体重管理的饮食习惯 - 中国 - 2020年12月

报告价格: £3302.97 | $4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

“体重管理将不断演进，不再简单关乎于外形的改善。对体重健康的主流消费者而言，体重管理将成为一场与情绪关联紧密的长途之旅。大多数消费者会利用体重管理来保持精力充沛和心情愉悦——这在整体健康中不可或缺。消费者会依赖于科学又容易上手的健身和营养方案，以不断优化体重管理进程。这意味着体重管理食品和饮料凭借在产品配方和消费场合（如时间与地点）上的创新可涉足的范围颇广。”

– 顾菁，品类总监

在这篇报告中我们探讨了以下议题:

- 中国体重管理零售市场的趋势概览
- 消费者的体重管理习惯、动因，及其对体重管理产品和服务的使用情况
- 不同代餐产品的人气及其潜在使用场合
- 新冠疫情对消费者体重管理意识与习惯的影响

绝大多数居住在城市的中国消费者都具有一定的体重管理意识。此外，近年来，尤其是新冠疫情发生之后，消费者也愈发意识到健康饮食和锻炼的重要性。这两方面因素共同促进了各式各样体重管理饮食市场细分（以代餐粉/奶昔为首）的零售市场销售。

随着消费者的营养认知越来越丰富，他们管理体重的方式与选择的产品也在不断演进。比如，消费者正在远离严格限制型的体重控制产品和方式，更多关注使用友好且科学的产品和生活方式。主打体重管理的品牌可减少单一功能的产品，推出更多以生活方式为核心的综合解决方案，从而与时俱进，与消费者保持长远而紧密的联系。

购买
这篇报告

地址:
store.mintel.com

电话:
欧洲，中东，非洲
+44 (0) 20 7606 4533

巴西
0800 095 9094

美洲
+1 (312) 943 5250

中国
+86 (21) 6032 7300

亚洲
+61 (0) 2 8284 8100

邮件:
reports@mintel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

reports.mintel.com © 2021 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

体重管理的饮食习惯 - 中国 - 2020年12月

报告价格: £3302.97 | $4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

目录

概述

您所需要了解的

本报告涵盖的关键议题

报告研究范围

综述

市场

新冠疫情对体重管理饮食市场有积极影响

数据1: 新冠疫情对体重管理饮食习惯的短期、中期和长期影响，2020年12月

未来5年零售额将不断增长

数据2: 体重管理产品市场*的零售销售额预测（十亿元人民币），中国，2020-2025年

公司与品牌

市场分散化与竞争日益加剧

数据3: 零售市场份额（按销售额区分），中国，2018-2019年

针对体重管理需求的食品和饮料产品增多

消费者

体重管理意识高，并会继续增强

数据4: 体重管理目标，2020年9月

关键动因——外形好看与感觉良好

数据5: 体重管理的动因，2020年9月

以体重管理为目的，持续优化日常饮食

数据6: 采用的体重/体形管理方法，2020年9月vs2016年6月

主要阻碍因素——零食和油腻的三餐

数据7: 体重管理的饮食习惯及影响，2020年9月

科学的方式吸引成熟消费者

数据8: 感兴趣的产品与服务："非常有兴趣"的百分比，2020年9月

运动营养产品从小众步入大众

数据9: 对体重管理食品的兴趣，2020年9月

我们的观点

议题与洞察

运动营养从体育运动"出圈"

现状

启示

数据10: 运动营养品牌将其产品推广为日常三餐与甜点中营养成分的示例，全球，2020年

数据11: 主打提升锻炼效果的健康零食/三餐替代品，中国和全球，2020年

情绪健康的关联度提升

现状

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲，中东，非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

体重管理的饮食习惯 - 中国 - 2020年12月

报告价格: £3302.97 | $4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

启示

数据12: 附有趣味元素的体重管理食品和饮料示例，中国，2020年

健康地变老——体重管理是助力要素

现状

启示

数据13: 融合具体年龄段和性别群体感兴趣的健康功效的体重管理产品示例，中国，2020年

数据14: 融合多重健康功效的体重管理产品示例，中国，2020年

市场——关键要点

体重管理饮食从小众走向大众

增速最快的细分——代餐粉/奶昔与非处方药奥利司他

新冠疫情拉动了对体重管理饮食的需求——作为一种健康生活方式

市场规模与预测

瓶装代餐粉/奶昔带火市场

数据15: 体重管理产品市场*的零售销售额（十亿元人民币），中国，2014-2019年

体重管理产品吸引健康的成年人

新冠疫情后的市场未来展望

新冠疫情的影响

数据16: 新冠疫情对体重管理饮食习惯的短期、中期和长期影响，2020年12月

英敏特的预测

数据17: 体重管理产品市场*的零售销售额预测（十亿元人民币），中国，2020-2025年

市场细分

代餐粉/奶昔与非处方药奥利司他赢得份额

数据18: 零售销售额份额（按市场细分区分），2014-2019年

非处方药奥利司他

数据19: 非处方药奥利司他的零售销售额预测（十亿元人民币），中国，2020-2025年

代餐粉/奶昔

数据20: 代餐粉/奶昔*的零售销售额预测（十亿元人民币），中国，2020-2025年

"保健食品"认证的减肥产品

减肥茶

数据21: 减肥茶*的零售销售额预测（十亿元人民币），中国，2020-2025年

其他减肥保健品

数据22: 其他减肥保健品*的零售销售额预测（十亿元人民币），中国，2020-2025年

市场因素

超重人口增长

健康中国计划驱动行业演进

食品科学知识渐长

新冠疫情后，健康食品方面的开支增多

电商的持续发展和演进

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲，中东，非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

体重管理的饮食习惯 - 中国 - 2020年12月

报告价格: £3302.97 | $4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

重点企业——关键要点

市场分散化

领先企业积极拓宽产品门类，并专注于电商

竞争加剧

迎合体重管理需求的食品和饮料产品增多

植物成分会进一步走红

市场份额

市场分散化

数据23: 零售销售额市场份额，中国，2018-2019年

大玩家参与竞争

数据24: 其他垂直领域的公司推出的体重管理新品示例，中国，2019-2020年

竞争策略

碧生源：通过内容营销和电商年轻化品牌形象

数据25: 碧生源的营销与产品创新，中国，2019-2020年

保健食品品牌进军日常食品和饮料品类

数据26: 绿瘦在健康食品和普通食品饮料方面的体重管理产品创新示例，中国，2019-2020年

主要代餐品牌：拓展口味谱

数据27: 代餐粉/奶昔新品的前几大口味成分（渗透率），中国，2015年9月-2020年8月

数据28: 新潮口味的代餐产品示例，中国，2019-2020年

小厂商探索多种差异化方式

若饭：致力于产品形态创新和满足特殊营养需求

数据29: 若饭即饮代餐饮品示例，中国，2020年

超级零：减肥即食餐包

数据30: 超级零即食餐包示例，中国，2020年

野兽生活：推介生酮饮食概念

数据31: 野兽生活的明星产品示例，中国，2019-2020年

数据32: 宣称能带来减重以外其他益处的主打生酮饮食概念食品和饮料示例，全球，2019-2020年

汤臣倍健：面向年轻女性健身消费者

数据33: 汤臣倍健面向年轻女性健身消费者的新品示例，中国，2019-2020年

趋势与创新

产品创新趋势概览

有体重管理功效的食品和饮料新品增多.....

数据34: 有体重控制相关宣称**的食品*和饮料新品的占比，中国，2015-2020年

.....尤其是饮料品类

数据35: 有体重控制相关宣称**的食品*和饮料新品的占比（按头部品类计算），中国，2015-2020年

纵享品类（如慰藉食品）具有创新空间

数据36: 有体重控制相关宣称**的食品*和饮料新品的占比（按部分纵享品类计算），中国与全球，2019-2020年

数据37: 主打体重控制功效的纵享食品示例，中国，2019-2020年

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲，中东，非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

体重管理的饮食习惯 - 中国 - 2020年12月

报告价格: £3302.97 | $4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

植物成分涌现

数据38: 有体重控制相关宣称**的食品*和饮料新品中的前几大成分宣称，中国，2015-2020年

数据39: 主打功能性植物成分的体重管理产品示例，全球，2019-2020年

创新亮点

魔芋满足体重管理需求

数据40: 主打有体重管理功效的魔芋的新品示例，中国，2019-2020年

通过"精准"宣称助力科学饮食

数据41: 产品名称或包装上强调"精准控制"的新品示例，中国，2019-2020年

消费者——关键要点

不断优化日常饮食

体重管理意识强，并会继续增强

关键动因——外形好看与感觉良好

主要阻碍因素——零食和油腻的三餐

代餐奶昔和蛋白棒从小众步入大众

采取的体重管理措施

下更大功夫优化日常饮食

数据42: 采用的体重/体形管理方法，2020年9月vs2016年6月

高收入者率先拥抱代餐和有益身体健康的食品与饮料

数据43: 部分采用的体重/体形管理方法（按家庭月收入区分），2020年9月

体重管理目标

大多数人有体重管理目标

数据44: 体重管理目标，2020年9月

教育程度较高的一线城市女性展现出较强的体重管理意识

数据45: 体重管理目标：未来12月内我没有任何计划（按人口统计特征区分），2020年9月

体重管理的动因

为身体减重；为心灵维持体重

数据46: 体重管理的动因，2020年9月

数据47: 部分体重管理的动因（按体重管理目标区分），2020年9月

数据48: 体重管理的动因：改善局部肌肉线条（按教育程度区分），2020年9月

年轻人为了提升外形，较年长者为了健康

数据49: 部分体重管理的动因（按年龄区分），2020年9月

饮食习惯方面的体重管理阻碍因素

主要阻碍因素——零食和油腻的三餐

数据50: 体重管理的饮食习惯及影响，2020年9月

增重和减重消费者最需要外部协助

数据51: 体重管理的阻碍因素*（按体重管理目标区分），2020年9月

感兴趣的产品与服务

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲，中东，非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

体重管理的饮食习惯 - 中国 - 2020年12月

报告价格: £3302.97 | $4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

尝试不同新兴产品和服务的兴趣浓厚

数据52: 感兴趣的产品与服务："非常有兴趣"的百分比，2020年9月

减重消费者是最乐于尝鲜者

数据53: 感兴趣的产品与服务："非常有兴趣"的百分比（按体重管理目标区分），2020年9月

对体重管理食物的兴趣

代餐奶昔可进一步拓展饮食场合，蛋白棒逐步适于日常使用

数据54: 对体重管理食品的兴趣（对应分析*），2020年9月

使用场合越广泛，吸引力越高

数据55: 相关联使用场合的兴趣值*与数量（按食品类型区分），2020年9月

代餐奶昔和蛋白棒吸引高收入者

数据56: 对体重管理食物的兴趣值*（按家庭月收入区分），2020年9月

代餐奶昔和谷物棒用于减重，蛋白粉/棒用于增重

数据57: 对体重管理食物的兴趣值*（按体重管理目标区分），2020年9月

认识英敏特城市精英人群

在纵享和体重控制之间寻求平衡

数据58: 体重管理的饮食习惯及影响（按消费者分类区分），2020年9月

数据59: 采用的体重/体形管理方法（按消费者分类区分），2020年9月

代餐奶昔、蛋白保健品和谷物棒受青睐

数据60: 兴趣值*（按消费者分类区分），2020年9月

营养知识和定制化锻炼计划受欢迎

数据61: 感兴趣的产品与服务："非常有兴趣"的百分比（按消费者分类区分），2020年9月

更关注外表

数据62: 部分体重管理的动因（按消费者分类区分），2020年9月

附录——市场规模及预测

数据63: 体重管理产品市场*的零售销售额与预测（十亿元人民币），中国，2014-2025年

附录——研究方法与缩写

消费者研究方法

缩写

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲，中东，非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com