

2023年中国减肥市场现状调查与未来发展前景趋势报告

中国产业调研网

www.cir.cn

一、基本信息

报告名称： 2023年中国减肥市场现状调查与未来发展前景趋势报告

报告编号： 1A151AA ← 咨询订购时，请说明该编号

报告价格： 电子版：8800 元 纸质+电子版：9000 元

优惠价格： 电子版：7800 元 纸质+电子版：8100 元 可提供增值税专用发票

咨询热线： 400 612 8668、010-66181099、66182099、010-66183099

电子邮箱： kf@Cir.cn

详细内容： <https://www.cir.cn/A/1A/JianFeiShiChangDiaoYanBaoGao.html>

提示信息： 如需订阅英文、日文等其它语言版本，请向客服咨询。

二、内容介绍

作为现代社会文明病，肥胖已与艾滋病、吸毒和酒癖并列为世界四大医学社会问题，并以每五年扩大一倍的趋势增加。

在德国、美国、意大利等发达国家，政府拿出国民经济的5%用于肥胖的治疗。在中国，肥胖人群已突破9000万，肥胖检出率已达10%以上，城市成年人体重超重者已接近40%，城市中小学生肥胖儿比例已超过20%，而且，中国肥胖症患者的增加速度已超过某些发达国家。

中国的减肥产品行业是一个投资和销售金额不断增长、企业和产品数量不断增加，并具有较高收益的行业，现阶段正处于市场容量扩张的时期。就现状而言，目前减肥市场上的产品大致可分为五大类：即保健食品类、茶类、药品类、外用类、仪器类。

近几年来，我国减肥市场的竞争其实很激烈，减肥产品多达千个以上，但绝大多数是保健品或功能食品。我国减肥市场是巨大的，不仅吸引了2000多家国内的中小医药、食品等企业在生产经营减肥产品，同时也有不少大型医药企业，甚至境外医药厂家也纷纷参与其中。

2010年10月30日，国家食品药品监督管理局正式发布通知，决定停止西布曲明制剂和原料药在我国的生产、销售和使用，已上市销售的药品由生产企业召回销毁，畅销了十余年的减肥明星产品“曲美”等一系列含有“西布曲明”的减肥产品在中国全面退市。这敲响了人们“健康减肥”的意识警钟，也加速了国内减肥产品市场的优胜劣汰和产品升级。

西布曲明走后，为减肥市场留下了近25亿元的巨大空缺，在这个重新洗牌的时候，在消费者的健康减肥意识被猛醒的当下，任何夸大、虚假的宣传无疑是自掘坟墓，只有严把产品质量的“硬条件”，才是企业的制胜之道。后西布曲明时代，唯有顺应减肥市场需求的变化，方能逆风飞扬。

随着国内经济的向前发展和人民生活水平的不断提高，肥胖患者也将继续增加。并且2012年六一儿童节前夕，卫生部发布了《中国0-6岁儿童营养发展报告》，把改善儿童肥胖状况提升到国家战略高度，预计未来国家将更加重视减肥市场的发展。中国的减肥产品市场不仅是一个容量巨大的市场，更是一

个极具发展潜力的市场。

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 2022-2023年中国减肥产业运行环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

- 一、gdp历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2023年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2022-2023年中国减肥产业政策环境分析

- 一、《保健食品评审技术规程》
- 二、《保健食品广告审查暂行规定》

第三节 2022-2023年中国减肥产业社会环境分析

- 一、2022-2023年中国减肥产业人口环境分析
- 二、2022-2023年中国减肥产业教育环境分析
- 三、2022-2023年中国减肥产业文化环境分析
- 四、2022-2023年中国减肥产业生态环境分析

第三章 2022-2023年中国减肥市场发展分析

第一节 2022-2023年中国减肥市场现状

- 一、肥胖催生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
- 四、减肥市场竞争激烈

第二节 2022-2023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 2022-2023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、中国减肥产品的总体市场特征
- 三、2022-2023年中国减肥产品市场被四大品种占据
- 四、2022-2023年中国减肥产品市场呈现新局势

第四节 2022-2023年中国主要地区减肥市场状况

- 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

第五节 2022-2023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

第六节 2022-2023年中国专业减肥中心发展的现状

- 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、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 2022-2023年中国减肥市场存在的问题

- 一、2023年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

第八节 2022-2023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

第四章 2022-2023年中国减肥行业投资现状分析

第一节 2023年我国减肥行业总体发展情况分析

- 一、2023年我国减肥企业数量变化分析

二、2023年我国减肥行业从业人员数量变化分析

三、2023年我国减肥行业资产规模变化分析

四、2023年我国减肥行业收入利润变化分析

第二节 2022-2023年中国减肥行业供给分析及预测

一、2022-2023年中国减肥行业供给总量及速率分析

二、2022-2023年中国减肥行业供给结构变化分析

三、2023-2029年中国减肥行业供给预测

第三节 2022-2023年中国减肥行业需求分析及预测

一、2022-2023年中国减肥行业需求总量及速率分析

二、2022-2023年中国减肥行业需求结构变化分析

三、2023-2029年中国减肥行业需求预测

第四节 2022-2023年中国减肥行业供需平衡及价格分析

一、2022-2023年中国减肥行业供需平衡分析及预测

二、2022-2023年中国减肥行业价格变化分析及预测

三、2023年减肥行业发展预期及建议

第五节 2022-2023年中国减肥行业经营效益分析

一、2022-2023年中国减肥行业盈利能力分析

二、2022-2023年中国减肥行业营运能力分析

三、2022-2023年中国减肥行业偿债能力分析

四、2022-2023年中国减肥行业发展能力分析

五、2022-2023年中国减肥行业效益预测

第五章 2022-2023年中国减肥药品行业发展现状

第一节 2022-2023年中国减肥药相关概述

一、减肥西药种类介绍

二、减肥减肥种类介绍

三、减肥药品的副作用

第二节 2023年国际减肥药整体现状

一、国际减肥药市场发展状况

二、全球减肥药市场规模不断扩大

三、药品安全因素使国外减肥药研发受挫

四、世界减肥药品研发动态及前景展望

第三节 2022-2023年中国减肥药市场发展状况

一、中国减肥药市场的发展特征

二、国内减肥药市场总体发展状况

三、国内减肥药市场调整步伐加快

四、中西药争夺减肥药市场份额

五、我国开展儿童专用减肥药研发

第四节 2022-2023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 2022-2023年中国减肥食品行业发展现状

第一节 2022-2023年中国减肥食品市场状况

- 一、世界减肥食品市场发展回顾
- 二、2023年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、中国减肥食品市场的发展要突破五大难关
- 七、减肥食品行业亟需规范发展

第二节 2022-2023年中国无糖食品行业发展现状

- 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、济研：我国无糖食品行业期待规范发展

第三节 2022-2023年中国减肥饮品行业发展现状

- 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
- 四、济南低脂低糖瘦身饮料抢占市场

第四节 2022-2023年中国苹果醋制造行业发展现状

- 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 2022-2023年中国其他减肥产品行业发展现状

第一节 2022-2023年中国减肥茶行业发展现状

- 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 2022-2023年中国功能性内衣行业发展现状

- 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 2022-2023年中国减肥仪器行业发展现状

- 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 2022-2023年中国其他减肥形式行业发展现状

第一节 2022-2023年中国减肥手术行业发展现状

- 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 2022-2023年中国针灸减肥行业发展现状

- 一、针灸减肥概述
- 二、针灸减肥的机理
- 三、针灸穴位埋线减肥法介绍
- 四、针灸减肥市场状况分析
- 五、上海针灸减肥市场的问题分析

第三节 2022-2023年中国瑜伽减肥行业发展现状

- 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 2022-2023年中国减肥市场广告分析

第一节 2022-2023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、2022-2023年中国减肥产品广告投放总体分析
- 五、2023年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 2022-2023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 2022-2023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 2022-2023年中国减肥行业营销分析

第一节 2022-2023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 2013-2014年中国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、产品概念
- 三、产品试销
- 四、市场营销策略

第三节 2022-2023年中国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 2022-2023年中国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 2022-2023年中国香脂减肥营销案例解析

一、qimei香脂瘦身产品介绍

二、qimei代言人的选择

三、减肥产品市场竞争环境分析

四、qimei产品营销运作的过程

第十一章 2022-2023年中国减肥行业重点企业经营状况

第一节 太极集团

一、太极集团概况

二、2017-2022年太极集团偿债能力分析

三、2017-2022年太极集团盈利能力分析

四、2017-2022年太极集团运营能力分析

五、2017-2022年太极集团发展能力分析

六、历经八年曲美减肥品进入危机阶段

第二节 大印象集团

一、大印象集团简介

二、2017-2022年大印象集团偿债能力分析

三、2017-2022年大印象集团盈利能力分析

四、2017-2022年大印象集团运营能力分析

五、2017-2022年大印象集团发展能力分析

六、大印象减肥茶的发展特色

七、大印象品牌延伸战略分析

八、2023年“大印象”产品着重渲染养生理念

第三节 北京澳特舒尔保健品开发有限公司

一、北京澳特舒尔保健品开发有限公司简介

二、2017-2022年北京澳特舒尔保健品开发有限公司偿债能力分析

三、2017-2022年北京澳特舒尔保健品开发有限公司盈利能力分析

四、2017-2022年北京澳特舒尔保健品开发有限公司运营能力分析

五、2017-2022年北京澳特舒尔保健品开发有限公司发展能力分析

六、“碧生源”成功的品牌塑造策略

七、“碧生源”的市场渠道策略

八、“碧生源”减肥茶的广告策略

第四节 姗拉娜有限公司

- 一、姗拉娜有限公司简介
- 二、2017-2022年姗拉娜有限公司偿债能力分析
- 三、2017-2022年姗拉娜有限公司盈利能力分析
- 四、2017-2022年姗拉娜有限公司运营能力分析
- 五、2017-2022年姗拉娜有限公司发展能力分析
- 六、积极拓展美体市场份额
- 七、姗拉娜公关危机的应对策略
- 八、姗拉娜的重点突破策略分析

第五节 婷美集团

- 一、婷美集团简介
- 二、2017-2022年婷美集团偿债能力分析
- 三、2017-2022年婷美集团盈利能力分析
- 四、2017-2022年婷美集团运营能力分析
- 五、2017-2022年婷美集团发展能力分析
- 六、2023年婷美塑身内衣逆势扩张

第六节 索芙特股份有限公司

- 一、索芙特股份有限公司简介
- 二、2017-2022年索芙特股份有限公司偿债能力分析
- 三、2017-2022年索芙特股份有限公司盈利能力分析
- 四、2017-2022年索芙特股份有限公司运营能力分析
- 五、2017-2022年索芙特股份有限公司发展能力分析
- 六、索芙特减肥香皂成功原因解析

第七节 其他涉足减肥行业的企业

- 一、上海九快九生物科技有限公司
- 二、瑞士罗氏公司
- 三、御生堂集团
- 四、北京澳特舒尔公司
- 五、南京长澳制药有限公司
- 六、厦门新广元生物科技有限公司
- 七、大兴安岭北奇神公司

第十二章 2023-2029年中国减肥行业的发展前景及趋势

第一节 2023-2029年中国减肥行业的未来发展

- 一、2023年全球减肥市场将大幅提升
- 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 2023-2029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 中~智林~：2023-2029年我国减肥产业前景预测

一、2023-2029年我国减肥产业工业总产值预测

二、2023-2029年我国减肥行业销售收入预测

三、2023-2029年我国减肥行业利润总额预测

四、2023-2029年我国减肥行业总资产预测

五、2023-2029年我国减肥行业经营能力预测

六、2023-2029年我国减肥行业盈利能力预测

七、2023-2029年我国减肥行业偿债能力预测

图表目录

图表 2017-2022年中国gdp总量及增长趋势图

图表 2022-2023年中国三产业增加值结构图

图表 4年中国cpi、ppi月度走势图

图表 2017-2022年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表 2017-2022年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表 2017-2022年中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表 2017-2022年中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表 2017-2022年中国工业增加值增长趋势图

图表 2017-2022年我国工业增加值分季度增速

图表 2017-2022年我国全社会固定资产投资额走势图

图表 2017-2022年我国城乡固定资产投资额对比图

图表 2017-2022年我国财政收入支出走势图

图表 2017-2022年人民币兑美元汇率中间价

图表 4年中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表 2022-2023年中国货币供应量月度增速走势图

图表 2017-2022年中国外汇储备走势图

图表 2017-2022年央行利率调整统计表

图表 我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表 2017-2022年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表 2017-2022年我国货物进出口总额走势图

图表 2017-2022年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表 2017-2022年中国就业人数走势图

图表 2017-2022年中国城镇就业人数走势图

图表 2017-2022年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表 2017-2022年我国总人口数量增长趋势图

图表 2023年人口数量及其构成

图表 2017-2022年我国普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数走势图

图表 2017-2022年我国广播和电视节目综合人口覆盖率走势图

图表 2017-2022年中国城镇化率走势图

图表 2022-2023年中国减肥行业经济指标统计

图表 2023年中国减肥行业企业数量变化趋势图

图表 2023年中国减肥行业资产增长趋势图

图表 2022-2023年中国不同规模减肥企业资产所占份额

图表 2022-2023年中国不同性质减肥企业资产所占份额

图表 2023年中国减肥行业销售收入增长趋势图

图表 2022-2023年中国不同规模减肥企业销售收入所占份额

图表 2022-2023年中国不同性质减肥企业销售收入所占份额

图表 2023年中国减肥行业利润总额增长趋势图

图表 2022-2023年中国不同规模减肥企业利润总额所占份额

图表 2022-2023年中国不同性质减肥企业利润总额所占份额

图表 2023年中国减肥行业流动资产周转率情况

图表 2023年中国减肥行业资产负债率情况

图表 2023年中国减肥行业成本费用利润率情况

图表 2022-2023年中国不同规模减肥企业盈利能力比较

图表 2022-2023年中国不同性质减肥企业盈利能力比较

图表 2023年中国减肥行业销售利润率情况

图表 2023年中国减肥行业资产利润率情况

图表 2023年中国减肥行业毛利率情况

图表 2023年中国减肥行业三费变化情况

图表 2023年中国减肥行业经营效益指标

图表 2023年中国减肥行业偿债能力指标

图表 2023年中国减肥行业发展能力指标

图表 2023年中国减肥行业主要财务指标对比分析

图表 2022-2023年中国减肥行业资产区域分布情况

图表 2022-2023年中国减肥行业销售收入区域分布情况

图表 2022-2023年中国减肥行业盈利区域分布情况

图表 2022-2023年中国减肥行业不同区域亏损情况对比

图表 2022-2023年中国减肥行业进口量及进口金额分类汇总表

图表 2023年中国减肥行业出口产品结构变化情况

图表 2022-2023年中国减肥行业出口量及出口金额分类汇总表

图表 2022-2023年中国减肥行业出口国别情况

图表 2017-2022年中国减肥行业进口金额变化情况

.....

图表 2022-2023年中国减肥行业口区域分布情况

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 2023年减肥品不同剂型所占比例情况

图表 2022-2023年中国各城市减肥广告所占比例

图表 2023年减肥产品报刊广告投放城市排名

图表 2023年各减肥品牌报刊广告费用投放比例

图表 2023年各减肥产品广告投入排名榜

图表 2023年份减肥报刊广告投放频次曲线

图表 2017-2022年减肥药品及保健品广告投入走势

图表 2017-2022年减肥药品及保健品广告区域变化

图表 2023年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 2023年太极集团主要财务数据

图表 2023年太极集团非经常性损益项目及金额
图表 2023年太极集团主要会计数据和主要财务指标
图表 2023年太极集团主营业务分行业、产品情况
图表 2023年太极集团主营业务分地区情况
图表 2023年索芙特主要财务数据
图表 2023年索芙特非经常性损益项目及金额
图表 2023年索芙特主要会计数据
图表 2023年索芙特主要财务指标
图表 2023年索芙特主营业务分行业、产品情况
图表 2023年索芙特主营业务分地区情况
图表 2023-2029年我国减肥行业工业总产值统计及预测
图表 2023-2029年我国减肥行业销售收入统计及预测
图表 2023-2029年我国减肥行业利润总额预测表
图表 2023-2029年我国减肥行业总资产统计及预测
图表 2023-2029年我国减肥行业营运效率预测
图表 2023-2029年我国减肥行业效益指标预测
图表 2023-2029年我国减肥行业资产负债率预测
略……

订阅“2023年中国减肥市场现状调查与未来发展前景趋势报告”，编号：1A151AA，

请致电：400 612 8668、010-6618 1099、010-66182099、010-66183099

Email邮箱：kf@Cir.cn

详细内容：<https://www.cir.cn/A/1A/JianFeiShiChangDiaoYanBaoGao.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！！