

中国

# 代餐 行业发展现状分析与投资前景研究报告 (2024-2031年)

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国 代餐 行业发展现状分析与投资前景研究报告（2024-2031年）》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：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202408/725277.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

### 一、代餐行业高速增长，具备高景气度

代餐市场中产品种类繁多，总体可按成分和使用场景分为泛代餐、可完全代餐以及代餐零食三大品类。1) 泛代餐：全麦面包、麦片和五谷粉/粥主要成分为碳水化合物，蛋白质与脂肪含量过少，用于替代主食居多，属于泛代餐；2) 代餐：低卡低脂餐、液体类代餐以及代餐奶昔粉较符合代餐定义，三大营养物质比例较均衡，有饱腹感，属于代餐；3) 代餐零食：蛋白棒/坚果棒以及速食鸡胸肉主要成分为蛋白质，食用方便，多为运动人群补充蛋白质用，属于代餐零食。

资料来源：观研天下数据中心整理

代餐产品发展趋势为“便携性提升”+“正餐零食化”+“还原日常饮食口感”。1) 便捷性提升：传统代餐产品从冲泡式粉剂向更为便捷的形式转换。代餐奶昔粉和液体类代餐即为代餐粉和粗粮代餐的变种形式，设计为瓶装，更方便携带。2) 正餐零食化：速食鸡胸肉和蛋白棒/坚果棒属于代餐零食，食用速度快，方便携带，能够适应用户在多个场景中的代餐需求，有相当数量的消费人群。3) 还原日常饮食口感：代餐把日常“高糖高脂”的食物味道以“健康低脂”的载体呈现出来，降低消费者的减肥坚持成本，代餐奶昔中奶茶口味因此热度高涨，广受欢迎，“超级零”推出的控卡料理品类与日常饮食差异小，且热量低，减少用户心理负担。

从市场增长来看，随着健康饮食成为消费趋势，如鸡胸肉、牛肉等代餐食品因其低脂、高蛋白受到更多消费者青睐，我国整体代餐市场规模高速增长。从2017年到2023年，代餐市场从 58.2 亿元增长为1750.0亿元，复合增长率达到76.34%。随着代餐食品市场消费力充分释放，食品企业积极推出有机食品、无添加剂食品、低脂代餐食品等争夺市场份额，2027年中国代餐市场规模有望达3534.9亿元。在消费者对健康食品认知度提高、健康需求逐渐细化情况下，将不断推动即食肉类代餐食品的创新迭代。

数据来源：观研天下数据中心整理

行业仍处于市场培育阶段，市场竞争格局分散。1) 进入门槛低，同质化竞争严重。市面上大多数代餐产品为贴牌产品，缺乏技术含量，容易相互模仿，且新兴品牌多始于线上销售，依托于天猫、京东等销售平台进行销售，无需进行大规模供应链布局，短时间大量新品涌入，行业竞争激烈，未出现突破这一局面的品牌。2) 产品力薄弱，营销带动产品“破圈”。当前市场中产品区分度小，王饱饱麦片、ffit8 蛋白棒、Wonderlab 奶昔都进行大量线上营销布局，在微博、抖音、小红书、B 站等平台，通过 KOL 扩散，提高产品知名度。3) 竞争格局分散，未出现龙头企业。

### 二、大健康行业政策推动下，消费者自身健康意识不断提高

近年来，政府针对食品安全和饮食健康出台一系列政策，这些政策对代餐行业产生积极影响

。

国家大力倡导提高全民健康，不断出台相关支持政策，客观推动了消费者对健康关注度的持续提升。同时，政策通过强化食品安全标准、完善监测与评估体系、强调营养与健康导向，对市场环境进行优化，促进食品技术的创新与研发。政策的实施提升代餐行业的整体标准和竞争力，使行业向更安全、更健康的方向发展。

行业相关政策及举措 政策名称 发布时间 发布部门 主要内容 《“健康中国2030”规划纲要》 2016年 国务院 健康中国建设上升为国家战略，把人民健康放在优先发展的战略地位 《健康中国行动（2019—2030年）》 2019年 国务院 提出“全民健身”、“合理膳食”等15个重大专项行动，目标到2030年，全民健康素养水平大幅提升，健康生活方式基本普及。

《学校食品安全与营养健康管理规定》 2019年 教育部、国家市场监督管理总局、国家卫生健康委员会

规定学校应当按照食品安全法律法规规定和健康中国战略要求，建立健全相关制度，落实校园食品安全责任，开展食品安全与营养健康宣传教育。加强对学生营养不良与超重、肥胖的监测、评价和干预，培养学生健康的饮食习惯。 《“十四五”国民健康规划》 2022年 国务院

推进食品营养标准体系建设，健全居民营养监测制度；强化食品安全标准与风险监测评估。完善食品安全风险监测与评估工作体系和食品安全技术支持体系，提高食品安全标准和风险监测评估能力。 《食品安全标准与监测评估 “十四五”规划》 2022年 国务院卫生委员会

明确了“十四五”期间我国食品安全标准与监测15项重点工作任务，制定修订部分食品安全国家标准，包括修订食品中污染物限量、致病菌限量、食品相关产品等通用标准；制定、修订辐照食品加工卫生规范等。

资料来源：观研天下数据中心整理

### 三、居民人均可支配收入的增长，慢性病多见+减肥需求推动消费需求上升

#### （一）国民消费能力提升

随着居民人均可支配收入的增加，居民的消费能力得到提升，对更高品质、更便捷、更健康的食品需求也随之增加。根据国家数据显示，从2010年至2023年，中国居民人均可支配收入由12520元增至39218元。随着经济的持续恢复，居民消费力得到进一步提升，市场供给得到稳步优化，加上促消费政策的落地实施，恢复和扩大消费的基础将不断巩固，为代餐消费提供经济基础。

数据来源：国家统计局，观研天下数据中心整理

#### （二）慢性病多见+减肥需求推动消费需求上升

全国糖尿病和高血压患病率的上升是一个显著的公共卫生问题，随着经济的发展和城市化进程的加快，人们的生活方式发生了显著变化。体力活动减少、热量摄入增加以及不健康的饮

食习惯（如高脂肪、高糖饮食）都是导致糖尿病患病率上升的重要因素。

根据《中国糖尿病市场报告:2024-2032》的数据，中国糖尿病患病率在过去30年间由1%上升至12%左右。这意味着，糖尿病在中国已经达到了流行病的程度。糖尿病患者人数上，截至2021年，中国糖尿病患者人数已达1.41亿人，发病率高达12.8%，相当于每8个人中就有1名糖尿病患者。

数据来源：《2021IDF第10版全球糖尿病地图》，观研天下数据中心整理

在高血压方面，高血压是生活中最常见的慢性病之一，近20多年来，我国开展了多次全国性的18岁以上人群抽样调查，2002—2015年间进行的三次高血压抽样调查结果显示，人群高血压患病率总体呈上升趋势。根据《中国居民营养与慢性病状况报告（2020年）》，我国18岁及以上居民高血压患病率达27.5%，也就是大约每4个成年人中就有1人是高血压患者，患病人数约为2.45亿。

糖尿病和高血压患病率的上升是推动代餐行业发展的重要因素之一。预计随着糖尿病和高血压等慢性病患者患病率的上升，越来越多的患者开始关注健康饮食和体重管理。代餐食品因其低糖、低脂、高蛋白、多膳食纤维等特点，契合了这些患者的健康需求。

数据来源：《中国居民营养与慢性病状况报告（2020年）》，观研天下数据中心整理

四、“她经济”下减肥需求的旺盛，也进一步推动了代餐市场的发展

女性消费能力提升，多元消费需求显现。（1）女性消费主体地位凸显，“她经济”持续释放价值空间：根据2023中国女性职场现状调查报告，2023年，女性的平均薪酬为8689元/月，与男性的9942元/月相差1253元，总体来看，男女薪酬差距成逐年缩窄趋势。2019年，女性比男性月薪低23.5%，2023年相差约12%。一定程度说明女性的职场价值日益得到更多认可。收入的增长带动其消费需求增长。埃森哲中国消费者洞察系列报告指出，中国拥有近4亿年龄在20-60岁的女性消费者，这些消费者每年掌控着近10万亿人民币的消费支出。（2）女性消费者具有其独特的消费特征：一方面，在产品选择上，女性在除数码产品、机票、酒店预订之外的消费品类相较于男性具有更高的决策权；不同年龄段女性的消费需求也呈现出较大差异，如青少年消费群体普遍更加关注“健康、美丽”，偏向于购买美妆产品、代餐产品、健身产品，孕育年龄段女性则更偏向于购买母婴产品、养生产品；另一方面，在用户触达上，女性群体的消费连带性、随机性更强，更容易通过“短视频”、朋友圈广告等途径“种草”产品。

数据来源：智联招聘，观研天下数据中心整理（wys）

一二线城市年轻白领女性消费能力与消费欲强，为代餐产品主要受众。（1）一二线城市人群消费能力强：一二线城市人群收入水平和消费能力强，相较其他人群更能够承受代餐产品的高价位，一二线城市代餐产品销售额占总销售额的50%左右。（2）年轻白领女性具备

消费能力，且有“减脂”需求，代餐产品消费欲望强：受疫情以及直播带货兴起等事件的影响，女性逛街、购物方面的兴趣转向线上，加之女性消费能力的提升，女性成为线上电商消费的重要客户群体，2021年，女性用户在综合电商渗透率达到84.3%。而女性中，年轻女性的消费欲更强，有中高端消费能力，并且对于“减脂”等有强烈需求，是当前代餐产品的主要受众，京东健康代餐白皮书显示，按性别分，女性贡献代餐近六成销售额，按年龄分，26-35岁用户群体贡献代餐近6成销售金额。

“她”经济确实推动了代餐市场的发展。未来，随着女性消费需求的不断升级和代餐产品技术的不断创新，代餐市场有望继续保持快速增长的态势。同时，品牌方也需要更加关注女性消费者的个性化需求，提供更加多样化、个性化的代餐产品，以满足不同女性消费者的需求。

注：上述信息仅作参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国代餐行业发展现状分析与投资前景研究报告（2024-2031年）》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代餐的权威数据，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。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。

本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

## 【目录大纲】

### 第一章 2019-2023年中国代餐行业发展概述

#### 第一节 代餐行业发展情况概述

- 一、代餐行业相关定义
- 二、代餐特点分析
- 三、代餐行业基本情况介绍
- 四、代餐行业经营模式
  - 1、生产模式
  - 2、采购模式
  - 3、销售/服务模式
- 五、代餐行业需求主体分析

## 第二节 中国 代餐 行业生命周期分析

- 一、 代餐 行业生命周期理论概述
- 二、 代餐 行业所属的生命周期分析

## 第三节 代餐 行业经济指标分析

- 一、 代餐 行业的赢利性分析
- 二、 代餐 行业的经济周期分析
- 三、 代餐 行业附加值的提升空间分析

## 第二章 2019-2023年全球 代餐 行业市场发展现状分析

### 第一节 全球 代餐 行业发展历程回顾

### 第二节 全球 代餐 行业市场规模与区域分 代餐 情况

### 第三节 亚洲 代餐 行业地区市场分析

- 一、 亚洲 代餐 行业市场现状分析
- 二、 亚洲 代餐 行业市场规模与市场需求分析
- 三、 亚洲 代餐 行业市场前景分析

### 第四节 北美 代餐 行业地区市场分析

- 一、 北美 代餐 行业市场现状分析
- 二、 北美 代餐 行业市场规模与市场需求分析
- 三、 北美 代餐 行业市场前景分析

### 第五节 欧洲 代餐 行业地区市场分析

- 一、 欧洲 代餐 行业市场现状分析
- 二、 欧洲 代餐 行业市场规模与市场需求分析
- 三、 欧洲 代餐 行业市场前景分析

### 第六节 2024-2031年世界 代餐 行业分 代餐 走势预测

### 第七节 2024-2031年全球 代餐 行业市场规模预测

## 第三章 中国 代餐 行业产业发展环境分析

### 第一节 我国宏观经济环境分析

### 第二节 我国宏观经济环境对 代餐 行业的影响分析

### 第三节 中国 代餐 行业政策环境分析

- 一、 行业监管体制现状
- 二、 行业主要政策法规
- 三、 主要行业标准

### 第四节 政策环境对 代餐 行业的影响分析

### 第五节 中国 代餐 行业产业社会环境分析

## 第四章 中国 代餐 行业运行情况

### 第一节 中国 代餐 行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析
- 第二节 中国 代餐 行业市场规模分析
  - 一、影响中国 代餐 行业市场规模的因素
  - 二、中国 代餐 行业市场规模
  - 三、中国 代餐 行业市场规模解析
- 第三节 中国 代餐 行业供应情况分析
  - 一、中国 代餐 行业供应规模
  - 二、中国 代餐 行业供应特点
- 第四节 中国 代餐 行业需求情况分析
  - 一、中国 代餐 行业需求规模
  - 二、中国 代餐 行业需求特点
- 第五节 中国 代餐 行业供需平衡分析
- 第五章 中国 代餐 行业产业链和细分市场分析
  - 第一节 中国 代餐 行业产业链综述
    - 一、产业链模型原理介绍
    - 二、产业链运行机制
    - 三、 代餐 行业产业链图解
  - 第二节 中国 代餐 行业产业链环节分析
    - 一、上游产业发展现状
    - 二、上游产业对 代餐 行业的影响分析
    - 三、下游产业发展现状
    - 四、下游产业对 代餐 行业的影响分析
  - 第三节 我国 代餐 行业细分市场分析
    - 一、细分市场一
    - 二、细分市场二
- 第六章 2019-2023年中国 代餐 行业市场竞争分析
  - 第一节 中国 代餐 行业竞争现状分析
    - 一、中国 代餐 行业竞争格局分析
    - 二、中国 代餐 行业主要品牌分析
  - 第二节 中国 代餐 行业集中度分析
    - 一、中国 代餐 行业市场集中度影响因素分析
    - 二、中国 代餐 行业市场集中度分析
  - 第三节 中国 代餐 行业竞争特征分析



- 一、企业区域分 代餐 特征
- 二、企业规模分 代餐 特征
- 三、企业所有制分 代餐 特征
- 第七章 2019-2023年中国 代餐 行业模型分析
- 第一节 中国 代餐 行业竞争结构分析（波特五力模型）
- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论
- 第二节 中国 代餐 行业SWOT分析
- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会
- 五、行业威胁
- 六、中国 代餐 行业SWOT分析结论
- 第三节 中国 代餐 行业竞争环境分析（PEST）
- 一、PEST模型概述
- 二、政策因素
- 三、经济因素
- 四、社会因素
- 五、技术因素
- 六、PEST模型分析结论
- 第八章 2019-2023年中国 代餐 行业需求特点与动态分析
- 第一节 中国 代餐 行业市场动态情况
- 第二节 中国 代餐 行业消费市场特点分析
- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好
- 第三节 代餐 行业成本结构分析
- 第四节 代餐 行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节 中国 代餐 行业价格现状分析

第六节 中国 代餐 行业平均价格走势预测

一、中国 代餐 行业平均价格趋势分析

二、中国 代餐 行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国 代餐 行业所属行业运行数据监测

第一节 中国 代餐 行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国 代餐 行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国 代餐 行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 2019-2023年中国 代餐 行业区域市场现状分析

第一节 中国 代餐 行业区域市场规模分析

一、影响 代餐 行业区域市场分 代餐 的因素

二、中国 代餐 行业区域市场分 代餐

第二节 中国华东地区 代餐 行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区 代餐 行业市场分析

(1) 华东地区 代餐 行业市场规模

(2) 华东地区 代餐 行业市场现状

(3) 华东地区 代餐 行业市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

## 二、华中地区经济环境分析

### 三、华中地区 代餐 行业市场分析

- (1) 华中地区 代餐 行业市场规模
- (2) 华中地区 代餐 行业市场现状
- (3) 华中地区 代餐 行业市场规模预测

## 第四节 华南地区市场分析

### 一、华南地区概述

### 二、华南地区经济环境分析

### 三、华南地区 代餐 行业市场分析

- (1) 华南地区 代餐 行业市场规模
- (2) 华南地区 代餐 行业市场现状
- (3) 华南地区 代餐 行业市场规模预测

## 第五节 华北地区 代餐 行业市场分析

### 一、华北地区概述

### 二、华北地区经济环境分析

### 三、华北地区 代餐 行业市场分析

- (1) 华北地区 代餐 行业市场规模
- (2) 华北地区 代餐 行业市场现状
- (3) 华北地区 代餐 行业市场规模预测

## 第六节 东北地区市场分析

### 一、东北地区概述

### 二、东北地区经济环境分析

### 三、东北地区 代餐 行业市场分析

- (1) 东北地区 代餐 行业市场规模
- (2) 东北地区 代餐 行业市场现状
- (3) 东北地区 代餐 行业市场规模预测

## 第七节 西南地区市场分析

### 一、西南地区概述

### 二、西南地区经济环境分析

### 三、西南地区 代餐 行业市场分析

- (1) 西南地区 代餐 行业市场规模
- (2) 西南地区 代餐 行业市场现状
- (3) 西南地区 代餐 行业市场规模预测

## 第八节 西北地区市场分析

### 一、西北地区概述

## 二、西北地区经济环境分析

### 三、西北地区 代餐 行业市场分析

#### (1) 西北地区 代餐 行业市场规模

#### (2) 西北地区 代餐 行业市场现状

#### (3) 西北地区 代餐 行业市场规模预测

## 第十一章 代餐 行业企业分析（随数据更新有调整）

### 第一节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

##### 1、主要经济指标情况

##### 2、企业盈利能力分析

##### 3、企业偿债能力分析

##### 4、企业运营能力分析

##### 5、企业成长能力分析

#### 四、公司优势分析

### 第二节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

#### 四、公司优劣势分析

### 第三节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

#### 四、公司优势分析

### 第四节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

#### 四、公司优势分析

### 第五节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

#### 四、公司优势分析

##### 第六节 企业

###### 一、企业概况

###### 二、主营产品

###### 三、运营情况

#### 四、公司优势分析

##### 第七节 企业

###### 一、企业概况

###### 二、主营产品

###### 三、运营情况

#### 四、公司优势分析

##### 第八节 企业

###### 一、企业概况

###### 二、主营产品

###### 三、运营情况

#### 四、公司优势分析

##### 第九节 企业

###### 一、企业概况

###### 二、主营产品

###### 三、运营情况

#### 四、公司优势分析

##### 第十节 企业

###### 一、企业概况

###### 二、主营产品

###### 三、运营情况

#### 四、公司优势分析

### 第十二章 2024-2031年中国 代餐 行业发展前景分析与预测

#### 第一节 中国 代餐 行业未来发展前景分析

##### 一、 代餐 行业国内投资环境分析

##### 二、中国 代餐 行业市场机会分析

##### 三、中国 代餐 行业投资增速预测

#### 第二节 中国 代餐 行业未来发展趋势预测

#### 第三节 中国 代餐 行业规模发展预测

##### 一、中国 代餐 行业市场规模预测

##### 二、中国 代餐 行业市场规模增速预测

三、中国 代餐 行业产值规模预测

四、中国 代餐 行业产值增速预测

五、中国 代餐 行业供需情况预测

第四节 中国 代餐 行业盈利走势预测

第十三章 2024-2031年中国 代餐 行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国 代餐 行业进入壁垒分析

一、 代餐 行业资金壁垒分析

二、 代餐 行业技术壁垒分析

三、 代餐 行业人才壁垒分析

四、 代餐 行业品牌壁垒分析

五、 代餐 行业其他壁垒分析

第二节 代餐 行业风险分析

一、 代餐 行业宏观环境风险

二、 代餐 行业技术风险

三、 代餐 行业竞争风险

四、 代餐 行业其他风险

第三节 中国 代餐 行业存在的问题

第四节 中国 代餐 行业解决问题的策略分析

第十四章 2024-2031年中国 代餐 行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国 代餐 行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节 中国 代餐 行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 代餐 行业营销策略分析

一、 代餐 行业产品策略

二、 代餐 行业定价策略

三、 代餐 行业渠道策略

四、 代餐 行业促销策略

第四节 观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文 . . . . .

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202408/725277.html>