

2024-2030年中国代餐轻食 产业发展现状与投资前景报告

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年中国代餐轻食产业发展现状与投资前景报告》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/202310/414849.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

随着健康理念的兴起，市场相关的代餐轻食市场逐渐发展，代餐轻食市场产品主要有低脂肪、低卡路里、低糖、低油、营养均衡、饱腹感强，快速补充能量等特点。代餐轻食市场主要分为轻食和代餐市场。轻食市场主要以沙拉为主；代餐市场有代餐奶昔、能量棒、即时麦片等。

2017年-2020年，中国代餐轻食市场规模呈持续增长态势，年复合增长率为68.8%，2020年中国代餐轻食市场规模达472.6亿元。以电商平台的购买力来看，2020年，代餐轻食类的销售同比暴涨290%，消费者平均购买金额在3000元以上。从品牌数量来看，2019年中国代餐轻食品牌数量为2837个，2020年增加到3540个。2021年，代餐企业仍然保持强劲增长，截至9月8日已新增4300家代餐轻食相关企业，较2020年同期增长1倍。2022年国内已近六成用户通过节食减肥，受益于此，代餐产业整体将受益保持高速扩张。

自2020年1月1日起，经中国营养学会法规标准委员会组织审查，《代餐食品》（T/CNSS 002-2018）团体标准正式实施。2021年6月25日，美团外卖联合全民健康生活促进研究院共同发布了行业首份《轻食餐饮发展指南》，指南从食品安全、营养健康、消费者体验等七大方面为轻食行业提供行动建议。同时，美团外卖发布“轻食商家扶持计划”，从流量扶持、专项补贴、产品优化、品类营销、经营指导、行业交流等方面助力轻食商家发展。2021年，代餐轻食市场热度不减，2021年5月，订阅制体重管理餐饮品牌咚吃完成5000万元A+轮融资，同样是在5月份，另一家代餐品牌鲨鱼菲特也获得了亿元级B轮融资，代餐轻食投资市场后续看好。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国代餐轻食产业发展现状与投资前景报告》共十一章。首先对代餐轻食市场进行概述；然后对全球代餐轻食市场进行了详实的分析；其次对中国代餐轻食市场发展环境接着详细阐述了，接着对代餐轻食市场和其细分市场进行分析；随后报告对代餐轻食消费市场进行了深入的分析；再对代餐轻食典型企业和投资市场进行新分析，最后，报告对代餐轻食市场的发展趋势及前景进行了科学的预测。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、国家卫健委、中国营养学会、中国保健协会、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对代餐轻食市场有个系统深入的了解、或者想投资代餐轻食，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

第一章 代餐轻食市场概述

1.1 代餐轻食概述

1.1.1 代餐轻食发展起源

1.1.2 代餐轻食的定义

1.1.3 代餐轻食产品特点

1.1.4 代餐轻食产品分类

1.2 轻食市场概述

1.2.1 轻食市场定义

1.2.2 轻食发展起源

1.2.3 轻食发展历程

1.2.4 轻食营养共识

1.2.5 轻食品类认知

1.2.6 轻食评判标准

1.2.7 轻食主要特点

1.3 代餐市场概述

1.3.1 代餐食品含义

1.3.2 代餐食品起源

1.3.3 代餐食品分类

1.3.4 代餐食品特点

第二章 2021-2023年全球代餐市场发展综述

2.1 2021-2023年全球轻食市场发展分析

2.1.1 全球轻食发展历程

2.1.2 全球轻食市场种类

2.1.3 全球轻食沙拉种类

2.1.4 全球包装沙拉市场

2.2 2021-2023年全球代餐市场发展分析

2.2.1 全球发展历程

2.2.2 市场规模分析

2.2.3 产品类型占比

2.2.4 市场区域分布

2.2.5 产品市场应用

- 2.2.6 市场竞争格局
- 2.3 2021-2023年不同国家代餐奶昔市场发展分析
 - 2.3.1 韩国
 - 2.3.2 欧洲
 - 2.3.3 美国
 - 2.3.4 韩国
- 2.4 2021-2023年全球代餐轻食重点企业发展分析
 - 2.4.1 Sweetgreen
 - 2.4.2 Soup Stock Tokyo
 - 2.4.3 Panera Bread
 - 2.4.4 Subway
 - 2.4.5 Garten
 - 2.4.6 Grub Market

第三章 2021-2023年中国代餐轻食市场发展环境分析

- 1.1 经济环境分析
 - 1.1.1 国际宏观经济分析
 - 1.1.2 国内宏观经济分析
 - 1.1.3 服务行业运行情况
 - 1.1.4 固定资产投资分析
 - 1.1.5 宏观经济市场展望
- 3.1 政策环境分析
 - 3.1.1 食品安全监管
 - 3.1.2 国民健康规划
 - 3.1.3 代餐市场监管
 - 3.1.4 代餐团体标准
 - 3.1.5 轻食市场指南
- 1.2 社会环境分析
 - 1.2.1 人口发展规模
 - 1.2.2 居民收入水平
 - 1.2.3 社会消费规模
 - 1.2.4 居民消费水平

3.1.6 肥胖状况分析

3.1.7 健康管理分析

第四章 2021-2023年中国代餐轻食市场发展综合分析

4.1 中国代餐轻食市场发展现状

4.1.1 代餐轻食市场整体情况

4.1.2 代餐轻食市场规模分析

4.1.3 代餐轻食市场供给情况

4.1.4 代餐轻食市场发展建议

4.2 中国代餐轻食市场竞争格局分析

4.2.1 代餐轻食品牌数量

4.2.2 代餐轻食企业数量

4.2.3 代餐轻食区域分布

4.2.4 代餐轻食企业类型

4.2.5 代餐轻食代表企业

4.3 中国代餐轻食市场需求分析

4.3.1 轻食代餐销售现状

4.3.2 代餐轻食网销情况

4.3.3 重点企业销售情况

4.4 中国代餐轻食市场问题

4.4.1 产品市场问题

4.4.2 代餐市场问题

4.4.3 推广市场问题

第五章 2021-2023年中国轻食市场发展综合分析

5.1 轻食市场运行情况分析

5.1.1 市场发展现状

5.1.2 市场品牌分类

5.1.3 企业注册规模

5.1.4 门店数量分析

5.1.5 企业区域分布

5.1.6 轻食企业排名

5.2 轻食外卖市场分析

5.2.1 外卖市场相关规范

5.2.2 外卖市场发展现状

5.2.3 外卖商家扶持计划

5.2.4 外卖市场发展建议

5.3 轻食市场问题及建议

5.3.1 轻食市场问题

5.3.2 市场发展挑战

5.3.3 市场发展对策

5.4 轻食市场管理要点

5.4.1 食品安全方面

5.4.2 营养健康方面

5.4.3 消费体验方面

5.4.4 运营管理方面

5.4.5 品牌营销方面

5.4.6 餐饮环境方面

5.4.7 品牌管理方面

第六章 2021-2023年中国轻食沙拉市场发展综合分析

6.1 中国轻食沙拉市场发展现状

6.1.1 轻食沙拉市场规模

6.1.2 轻食沙拉城市评价

6.1.3 轻食沙拉区域分布

6.1.4 轻食沙拉订单情况

6.2 中国轻食沙拉市场SWOT分析

6.2.1 优势分析

6.2.2 劣势分析

6.2.3 机遇分析

6.2.4 威胁分析

6.3 中国轻食沙拉企业对比

6.3.1 沙野轻食VS超能鹿战队

6.3.2 gaga鲜语VS Wagas沃歌斯

6.3.3 轻食品牌差评原因分析

第七章 2021-2023年中国代餐市场发展综合分析

7.1 中国代餐市场发展综合分析

7.1.1 代餐发展历程

7.1.2 代餐产品认知

7.1.3 代餐食品市场

7.1.4 代餐生产模式

7.1.5 代餐产业链条

7.2 中国代餐市场运行现状

7.2.1 市场规模分析

7.2.2 市场渗透情况

7.2.3 市场发展动因

7.2.4 购买因素分析

7.2.5 市场多样发展

7.2.6 减肥代餐分析

7.3 中国代餐线上市场发展现状

7.3.1 饮食健康关注程度

7.3.2 代餐市场热度分析

7.3.3 功能代餐品牌市场

7.3.4 日常代餐消费市场

7.3.5 线上代餐品牌市场

7.4 中国代餐企业创业情况

7.4.1 品牌成立时间

7.4.2 品牌地域分布

7.4.3 企业注册资本

7.5 中国代餐细分市场发展

7.5.1 谷物代餐市场

7.5.2 奶昔代餐市场

7.5.3 套餐代餐市场

7.5.4 便携代餐市场

7.5.5 断糖低糖代餐

第八章 2021-2023年中国代餐轻食消费市场发展综合分析

8.1 轻食消费市场分析

8.1.1 轻食消费市场介绍

8.1.2 轻食消费市场现状

8.1.3 沙拉消费市场规模

8.1.4 轻食消费原因分析

8.1.5 轻食消费市场困局

8.2 轻食外卖消费市场

8.2.1 轻食外卖消费现状

8.2.2 轻食外卖销量分析

8.2.3 外卖消费人群分析

8.2.4 外卖消费区域分析

8.2.5 外卖消费市场建议

8.3 代餐消费市场分析

8.3.1 消费市场规模

8.3.2 消费市场人群

8.3.3 消费动机分析

8.3.4 消费需求重点

8.3.5 消费场景分布

8.4 代餐市场线上消费分析

8.4.1 线上消费规模

8.4.2 消费次数分布

8.4.3 消费平台分析

8.4.4 消费人群分析

8.4.5 消费区域分析

8.5 代餐细分消费市场发展分析

8.5.1 蛋白棒消费市场

8.5.2 代餐粉消费市场

8.5.3 麦片消费市场分析

8.5.4 鸡肉制品消费市场

第九章 2020-2023年中国代餐轻食典型企业分析

9.1 断糖代餐超级零

9.1.1 公司发展概述

9.1.2 公司发展历程

9.1.3 目标用户定位

9.1.4 商业模式分析

9.1.5 销售渠道分析

9.1.6 公司融资情况

9.2 运动健身品牌Keep

9.2.1 公司发展概述

9.2.2 公司融资情况

9.2.3 公司业务分布

9.2.4 公司竞争优势

9.2.5 公司营销分析

9.3 蛋白产品企业ffit8

9.3.1 公司简介

9.3.2 产品介绍

9.3.3 营销策略

9.3.4 商情舆情

9.4 0卡0糖饮料元气森林（北京）

9.4.1 公司简介

9.4.2 代糖运用

9.4.3 生产方式

9.4.4 市场营销

9.4.5 企业投资

9.5 代餐麦片企业王饱饱

9.5.1 企业发展概况

9.5.2 产品营销分析

9.5.3 精准创新能力

9.5.4 产品卖点分析

9.5.5 产品人群定位

9.5.6 市场投放渠道

- 9.6 全麦面包田园主义
 - 9.6.1 公司发展概况
 - 9.6.2 市场定位分析
 - 9.6.3 主要产品发展
 - 9.6.4 企业经营分析
 - 9.6.5 未来发展方向
- 9.7 桂林西麦食品股份有限公司
 - 9.7.1 企业发展概况
 - 9.7.2 经营效益分析
 - 9.7.3 业务经营分析
 - 9.7.4 财务状况分析
 - 9.7.5 核心竞争力分析
 - 9.7.6 公司发展战略
 - 9.7.7 未来前景展望
- 9.8 保龄宝生物股份有限公司
 - 9.8.1 企业发展概况
 - 9.8.2 经营效益分析
 - 9.8.3 业务经营分析
 - 9.8.4 财务状况分析
 - 9.8.5 核心竞争力分析
 - 9.8.6 公司发展战略
 - 9.8.7 未来前景展望

第十章 2021-2023年中国代餐轻食市场投资潜力分析

- 10.1 中国代餐轻食市场投资分析
 - 10.1.1 巨头企业布局中国市场
 - 10.1.2 初创企业融资情况分析
 - 10.1.3 传统餐饮企业市场分析
 - 10.1.4 互联网企业融资分析
- 10.2 中国轻食市场投资分析
 - 10.2.1 轻食市场投资机遇分析
 - 10.2.2 轻食市场融资整体情况

- 10.2.3 轻食市场投资次数分析
- 10.2.4 轻食市场投资金额情况
- 10.2.5 轻食市场投资轮次分析
- 10.2.6 轻食外卖市场投资情况
- 10.3 中国代餐市场投资分析
 - 10.3.1 市场融资情况
 - 10.3.2 市场投资事件
 - 10.3.3 市场融资次数
 - 10.3.4 市场融资轮次
 - 10.3.5 市场融资对象
 - 10.3.6 燕麦市场投资
 - 10.3.7 能量棒市场投资

第十一章 2024-2030年中国代餐轻食市场发展前景及预测

- 11.1 代餐轻食市场发展前景分析
 - 11.1.1 轻食市场发展前景
 - 11.1.2 轻食消费市场前景
- 11.2 2024-2030年中国轻食市场发展趋势分析
 - 11.2.1 健康趋势
 - 11.2.2 规模趋势
 - 11.2.3 标准化趋势
- 11.3 2024-2030年中国代餐市场消费趋势分析
 - 11.3.1 健康与美发展
 - 11.3.2 断糖低碳主义
 - 11.3.3 科学营养供给
 - 11.3.4 便携美味市场
 - 11.3.5 饮食方案专家
- 11.4 对2024-2030年中国代餐轻食市场预测分析
 - 11.4.1 2024-2030年中国代餐轻食市场影响因素分析
 - 11.4.2 2024-2030年中国代餐轻食市场规模预测
 - 11.4.3 2024-2030年中国轻食沙拉市场规模预测

图表目录

- 图表 中国轻食产业发展历程
- 图表 商户对轻食品类的认知VS消费者对轻食品类的认知
- 图表 代餐含义
- 图表 代餐分类
- 图表 中国代餐食品发展特点
- 图表 2016-2027年全球代餐奶昔市场收入及增速
- 图表 2020年全球代餐奶昔产品销量占比情况
- 图表 2020年全球代餐奶昔地域分布
- 图表 2020年全球代餐奶昔线上销售市场占比情况
- 图表 2010-2020年韩国家庭代餐（HMR）年销售走势
- 图表 Sweetgreen的经营特色
- 图表 2018-2022年国内生产总值及其增长速度
- 图表 2018-2022年三次产业增加值占国内生产总值比重
- 图表 2018-2022年货物进出口总额
- 图表 2022年货物进出口总额及其增长速度
- 图表 2022年主要商品出口数量、金额及其增长速度
- 图表 2022年主要商品进口数量、金额及其增长速度
- 图表 2022年对主要国家和地区货物进出口金额、增长速度及其比重
- 图表 2022年外商直接投资及其增长速度
- 图表 2022年对外非金融类直接投资额及其增长速度
- 图表 2021年全国三次产业投资占固定资产投资（不含农户）比重
- 图表 2021年分行业固定资产投资（不含农户）增长速度
- 图表 2021年固定资产投资新增主要生产与运营能力
- 图表 2022年三次产业投资占固定资产投资（不含农户）比重
- 图表 2022年分行业固定资产投资（不含农户）增长速度
- 图表 2022年固定资产投资新增主要生产与运营能力
- 图表 2023年三次产业投资占固定资产投资（不含农户）比重
- 图表 2023年分行业固定资产投资（不含农户）增长速度
- 图表 2023年固定资产投资新增主要生产与运营能力
- 图表 2020年全国居民人均可支配收入平均数与中位数
- 图表 2021年全国居民人均可支配收入平均数与中位数

图表 2018-2022年全国居民人均可支配收入及其增长速度

图表 2021年居民人均消费支出及构成

图表 2022年全国居民人均消费支出及其构成

图表 2023年居民人均消费支出及构成

图表 代餐市场竞争格局分析

图表 2017-2021年代餐轻食企业数量情况

图表 2021年代餐轻食企业区域分布情况

图表 轻食市场四类品牌

图表 2011-2021年轻食企业注册数量

图表 2020年中国轻食门店数量对比分析

图表 2020年独立轻食企业top20

图表 加盟店和直营店对比

图表 2017-2021年中国轻食沙拉市场规模及预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/414849.html>