

代餐

健康

消费

2020 代餐轻食 消费洞察报告

CBNDATA × 天猫美食
第一财经商业数据中心 Tmall Tasty

© 2020 CBNDATA. All rights reserved.

TABLE OF CONTENTS

目录

第一部分：
线上代餐轻食
消费概览

..... 03

第二部分：
线上代餐轻食
消费趋势

..... 12

第三部分：
代餐轻食产品
品质联盟

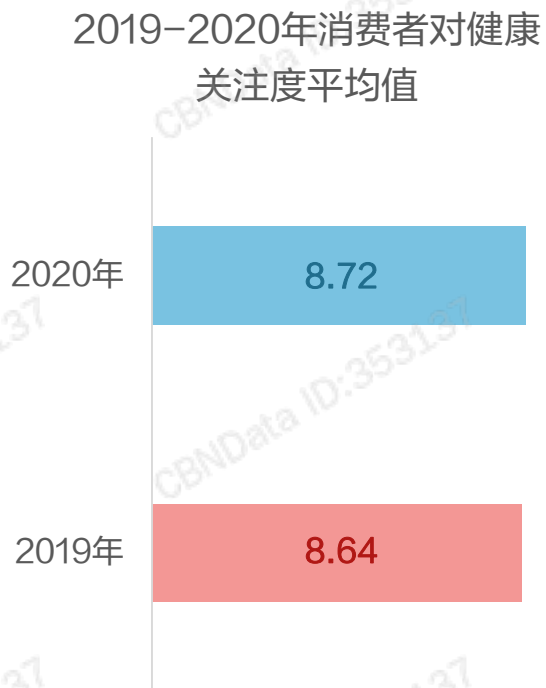
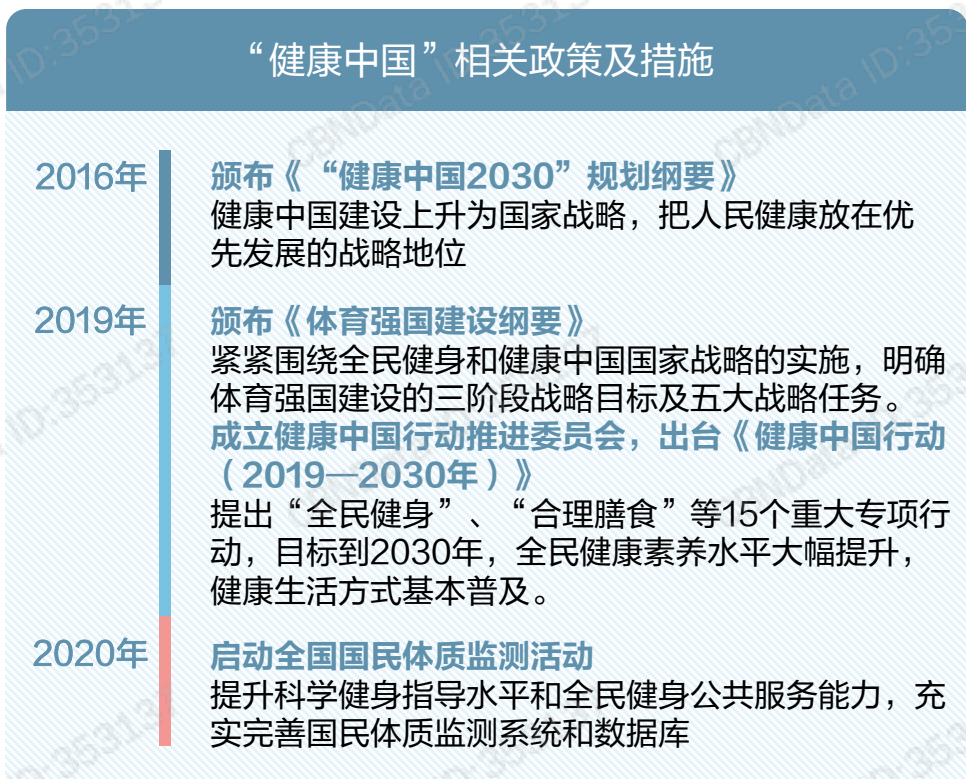
..... 25



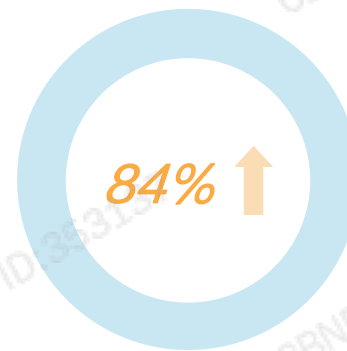
第一部分： 线上代餐轻食消费概览

“健康中国”推动下，消费者自身健康意识不断提高

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，2020年，84%的消费者“明显比以前更关注健康”。



2020年消费者健康关注程度的变化



“我明显比以前更关注健康了”



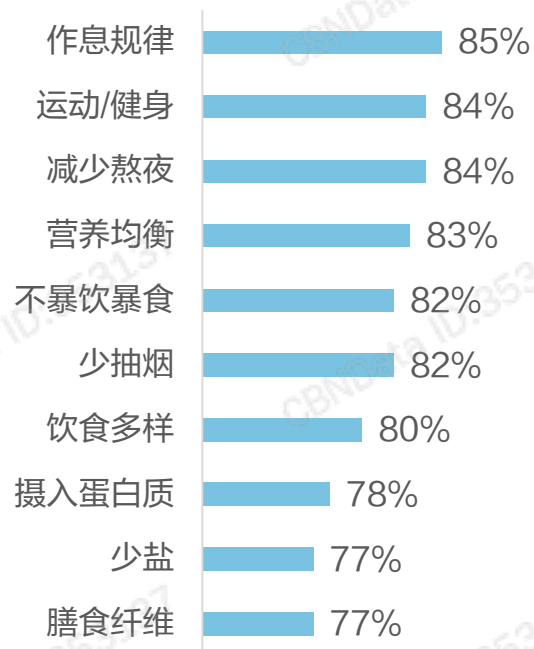
数据来源：公开资料整理

数据来源：益普索《2020中国成人健康管理白皮书》，Q:请问您平时对健康的关注程度为？请问0-10分打分，0分表示一点也不关注，10分表示非常关注。Q:相比较过去两年，您对于您自身的健康的关注程度发生了怎样的变化？

营养均衡的健康饮食需求旺盛，代餐受到关注

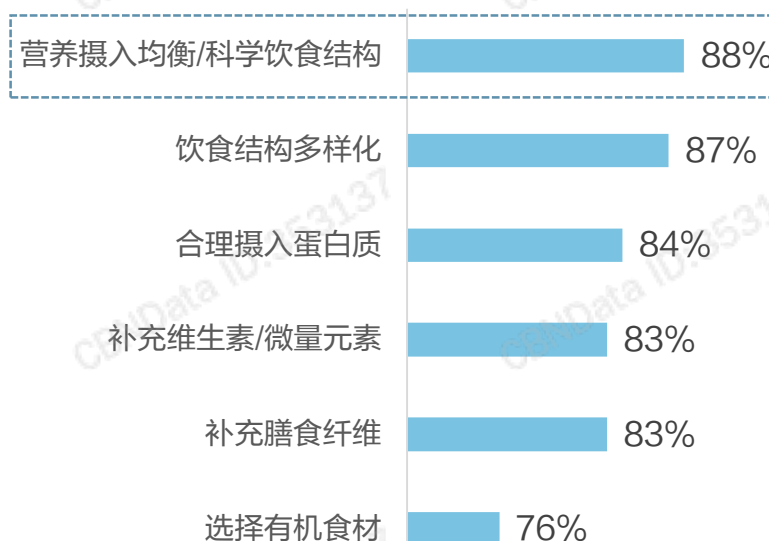
除了作息健康和运动健身，消费者认为健康饮食同样是促进健康的重要环节，尤其注重营养摄入均衡和科学饮食结构。而满足“均衡营养需求”的代餐，关注度比肩“健康饮食”。

消费者认为有益健康的习惯



数据来源：益普索《2020健康快餐研究报告》，A：一些人认为下面的生活习惯或饮食习惯有益健康，请问您的同意程度如何？N=1835

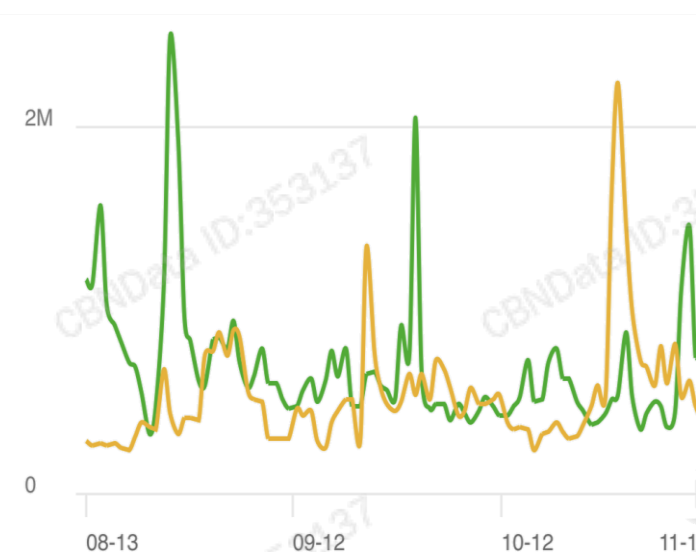
相比以往，人们哪些行为有所增强？



数据来源：益普索《2020健康快餐研究报告》，A：以下这些描述，是否符合您目前自身的情况？N=1835

202008-202011 微信指数
“健康饮食” VS “代餐”

■ 健康饮食 ■ 代餐



数据来源：微信指数

代餐食品的科学标准正在逐步完善

2019年11月，中国营养学会发布团体标准代餐食品《T/CNSS002-2019》，定义了“代餐食品”和“部分代餐食品”，并确认了对应的技术指标。

代餐 |

dai can

代餐

noun.

根据中国营养学会制定的团体标准《T/CNSS002-2019代餐食品》：

代餐食品：为了满足成年人控制体重期间一餐或两餐的营养需要，代替一餐或两餐，专门加工配制而成的一种控制能量食品。

部分代餐食品：为了满足成年人控制体重期间一餐或两餐部分营养需要，代替一餐或两餐中部分膳食，专门加工配制而成的一种控制能量食品。

技术指标	代餐食品 (每餐提供量)	部分代餐食品 (每餐提供量)
能量	200-400kcal	80-200kcal
蛋白质	提供能量占比25-50%	提供能量占比25-50%，且不低于8g
脂肪	提供能量占比不超过30%	提供能量占比不超过30%
必须成分	膳食纤维、维生素A/B1/B2/C、烟酸、叶酸、钙、镁、铁、锌	膳食纤维、维生素B1/B2、钙、铁、锌
可选择性成分	维生素D/E/B6/B12、钾、磷、钠	维生素A/D/E/B6/B12/C、叶酸、烟酸、镁、钾、磷、钠
其他成分	如添加，应符合相应标准和/或有关规定	

专家解读代餐——科学营养配比方案

- 营养配比科学：蛋白质+膳食纤维+脂肪**
 中国营养学会要求，每份代餐中的蛋白质提供的能量要占总能量的25%~50%，脂肪供能不能超过总能量的30%，而膳食纤维含量要在5-12克之间。
- 热量差**
 中国营养学会建议，完全用来替代一餐的代餐食品能量要在200-400千卡之间，300千卡左右的代餐更为科学。
- 饱腹感**
 一般来说，科学的代餐食品饱腹感可以达到4-5个小时。

数据来源：中国营养学会团体标准代餐食品《T/CNSS002-2019》

数据来源：整理自中国营养学会团体标准代餐食品《T/CNSS002-2019》，必须成分和选择性成分的含量范围省略

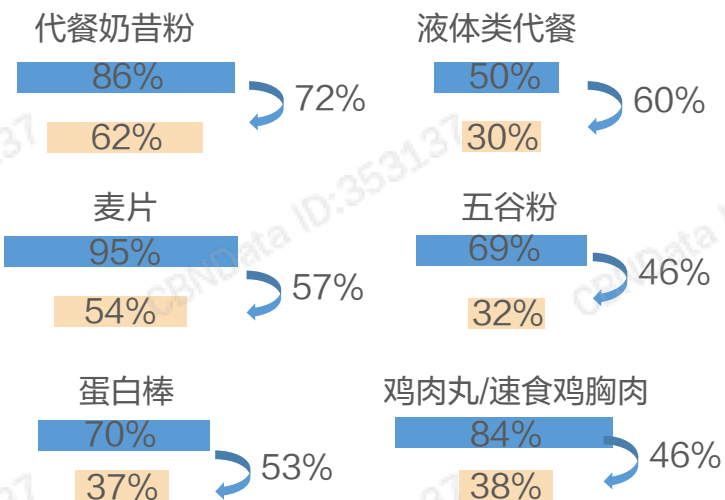
数据来源：丁香医生《代餐行业定义及专家解读》

消费者认知的代餐类产品较为广泛

在消费者的认知中，代餐类产品不仅包含功能性较强的代餐奶昔粉等品类，也包含麦片、五谷粉等较为传统但也可用于取代正餐或部分取代正餐的品类。

代餐产品品类认知情况

■ 食品知晓度 ■ 代餐知晓度



数据来源：丁香医生《代餐行业营销洞察》，Q:请问您听说过以下哪些类别的食品？您认为以下哪些食品算代餐产品？提到代餐你联想到什么词？N=3728，2020年7月通过丁香医生调研获得

代餐类产品：
用户选择用来取代部分或全部正餐的代餐产品



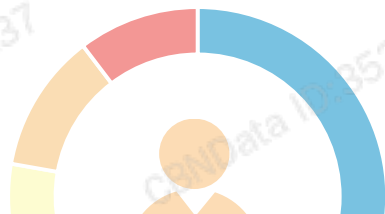
数据来源：丁香医生《代餐行业营销洞察》，本报告均采用该代餐类产品的定义及品类划分，即本报告所述“代餐”均为消费者认知的代餐产品。

代餐消费日常化，覆盖更多健康饮食场景

线上代餐消费者中，新客及购买频次增加的老客占比超过75%，另外，代餐复购周期较短，30天内复购的人数占比最高，代餐消费正在日常化。代餐类产品不仅可用于运动塑性场景，也可用于工作加班及日常保健等健康饮食场景。

MAT2020线上代餐不同类型消费者分布

- 新客
- 老客-购买频次增加
- 老客-购买频次不变
- 老客-购买频次降低



MAT2020线上代餐不同复购周期消费者分布



代餐饮食场景



健身人群，锻炼前后用于营养补充，以提高锻炼效果和促进身体恢复



减重人群，精准的控制能量摄入，更好的满足各种营养素需求

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_16778

