

2025-2031年中国减肥行业 前景展望与市场年度调研报告

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

《2025-2031年中国减肥行业前景展望与市场年度调研报告》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/202505/484627.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《2025-2031年中国减肥行业前景展望与市场年度调研报告》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、卡路里的概念与摄取量

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 2020-2024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 2020-2024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 2020-2024年减肥市场发展前景

- 一、2020-2024年减肥市场发展潜力
- 二、2020-2024年减肥市场发展前景展望
- 三、2020-2024年减肥细分行业发展前景分析

第三节 2020-2024年减肥市场发展趋势预测

一、2020-2024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、2020-2024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、2020-2024年减肥行业应用趋势预测

四、2020-2024年细分市场发展趋势预测

第四节 2025-2031年中国减肥行业供需预测

一、2025-2031年中国减肥行业供给预测

二、2025-2031年中国减肥行业产量预测

三、2025-2031年中国减肥市场销量预测

四、2025-2031年中国减肥行业需求预测

五、2025-2031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 2020-2024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 2020-2024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 2020-2024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 2020-2024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 2020-2024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、2020-2024年减肥行业投资战略
- 二、2020-2024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：2020-2024年全球减肥行业市场规模
- 图表：2020-2024年中国减肥行业市场规模
- 图表：2020-2024年减肥行业重要数据指标比较
- 图表：2020-2024年中国减肥市场占全球份额比较
- 图表：2020-2024年减肥行业工业总产值
- 图表：2020-2024年减肥行业销售收入
- 图表：2020-2024年减肥行业利润总额
- 图表：2020-2024年减肥行业资产总计
- 图表：2020-2024年减肥行业负债总计
- 图表：2020-2024年减肥行业竞争力分析

图表：2020-2024年减肥市场价格走势

图表：2020-2024年减肥行业主营业务收入

图表：2020-2024年减肥行业主营业务成本

图表：2020-2024年减肥行业集中度

图表：2025-2031年中国减肥行业供给预测

图表：2025-2031年中国减肥行业产量预测

图表：2025-2031年中国减肥市场销量预测

图表：2025-2031年中国减肥行业需求预测

图表：2025-2031年中国减肥行业供需平衡预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202505/484627.html>