

2020中国代餐食品市场 分析报告



IT桔子
ITJUZI.COM

目录

• 第一章：代餐定义及消费者分析

- 代餐是一种具有高纤维、低热量、易饱腹特点的食品；近年来，代餐食品受到更多90/95后女性消费者的关注。

• 第二章：代餐食品发展背景及历程

- 伴随消费者健康意识觉醒，围绕减脂、减重的代餐食品被逐步接。当前，代餐食品市场处于早期发展阶段。

• 第三章：代餐食品市场规模及现状分析

- 代餐食品市场具有高毛利、低准入门槛的特点；相关数据显示，当前该领域有约合6.1亿潜在消费者，2020年代餐食品市场规模或超过千亿元。

• 第四章：代餐食品市场投融资情况及典型企业

- 目前，中国代餐食品市场中共计有17家互联网代餐品牌，共计发生19起投资事件，典型企业包括超级零、王饱饱、Keep等。

• 第五章：代餐食品市场发展问题及趋势

- 未来代餐食品市场或将逐渐加速进入洗牌期，品牌需增强运营能力，在营销与产业链改造等方面引入专业人才提升效率，协同市场发展。

第一章：代餐定义及消费者分析

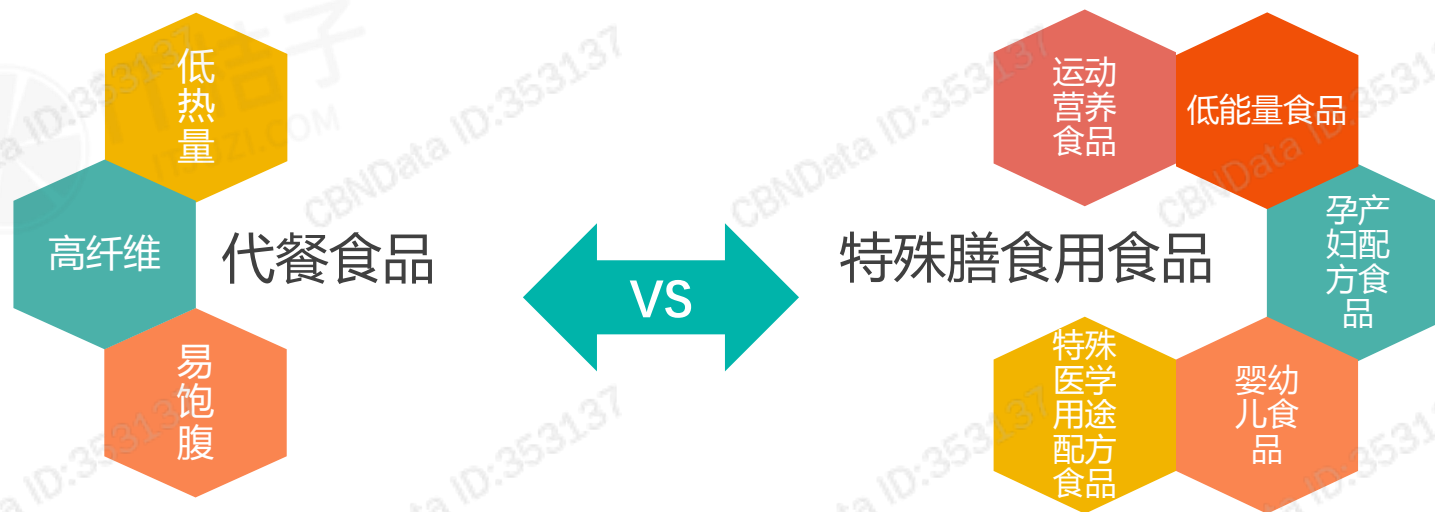
本章我们将介绍代餐食品的定义，代餐食品的分类以及代餐食品的主流消费者。主要回答以下问题：

- 什么是代餐？什么是代餐食品？
- 代餐食品有哪些分类？
- 谁会购买代餐食品？他们为什么购买代餐食品？

什么是代餐——指代餐食品，具有高纤维、低热量、易饱腹特点，通常被用于替代部分或全部正餐

4

- 从狭义上，代餐指治疗肥胖的一种有效、替代正常饮食的策略。当前，大众通常提到的代餐泛指代餐食品，是代餐较为广义的定义。代餐食品通常以五谷杂粮或者高蛋白类食物作为原料，具有高纤维、低热量、易饱腹的特点，往往被消费者用于取代部分或全部正餐以达到减重/减脂、辅助摄入能量、满足营养供应目的。
- 代餐食品与医学健康领域常用的特殊膳食用食品（特殊膳食用食品能够满足某些特殊人群的生理需要，或某些疾病患者的营养需要，按特殊配方而专门加工的食品）相比较，代餐食品仅符合食品安全标准，在营养的添加上并无明确标准，且无“全营养”等标准要求。同时，暂未有相关科学证据证明通过食用代餐食品能确保达到减重、减脂的目的。

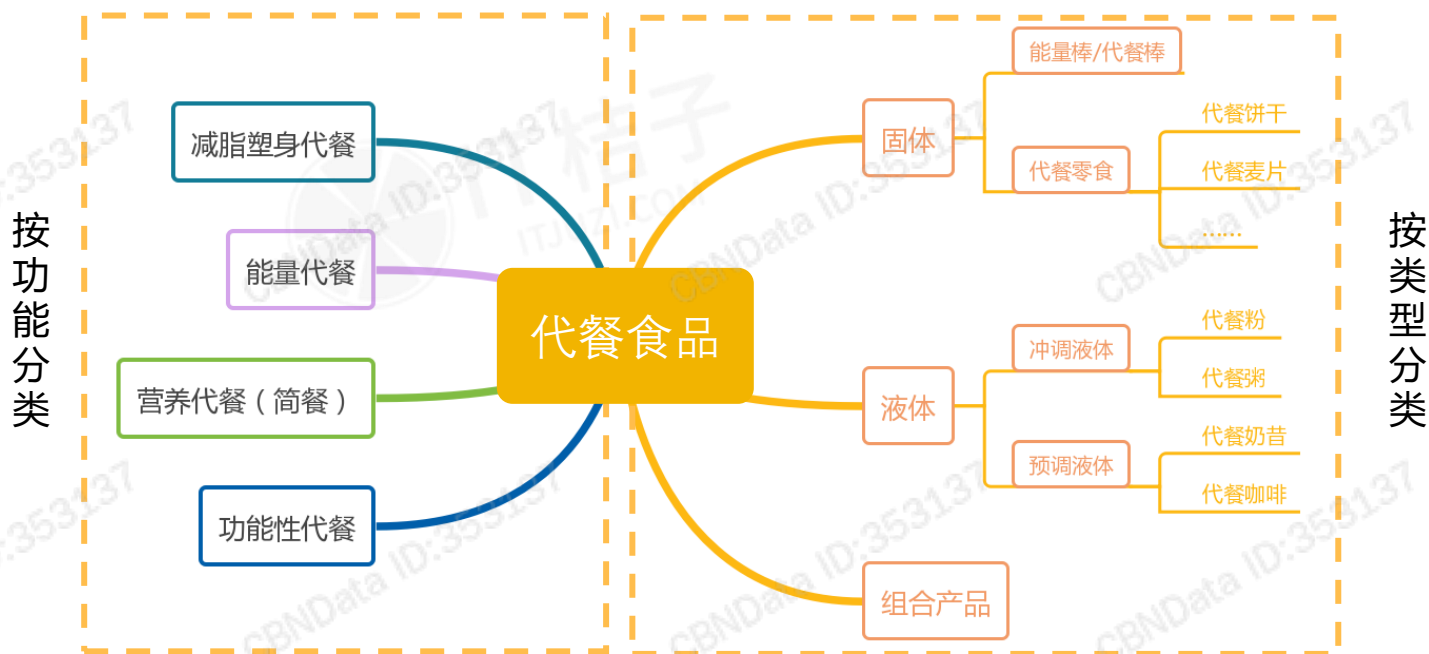


数据来源：网络公开 截止日期：2020年9月24日

代餐食品的分类——根据产品类型分为代餐粉、能量棒、代餐奶昔等四大类；

根据代餐食品功能可分为减脂塑身、能量代餐、营养代餐等

- 根据当前市售代餐食品的形态，我们可将代餐食品区分为：固体代餐食品、液体代餐食品以及组合式代餐食品。其中，固体代餐食品通常包括代餐棒、代餐零食等；液体代餐食品包括冲调产品与预调产品；市场上还有部分品牌推出了代餐解决方案，即代餐组合类产品，该产品往往包含代餐奶昔、代餐棒等多类产品。
- 根据王春玲^[1]博士的阐述，代餐食品可以根据功能分为四类：减脂塑身代餐——旨在保持营养摄入的前提下减少食物的摄入；能量代餐——旨在在运动或应激状态下，短时间辅助摄入足够的能量以帮助身体完成任务；营养代餐(简餐)——旨在取代正常餐饮食物，满足正常一餐的营养供应；功能性代餐——旨在富集功能性成分，部分取代正餐，提供目标健康功效。

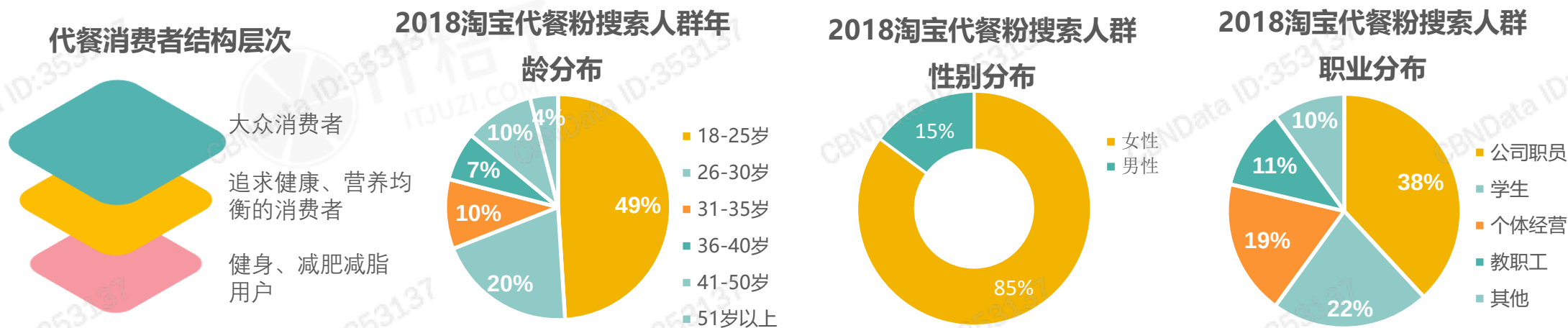


数据来源：网络公开 截止日期：2020年9月24日
 注释[1]：王春玲，北京宜有科技有限公司总经理、原美国国立卫生研究院研究员、原中粮营养健康研究院首席营养学家、美国马里兰大学营养学博士

代餐食品市场消费者分析——65%大众消费者关注健康，是代餐食品的潜在消费者；主要消费者为女性，90后、95后居多

6

- 代餐概念起源于欧美，主要针对排斥高热量、高脂肪，追求人体营养均衡的消费者。2014年左右代餐概念逐渐进入中国，首先被健身、塑身需求的消费者接受，后续随着代餐企业的推广营销，以及追求健康人群数量的增加，代餐食品开始被广泛接受。当前，代餐的消费者不仅包括健身用户、减肥减脂需求用户，也包括追求健康饮食的普通消费者。麦肯锡2017年调查数据显示，中国消费者中有65%的消费者有健康意识，这些消费者均是代餐食品的潜在消费者。
- 相关资料显示，当前代餐食品市场中，减肥、减脂的产品设计更容易获得女性消费者的青睐，淘宝代餐粉搜索人群年龄分布情况显示，女性用户超过85.15%，是代餐食品市场的绝对主力消费者；人群方面，接近50%的消费者是95后，另外也有接近20%的70后有意愿尝试代餐食品；职业方面，运动较少的办公室职员占比最大，超过38%的消费者是公司职员。



数据来源：网络公开；CBNDATA 截止日期：2019年

代餐食品市场消费者消费偏好——麦片粉粉最受欢迎，95后追求纤体健身，80-90后注重健康，85后追求养生

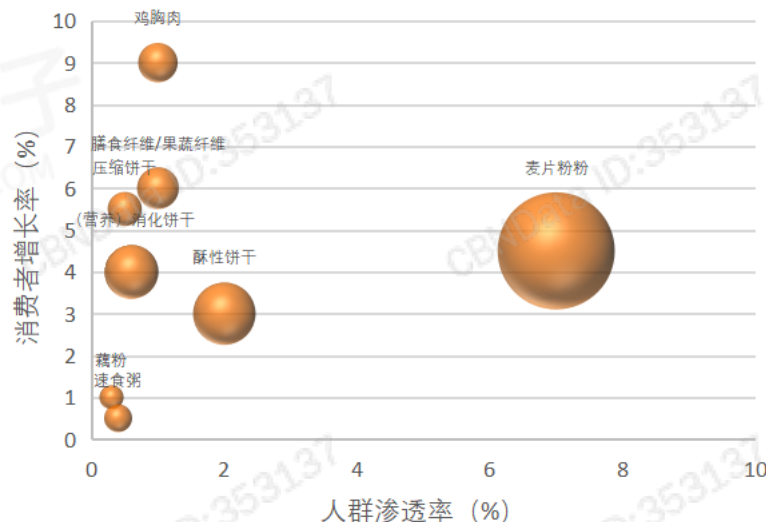
7

- 截止至2019年代餐产品中渗透率最高的是麦片粉粉，超过40%的消费者会选择该类产品；随着代餐食品种类的增加，诸如即食鸡胸肉等产品也受到了用户的关注，成为消费者增长率最快的品类之一。
- 购买动机上，当前大部分的消费者出于代餐食品食用方便快捷提供饱腹感和减肥而购买代餐食品。
- 麦片粉粉类代餐食品消费中，女性购买代餐食品用在纤体健康和健康零食场景中最为突出。男性在消费行为中，更注重抗糖的作用。

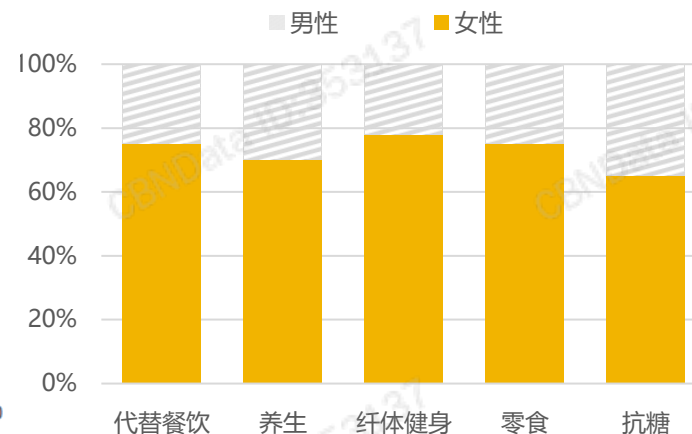
代餐食品购买动机人数比例



2019代餐产品渗透率分布



2019天然麦片粉粉类谷物代餐主要消费场景不同性别消费金额分布



数据来源：CBNDATA 截止日期：2019年

第二章：代餐食品发展背景及历程

本章我们将介绍国内代餐食品市场发展背景和历程。

主要回答以下问题：

- 代餐食品市场发展背景是什么？
- 代餐食品市场的发展经历哪些阶段？

• 代餐食品如何发展？

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_16770

