

# 2024-2030年中国代餐轻食行业市场全景调研及未来趋势研判报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国代餐轻食行业市场全景调研及未来趋势研判报告》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.chyxx.com/research/1167988.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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

为了深入解读代餐轻食行业发展现状以及研判未来走向，智研咨询精心编撰并推出了《2024-2030年中国代餐轻食行业市场全景调研及未来趋势研判报告》（以下简称《报告》）。这份报告不仅是对中国代餐轻食市场的一次全面而细致的梳理，更是智研咨询多年来持续追踪、实地踏访、深入研究与精准分析的结晶。它旨在帮助行业精英和投资者们更加精准地把握市场脉搏，洞察行业趋势，为未来的决策提供有力支持。

《报告》主要研究中国代餐轻食产业发展情况，细分市场包含代餐、轻食三大部分，涉及代餐奶昔、代餐粉粥、代餐麦片、代餐棒、代餐零食及其他，中式轻食、西式轻食等产品的产量、需求量、市场单价、市场规模等细分数据。

《报告》从国内外经济环境、国内政策、发展趋势等方面入手，全方位分析了代餐轻食产业发展状况，对业界厂商掌握产业动态与未来创新趋势提供相应的建议和决策支持。

代餐轻食行业分别包括代餐和轻食两个概念。两者富含膳食纤维等营养成分，有助于控制热量摄入。但代餐产品多为食品加工企业生产。轻食多通过餐饮门店制作及销售。

随着社会的总体进步，大健康意识日益普及，颜值经济持续火热，越来越多的人期待通过健康饮食以达到强身美体的目的。在此背景下，轻食行业迎来快速发展。轻食代表的是一种健康的生活方式和态度。轻食行业快速发展的背后，是我国国民从“吃饱”“吃好”到“吃健康”饮食观的转变。

轻食在中国的发展主要分为四个阶段：（1）2013年，轻食开始进入中国市场，人们开始慢慢接触了解轻食行业；（2）2015-2017年，轻食行业进入资本投放密集期，大量资本开始涌入轻食行业，轻食行业得到了快速的发展；（3）2018-2019年，由于轻食行业的发展不成熟，轻食行业进入洗牌期，资本撤退快速；（4）2020至今，我国轻食行业高潮又卷土重来，供给端轻食企业的快速增加，叠加疫情以来消费者饮食习惯的改变，轻食行业得到了前所未有的关注。

2023年我国代餐轻食行业市场规模达到了2397.7亿元，其中，代餐产品规模2028.1亿元；轻食产品规模369.6亿元。其中代餐奶昔规模497.0亿元，代餐棒规模226.7亿元，西餐轻食规模223.4亿元。

代餐食品行业产业链主要涵盖了从原材料供应、生产制造到最终消费者使用的各个环节。行业上游主要为原材料通常包括各种谷物、豆类、果蔬、蛋白质来源（如肉类、鱼类、豆类等）、膳食纤维、维生素和矿物质等。中游为代餐食品制造，下游为各种销售渠道，包括线上电商平台、线下超市、便利店、专卖店等。分销商和零售商负责将这些产品分销到各个销售点，以便消费者购买。

我国代餐轻食行业初创企业的融资活动持续活跃，反映出资本市场对该行业的认可与信心。

代餐轻食作为健康饮食领域的重要组成部分，其市场规模不断扩大，吸引了众多初创企业的涌入和投资者的关注。

随着食品生产工艺进步和代餐轻食类产品不断迭代，加上康师傅、喜茶、雀巢等知名跨界企业入局功能食品赛道，以及ffit8(幸福能量)、KEEP(卡路里)、王饱饱(杭州饱嗝)等新消费品牌的崛起，代餐市场供给增加，新老品牌竞争白热化。

智研咨询研究团队围绕中国代餐轻食产业规模、产业结构、重点企业情况、产业发展趋势等方面进行深入分析，并针对代餐轻食产业发展中存在的问题提出建议，为各地政府、产业链关联企业、投资机构提供参考。

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 市场发展起源

#### 1.1.2 市场相关定义

#### 1.1.3 市场相关特点

#### 1.1.4 市场产品分类

### 1.2 轻食市场概述

#### 1.2.1 轻食发展背景

#### 1.2.2 轻食发展历程

#### 1.2.3 轻食市场定义

#### 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 代餐食品趋势

#### 1.3.3 代餐食品分类

#### 1.3.4 代餐食品特点

## 第二章 2019-2023年全球代餐市场发展综述

### 2.1 2019-2023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 2019-2023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 2019-2023年不同地区代餐市场发展分析
  - 2.3.1 亚太
  - 2.3.2 欧洲
  - 2.3.3 美国
  - 2.3.4 其他
- 2.4 2019-2023年全球代餐轻食重点企业发展分析
  - 2.4.1 SWEET GREEN
  - 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 2019-2023年中国代餐轻食市场发展环境分析

- 3.1 经济环境分析
  - 3.1.1 国际宏观经济分析
  - 3.1.2 国内宏观经济分析
  - 3.1.3 服务行业运行情况
  - 3.1.4 固定资产投资分析
  - 3.1.5 宏观经济市场展望
- 3.2 社会环境分析
  - 3.2.1 居民收入水平
  - 3.2.2 社会消费规模
  - 3.2.3 居民消费水平
  - 3.2.4 社会教育水平

3.2.5 人口发展规模

3.2.6 社会观念转变

3.3 肥胖状况分析

3.4 健康管理分析

3.5 政策环境分析

3.5.1 食品安全监管

3.5.2 国民健康规划

3.5.3 代餐市场监管

3.5.4 代餐团体标准

3.5.5 轻食市场指南

#### 第四章 2019-2023年中国代餐轻食市场发展综合分析

4.1 代餐轻食市场发展现状

4.1.1 代餐轻食市场规模

4.1.2 代餐轻食市场现状

4.1.3 代餐轻食市场供给

4.1.4 代餐轻食市场格局

4.2 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 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 代餐轻食市场发展驱动因素分析

4.4.1 政治因素

4.4.2 经济因素

4.4.3 社会因素

4.4.4 科技因素

4.5 中国代餐轻食市场问题及误区

4.5.1 产品市场问题

4.5.2 代餐市场问题

4.5.3 推广市场问题

4.5.4 代餐食品误区

## 第五章 2019-2023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 市场品牌分类

5.1.2 企业注册规模

5.1.3 市场发展现状

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

5.1.7 市场发展机遇

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 2019-2023年中国轻食沙拉市场发展综合分析

6.1 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 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 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 2019-2023年中国代餐市场发展综合分析

### 7.1 中国代餐市场概述

#### 7.1.1 代餐发展历程

#### 7.1.2 代餐产品认知

#### 7.1.3 市场发展特点

#### 7.1.4 代餐市场阶段

#### 7.1.5 市场代工模式

#### 7.1.6 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 代餐线上市场发展现状

#### 7.3.1 市场观念发展

#### 7.3.2 市场热度分析

#### 7.3.3 功能代餐市场

#### 7.3.4 日常代餐市场

#### 7.3.5 线上品牌市场

### 7.4 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 细分市场发展

#### 7.5.1 代餐奶昔市场

#### 7.5.2 代餐粉粥市场

#### 7.5.3 代餐麦片市场

#### 7.5.4 代餐棒市场

#### 7.5.5 代餐零食等其他产品

## 第八章 2019-2023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 消费市场发展因素

#### 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 外卖消费销量分析

#### 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 消费市场人群

#### 8.3.2 消费动机分析

#### 8.3.3 消费需求情况

#### 8.3.4 消费场景分布

#### 8.3.5 消费需求发展

### 8.4 代餐市场线上消费市场分析

#### 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

## 第九章 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 主要产品分析

### 9.1.3 产品理念分析

### 9.1.4 经营状况分析

### 9.1.5 公司融资历程

## 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 公司经营状况分析

### 9.2.5 公司竞争优势分析

## 9.3 蛋白产品企业FFIT8

### 9.3.1 公司简介

### 9.3.2 主要产品分析

### 9.3.3 产品理念分析

### 9.3.4 经营状况分析

## 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 经营状况

### 9.4.5 创新战略

## 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

## 9.6 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

## 9.8 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

## 第十章 2019-2023年中国代餐轻食投资市场分析

### 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 轻食市场融资情况

#### 10.2.2 轻食外卖投资情况

#### 10.2.3 轻食市场投资次数

#### 10.2.4 市场投资金额情况

#### 10.2.5 市场投资轮次分析

### 10.3 中国餐饮市场投资分析

#### 10.3.1 市场融资情况

#### 10.3.2 市场投资金额

#### 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 细分市场发展

#### 10.3.7 燕麦市场投资

#### 10.3.8 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 2024-2030年中国轻食市场发展趋势分析

#### 11.1.1 健康趋势

#### 11.1.2 规模趋势

#### 11.1.3 标准化趋势

### 11.2 2024-2030年中国代餐市场消费趋势分析

#### 11.2.1 健康与美发展

#### 11.2.2 断糖低碳主义

#### 11.2.3 科学营养供给

#### 11.2.4 便携美味市场

#### 11.2.5 饮食方案

### 11.3 代餐轻食市场发展前景分析

#### 11.3.1 轻食市场发展前景

#### 11.3.2 轻食消费市场前景

### 11.4 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1：代餐与轻食概念解析

图表2：中国代餐产品基本分类情况

图表3：中国轻食行业发展历程

图表4：代餐食品和部分代餐食品技术指标

图表5：2016-2023年全球代餐市场规模

图表6：2023年全球代餐细分市场结构

图表7：2023年全球代餐市场区域分布情况

图表8：2016-2023年全球代餐细分市场规模

图表9：2016-2023年亚太代餐市场规模

图表10：2016-2023年欧洲代餐市场规模

图表11：2016-2023年美国代餐市场规模

图表12：2016-2023年其他地区代餐市场规模

图表13：2018-2023年全球GDP运行情况

图表14：2015-2024年H1年中国GDP发展运行情况

图表15：2023-2024年8月中国服务业生产指数累计同比增速情况

图表16：2016-2024年H1中国固定资产投资（不含农户）投资情况

图表17：2011-2024年H1中国居民人均可支配收入情况

图表18：2008-2024年H1中国城镇及农村居民收入及消费支出情况

图表19：2024年H1居民人均消费支出构成占比

图表20：2024年H1居民人均消费支出情况 单位：元

图表21：2015-2024年H1中国社会消费品零售总额情况

图表22：2022-2024年中国居民消费价格指数（CPI，上年同月=100）

图表23：2019-2023年中国本专科、中等职业教育及普通高中招生人数统计

图表24：2018-2023年中国人口数量情况

图表25：2016-2023年中国人口年龄结构情况

图表26：2018-2023年中国城乡人口数量情况

图表27：行业相关政策

图表28：代餐行业监管政策

图表29：行业现行标准

图表30：2016-2023年中国代餐轻食市场规模情况

图表31：2016-2023年中国代餐轻食市场细分规模情况

图表32：2016-2023年中国代餐轻食行业产量情况

图表33：2016-2023年中国代餐轻食主要产品规模情况

图表34：2016-2024年中国代餐轻食企业数量情况

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/1167988.html>