

2024-2030年中国减肥行业 发展趋势与投资潜力分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2024-2030年中国减肥行业发展趋势与投资潜力分析报告》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/202402/441020.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

减肥一直是女性的人生大事，但由于现在工作压力影响，男性啤酒肚现状增多，女性小腹凸起、蝴蝶袖的出现，更加坚定了他们减肥的决心，依靠运动减肥的成效并不明显，因此减肥产品的出现无疑是都是男性女性的福音。2020年新冠肺炎疫情影响，为防止疫情蔓延，自春节起至今，宅家的不能经常外出，运动量减少，减肥大军凸起，这时候，寻找合适的减肥产品，减脂餐成为了他们的重要任务。

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《2024-2030年中国减肥行业发展趋势与投资潜力分析报告》共十四章。首先介绍了中国减肥行业市场发展环境、减肥整体运行态势等，接着分析了中国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，最后分析了中国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中国减肥行业，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分析

第一章减肥相关概述

第一节肥胖的相关常识

一、肥胖产生的原因

二、肥胖的计算公式

三、肥胖的分类方式

四、儿童肥胖的原因及危害

五、中国青少年肥胖状况

第二节健康饮食常识

一、卡路里的概述

二、主要食品热量统计

三、减肥从营养均衡开始

第三节2022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

第二章减肥市场发展分析

第一节中国减肥市场现状

目前线上代餐销售规模不断增长，近三年天猫平台在淘系整体代餐份额不断提升，2019天猫平台份额占比超过50%。从品类来看，购买频次高的产品是消化饼干和西式糕点，西式糕点爱好者40%，雨露均沾型27%，麦片粉粉大众消费19%。

- 一、中国减肥药市场状况
- 二、中国减肥市场回归理性
- 三、中国减肥市场竞争激烈

第二节2022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、中国减肥产品的总体市场特征
- 三、2022减肥行业现状及发展前景分析
- 四、中国减肥产品占据保健品市场
- 五、肥胖催生中国减肥市场的发展
- 六、中国减肥市场打破旧有秩序谋求差异化经营

第四节主要地区减肥市场状况

- 一、北京减肥品市场发展状况
- 二、上海减肥市场品牌竞争激烈
- 三、广州纤体市场发展状况
- 四、2022年深圳减肥行业年度优势机构
- 五、大连：部分美容院减肥客流年后增三成

第五节减肥消费市场整体分析

一、减肥市场消费人群分类

二、减肥市场消费调研

三、减肥市场的消费心理分析

四、消费者对减肥市场相关认知

五、减肥者购买场所分析

第六节专业减肥中心发展状况

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分析

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、减肥中心的三大骗术

第七节2022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、中国减肥市场添加药品成分问题

四、中国减肥保健市场混乱亟待监管

第八节2022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

第二部分减肥细分市场分析

第三章减肥药品

第一节减肥药相关概述

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

第二节国际减肥药整体现状

一、全球减肥药市场规模不断扩大

二、2022年美FDA13年来首次批准减肥药上市

三、2022年国际减肥药市场分析

四、国际药企减肥药开发形势

五、全球减肥药市场新药开发成重点

六、抗肥胖药物发展现状及研究进展

第三节中国减肥药市场发展状况

一、中国减肥药市场总体发展状况

二、中国减肥药市场面临冲击

三、中西药争夺减肥药市场份额

四、我国开展儿童专用减肥药研发

五、我国中药减肥行业现状及分析

第四节减肥药市场存在的问题及开发策略

一、减肥药品中含违禁成分

二、减肥药品及保健品市场监管不力

三、减肥药品开发策略

四、我国减肥药市场发展趋势：

第四章减肥食品

第一节减肥食品市场状况

一、世界减肥食品市场发展回顾

二、欧盟针对肥胖症研制新型食品

三、日本减肥食品日益流行

四、韩国最流行的醋豆减肥法

五、英国新型减肥食品有望问世

六、中国减肥食品市场的发展要突破五大难关

七、中国减肥食品行业亟需规范发展

八、2022年中国将重点整治“减肥”等保健食品

第二节无糖食品

一、无糖食品概述

二、我国无糖食品市场受宠

三、无糖食品市场营销分析

四、无糖食品店市场需求大

五、我国无糖食品行业期待规范发展

第三节减肥饮品

- 一、减肥饮品开始在国际市场上走俏
- 二、英国科学家发明超级饮料
- 三、百事在日本推出新型减肥保健可乐
- 四、济南低脂低糖瘦身饮料抢占市场

第四节苹果醋制造业

- 一、苹果醋生产工艺简介
- 二、苹果醋的功效
- 三、中国苹果醋行业发展分析
- 四、勾兑果醋非法销售充斥市场
- 五、中国果醋开发潜力分析

第五章其它减肥产品

第一节减肥茶

- 一、减肥茶定义及适应人群
- 二、减肥茶瘦身“原理”
- 三、减肥茶注意事项

第二节功能性内衣

- 一、塑身内衣概述
- 二、美体内衣的市场发展分析
- 三、美体内衣企业市场突围分析

第三节减肥仪器

- 一、英国开发减肥芯片
- 二、减肥瘦身仪器市场的状况
- 三、器械减肥的优势分析
- 四、美体瘦身仪器的未来发展方向
- 五、目前减肥瘦身仪器市场的状况
- 六、未来美体瘦身仪器的发展趋势

第六章其它减肥形式

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、胃束带减肥手术分析

五、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、液体针灸减肥

四、针灸穴位埋线减肥法介绍

五、2022年针灸减肥市场状况分析

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、瑜伽市场发展分析

第四节 减肥训练营

一、减肥训练营市场分析

二、减肥训练营市场调研

三、减肥训练营报名主要人群分析

四、减肥训练营会员情绪化进食与肥胖分析

五、减肥训练营对减肥中心会员健康促进作用

六、运动减肥训练营减肥中心常见判断的应用分析

七、巅峰减肥运动营介绍

（一）简介

（二）基地介绍

（三）特色

（四）运动营特色课程

（五）团队

（六）训练营特点

（七）服务人群

第五节 远程减肥指导

一、远程减肥指导市场分析

二、远程减肥指导市场调研

三、在线减肥项目效果良好

第六节对运动减肥新观点的认识与探讨

一、运动减肥的传统观点

二、运动减肥的新观点

三、运动减肥的时间

四、小结

第七节有氧运动减肥的分析与探讨

一、前言

二、有氧运动减肥对机体的作用

三、小结

第八节有氧运动对13-18岁肥胖少年健康体适能的影响

一、前言

二、文献综述

三、研究对象与研究方法

四、实验结果

五、分析与讨论

六、结论与建议

第九节健身运动处方对女大学生减肥及健康影响的研究

一、前言

二、研究对象与方法

三、研究结果与分析

四、结论与建议

第三部分减肥广告与营销策略

第七章减肥市场广告分析

第一节减肥广告现状分析

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、中国减肥产品广告市场陷入尴尬境地

第二节2024-2030年减肥品广告市场存在的问题

一、减肥广告市场的危机

- 二、减肥品广告宣传违法率高
- 三、减肥广告虚假宣传情况严重
- 四、2022年五日减肥茶等4款保健品广告违法被停售

第三节2024-2030年减肥广告创意及策略

- 一、减肥药品广告的受众及其心理需求
- 二、广告创意基本思路及案例分析
- 三、减肥广告要注重传播力
- 四、减肥广告传播的优化创新策略

第八章减肥行业营销分析

第一节减肥业营销现状与策略分析

- 一、国内减肥产品市场特征
- 二、减肥产品市场营销的现状和问题
- 三、减肥产品营销策略建议
- 四、减肥市场的深度营销模式分析
- 五、减肥市场营销模式探析
- 六、减肥市场启动期的营销要点分析

第二节999减肥胶囊市场营销案例

- 一、减肥产品类型及各阶段品牌演变
- 二、消费者分析
- 三、产品概念
- 四、产品试销
- 五、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

第四节康尔寿营销整合案例分析

- 一、康尔寿减肥茶营销渐入被动
- 二、康尔寿减肥茶市场营销策略

三、康尔寿整合营销取得成功

第五节“L”减肥品营销案例解析

一、瞄准目标人群的需求特征

二、圈出减肥市场的蓝海

三、“L”减肥品的包装设计策略

四、“L”减肥品的形象代言人选择

五、“L”减肥品用活动制造口碑

第六节左旋360减肥咖啡官网营销分析

一、减肥和减肥产品介绍

二、网络精准营销的内涵和发展

三、左旋360咖啡官网精准营销的类型

四、官网精准营销的特点

五、官网营销的策略分析

第七节2022年关于减肥品女性消费者生活方式的调研报告

一、引言

二、研究方法和过程

三、研究结果

四、基本结论和建议

第四部分减肥行业重点企业分析

第九章减肥行业重点企业

第一节太极集团

一、公司简介

二、企业经营情况分析

三、企业经营情况分析

四、发展展望及策略

五、2022年公司发展展望及策略

第二节大印象集团

一、公司简介

二、企业经营情况分析

三、企业经营情况分析

四、发展展望及策略

第三节碧生源控股有限公司

- 一、公司简介
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、发展展望及策略

第四节姗拉娜有限公司

- 一、公司简介
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、发展展望及策略

第五节婷美集团

- 一、公司简介
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、发展展望及策略

第五部分减肥行业发展前景及趋势

第十章2024-2030年减肥行业的发展前景及趋势

第一节2024-2030年减肥行业发展预测

- 一、2024-2030年全球减肥市场预测（）
- 二、2024-2030年中国减肥市场前景预测
- 三、2024-2030年中国减肥市场趋势预测
- 四、2024-2030年中国减肥瘦身行业的发展趋势

第二节2024-2030年主要减肥项目和产品的发展展望

- 一、2024-2030年针灸美容美体项目的前景广阔
- 二、2024-2030年美体内衣市场发展空间巨大
- 三、2024-2030年专业减肥技术及产品发展趋势分析
- 四、2024-2030年定位减肥将成减肥发展趋势（）
- 五、2024-2030年美体减肥仪器的发展趋势分析

图表目录

图表：五谷类食品热量统计

图表：肉类食品热量统计

图表：蛋类食品热量统计

图表：蔬菜类食品热量统计

图表：海鲜类食品热量统计

图表：奶类食品热量统计

图表：调味类食品热量统计

图表：糖类食品热量统计

图表：油类食品热量统计

图表：豆类食品热量统计

图表：餐点类食品热量统计

图表：饮料类食品热量统计

图表：消费者的减肥欲望分析

图表：消费者减肥消费满意度调查

图表：减肥消费的深层动机调查

图表：减肥消费的影响因素

图表：目前减肥药大致的类别

图表：近期退市减肥药的情况

图表：我国奥利司他批文情况

图表：罗氏奥利司他历年全球销售额(单位亿瑞士法郎)

图表：营销类型比较

图表：2022年重庆太极实业(集团)股份有限公司主营构成数据分析表

图表：2022年重庆太极实业(集团)股份有限公司主营构成数据分析表

图表：2024-2030年重庆太极实业(集团)股份有限公司主要财务数据分析表

图表：2024-2030年重庆太极实业(集团)股份有限公司利润构成与盈利能力分析表

图表：2024-2030年重庆太极实业(集团)股份有限公司经营能力分析表

图表：2024-2030年重庆太极实业(集团)股份有限公司发展能力分析表

图表：2024-2030年重庆太极实业(集团)股份有限公司资产与负债分析表

图表：2022年索芙特股份有限公司主营构成数据分析表

图表：2022年索芙特股份有限公司主营构成数据分析表

图表：2024-2030年索芙特股份有限公司主要财务数据分析表

图表：2024-2030年索芙特股份有限公司利润构成与盈利能力分析表

图表：2024-2030年索芙特股份有限公司经营能力分析表

图表：2024-2030年索芙特股份有限公司发展能力分析表

图表：2024-2030年索芙特股份有限公司资产与负债分析表

更多图表请见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202402/441020.html>