

# 2020-2025年中国减肥市场运行态势及行业发展前景预测报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国减肥市场运行态势及行业发展前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/507408.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

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。

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 2015-2019年减肥市场发展分析

#### 2.1 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019年减肥食品发展分析

- 4.1 2015-2019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 2015-2019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状
- 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 2015-2019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 2015-2019年减肥市场广告分析

### 7.1 2015-2019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 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 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 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

图表目录：

- 图表：亚洲成年人肥胖诊断标准
  - 图表：成人能量的每日摄入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：2015-2019年太极集团总资产和净资产
- 更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/507408.html>