

# 2025-2031年减肥市场深度调查研究 与发展前景分析报告

产业调研网

[www.cir.cn](http://www.cir.cn)

## 一、基本信息

报告名称： 2025-2031年减肥市场深度调查研究与发展前景分析报告  
报告编号： 1333210 ← 咨询订购时，请说明该编号  
报告价格： 电子版：8200元 纸质+电子版：8500元  
优惠价格： 电子版：7360元 纸质+电子版：7660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](mailto:kf@Cir.cn)  
详细内容： <https://www.cir.cn/0/21/JianFeiHangYeYanJiuBaoGao.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

减肥服务和产品市场在全球范围内持续增长，反映了人们对健康生活方式的追求和对肥胖相关疾病预防的重视。近年来，减肥方法从传统的节食和运动扩展到了营养补充剂、医疗手术、心理辅导和数字健康应用等多个维度。科技的介入，如可穿戴设备监测热量消耗和睡眠质量，为减肥提供了更加个性化和科学的解决方案。

未来，减肥行业将更加注重个性化和科技融合。产业调研网认为，个性化方面，将基于遗传学、肠道微生物组学和代谢组学的个体差异，提供定制化的饮食和运动计划。科技融合方面，将利用人工智能和机器学习分析个人健康数据，提供动态调整的减肥策略，并通过虚拟现实和增强现实技术提供沉浸式健身体验。

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

### 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 卡路里的概念与摄入量

#### 1.2.2 主要食品热量统计

#### 1.2.3 饮食要营养均衡

## 第二章 2025-2031年减肥市场发展分析

### 2.1 2025-2031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 2025-2031年减肥产品发展概况

#### 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 2025-2031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 2025-2031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 2025-2031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 2025-2031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 2025-2031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 2025-2031年减肥食品发展分析

- 4.1 2025-2031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 2025-2031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 2025-2031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 2025-2031年减肥市场广告分析

### 7.1 2025-2031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 2025-2031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 2025-2031年减肥行业重点企业分析

### 9.1 太极集团

#### 9.1.1 公司概况

#### 9.1.2 曲美减肥产品营销回顾

#### 9.1.3 2025年太极集团经营状况分析

.....

### 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 碧生源的营销策略

#### 9.2.5 2025年碧生源经营状况分析

.....

### 9.3 索芙特股份有限公司

#### 9.3.1 公司简介

#### 9.3.2 索芙特减肥香皂成功原因解析

#### 9.3.3 2025年索芙特经营状况分析

.....

### 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 中智-林-一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 2025年太极集团主要财务数据

图表 2025年太极集团非经常性损益项目及金额

图表 2025-2031年太极集团主要会计数据

图表 2025-2031年太极集团主要财务指标

图表 2025年太极集团主营业务分行业、产品情况

图表 2025年太极集团主要财务数据

图表 2025年太极集团非经常性损益项目及金额

图表 2025-2031年太极集团主要会计数据

图表 2025-2031年太极集团主要财务指标

图表 2025年太极集团主营业务分行业、产品情况

图表 2025年太极集团主要会计数据及财务指标

图表 2025年太极集团非经常性损益项目及金额

图表 2025年碧生源综合损益表

图表 2025年碧生源主要营业额分产品情况

图表 2025年碧生源综合损益表

图表 2025年碧生源主要营业额分产品情况

图表 2025年碧生源综合损益表

图表 2025年碧生源主要营业额分产品情况

图表 2025年索芙特主要财务数据

图表 2025年索芙特非经常性损益项目及金额

图表 2025-2031年索芙特主要会计数据

图表 2025-2031年索芙特主要财务指标

图表 2025年索芙特主营业务分行业、产品情况

图表 2025年索芙特主营业务分地区情况

图表 2025年索芙特主要财务数据

图表 2025年索芙特非经常性损益项目及金额

图表 2025-2031年索芙特主要会计数据

图表 2025-2031年索芙特主要财务指标

图表 2025年索芙特主营业务分行业、产品情况

图表 2025年索芙特主营业务分地区情况

图表 2025年索芙特主要会计数据及财务指标

图表 2025年索芙特非经常性损益项目及金额

略……

订阅“2025-2031年减肥市场深度调查研究与发展前景分析报告”，编号：1333210，

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/0/21/JianFeiHangYeYanJiuBaoGao.html>

热点：减肥针多少钱一针、减肥最快效果最好方法、减肥怎么减肥最有效、减肥产品、最适合懒人的减

肥方法、减肥针有什么危害和副作用、饿瘦一般是先瘦哪儿、减肥药、晚上饿是在消耗脂肪吗

**了解更多，请访问上述链接，以下无内容！！**