

2022-2028年中国代餐轻食行业竞争格局分析及市场需求前景报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2022-2028年中国代餐轻食行业竞争格局分析及市场需求前景报告》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/202109/973295.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

智研咨询发布的《2022-2028年中国代餐轻食行业竞争格局分析及市场需求前景报告》共十一章。首先介绍了代餐轻食行业市场发展环境、代餐轻食整体运行态势等，接着分析了代餐轻食行业市场运行的现状，然后介绍了代餐轻食市场竞争格局。随后，报告对代餐轻食做了重点企业经营状况分析，最后分析了代餐轻食行业发展趋势与投资预测。您若想对代餐轻食产业有个系统的了解或者想投资代餐轻食行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

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 轻食发展起源

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 代餐食品起源

1.3.3 代餐食品分类

1.3.4 代餐食品特点

第二章 2017-2021年全球代餐市场发展综述

- 2.1 2017-2021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 2017-2021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 2017-2021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 2017-2021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 2017-2021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
- 1.2 社会环境分析
 - 1.2.1 居民收入水平
 - 1.2.2 社会消费规模

1.2.3 居民消费水平

1.2.4 社会教育水平

1.2.5 人口发展规模

1.2.6 社会观念转变

3.1.1 肥胖状况分析

3.1.2 健康管理分析

3.2 政策环境分析

3.2.1 食品安全监管

3.2.2 国民健康规划

3.2.3 代餐市场监管

3.2.4 代餐团体标准

3.2.5 轻食市场指南

第四章 2017-2021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 2017-2021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 2017-2021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 2017-2021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 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 2017-2021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

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 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 目标用户定位

9.1.3 商业模式分析

9.1.4 销售渠道分析

9.1.5 公司发展历程

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
- 9.6 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 2017-2021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 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 2022-2028年中国代餐轻食市场前景及预测

- 11.1 2022-2028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 2022-2028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 代餐轻食市场前景分析
 - 11.3.1 轻食市场前景
 - 11.3.2 轻食消费市场前景
- 11.4 2022-2028年中国代餐轻食市场预测分析
 - 11.4.1 2022-2028年中国代餐轻食市场影响因素分析
 - 11.4.2 2022-2028年中国代餐轻食市场规模预测
 - 11.4.3 2022-2028年中国轻食沙拉市场规模预测 (ZY ZS)