公司简介9.5.2 姗拉娜的发展历程9.5.3 姗拉娜瘦身产品的营销状
况分析9.5.4 积极拓展美体市场份额9.5.5 姗拉娜公关危机的应对策略9.5.6 
姗拉娜的重点突破策略分析9.6 婷美集团保健科技有限公司9.6.1 公司简
介9.6.2 婷美塑身内衣品牌成功策略分析9.6.3 婷美塑身内衣发展动向9.6.4 
婷美发展现状及其营销突围 第十章 减肥行业的发展前景及趋势10.1 减肥行业的
未来发展10.1.1 中国减肥市场前景广阔利益诱人10.1.2 未来中国减肥市场趋势对

企业提出更高要求10.1.3 中国减肥纤体行业的发展趋势10.2 主要减肥项目和产品的发展展望10.2.1 针灸美容美体项目的市场前景解析10.2.2 美体内衣未来市场空间广阔10.2.3 专业减肥技术及产品发展趋势分析10.2.4 定位减肥将成减肥发展趋势10.2.5 美体减肥仪器的发展趋势分析 附录：附录一：《保健食品评审技术规程》附录二：《保健食品广告审查暂行规定》 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：2019-2022年太极集团总资产和净资产图表：2019-2022年太极集团营业收入和净利润图表：2022年太极集团营业收入和净利润图表：2019-2022年太极集团现金流量图表：2022年太极集团现金流量图表：2022年太极集团主营业务收入分行业、产品、区域图表：2019-2022年太极集团成长能力图表：2022年太极集团成长能力图表：2019-2022年太极集团短期偿债能力图表：2022年太极集团短期偿债能力图表：2019-2022年太极集团长期偿债能力图表：2022年太极集团长期偿债能力图表：2019-2022年太极集团运营能力图表：2022年太极集团运营能力图表：2019-2022年太极集团盈利能力图表：2022年太极集团盈利能力图表：2022年碧生源综合损益表图表：2022年碧生源主要营业额分产品情况图表：2022年碧生源综合损益表更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202303/346707.html>