

# 中国代餐食品行业发展趋势研究与投资前景分析 报告（2023-2030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《中国代餐食品行业发展趋势研究与投资前景分析报告（2023-2030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/202307/641914.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、代餐食品行业概述

根据中国营养学会关于发布《代餐食品》团体标准中的定义，代餐食品是指为了满足成年人控制体重期间一餐或两餐的全部或者部分营养需要，代替一餐或两餐，专门加工配制而成的一种控制能量的食物。

代餐除了能够快速、便捷的为人体提供大量的各种营养物质外，具有高纤维、低热量、易饱腹等特点。如利用魔芋为原料生产的鲜花派、五谷杂粮辗磨的杂粮粉。代餐食品根据功能与形态有众多品类，常见的代餐形式有代餐粉、代餐棒、代餐奶昔以及代餐粥等。综合目前国内代餐食品生产趋势来看，差异化代餐食品整体呈现出一些共同趋势，如小包装、低糖、全球性、网红等趋势。

### 二、代餐食品两大细分市场：日常代餐和功能代餐

代餐食品行业主要可分为日常代餐和功能代餐两大细分市场，日常代餐是指以替代正餐、便捷饱腹为主要目的(如谷物、麦片、饼干零食等)，功能代餐则是指以减肥、塑身等为主要目的(如代餐奶昔、断糖食品等)。

#### 1、功能性代餐的市场份额不断提升，断糖代餐或将成为利润增长点

随着熬夜经济的崛起和996超时加班文化的泛滥，年轻人外貌、健康焦虑变得越来越普遍。

《中国青年网民社会心态调查报告（2009-2021）》调研显示，学习、工作、外貌、健康是当代年轻人焦虑感的四大来源，其中有8.6%和8.4%的年轻人表达了对自身外貌和健康状况的焦虑感，尤其在刚步入工作岗位不久的26-30岁人群身上体现得极为明显，他们对自己健康状态的打分仅为5.97分，甚至比50岁以上人群还低很多。

资料来源：观研天下整理

有需求就会有市场，消费者对体重管理、颜值管理、健康管理等方面的诉求是功能代餐市场崛起的底层逻辑，同时也决定了其广阔的发展前景。近年来，像代餐粉、代餐饼干、代餐奶昔等一系列打着“热量低、饱腹感强”的以体重管理为主要目的的功能性代餐的市场份额不断提升，成为整体代餐市场增长的主要驱动力。功能性代餐市场的玩家也在迅速涌入，近两年增幅超过一倍。

值得一提的是，随着消费者对美的不断追求，断糖(碳水)的风潮逐渐走入大众视野，未来以断糖饮食为机理的断糖代餐或将成为年轻化功能代餐的利润增长点，当前各大公司已经相继推出各类无糖产品。

各大公司无糖代餐食品业务布局 公司 布局 Swisse 推出无糖纤体奶昔、无糖蛋白粉等。汤臣倍健 推出无糖蛋白粉等。良品铺子 2020年8月，推出了健身轻零食子品牌“良品飞扬”，主打泛健身人群，产品分为轻卡、形控、曲致三大系列，推出包括“三重抗糖”蛋白代餐奶昔、轻果谷物棒、低脂鸡胸肉等20多款产品。

童涵春堂

推出无糖九曲荷叶刮油水、女神胶原玫瑰露等中药与奶茶结合的功能饮品。

超级零MISSZERO 推出科研级断糖减脂零食新品，包括断糖能量纤维饼、断糖能量奶茶、断糖能量棒、断糖盐巧酥、断糖曲奇酥、断糖巧克力家族、魔芋司康等。唐人福

推出无糖代餐饼干等。李子柒 推出无糖黑芝麻核桃粉营养代餐等。杂粮先生

推出无糖燕麦片、无糖怀山药薏仁芡实粥等。燕之坊 推出无糖芝麻桑葚奇亚籽黑豆粉等。

资料来源：观研天下数据中心整理

观研天下分析师观点：当前功能代餐市场竞争激烈，但仍未出现龙头企业，因此对于每一个品牌来说都存有抢占消费者心智的可能。对于这类品牌而言，并不必要仅专注于减肥瘦身，实际上代餐还具有很多可以打动消费者的功效点值得市场发掘。

## 2、日常饱腹代餐渗透率更高，麦片需求更为大众化

相较于功能代餐，日常饱腹代餐(如麦片、谷物等)当前渗透率更高，需求更为大众化。其中麦片品类由于具有方便耐饿、饱腹感强等特点和降糖、降脂、减肥的功效，可以满足代餐消费者对于“减肥”等需求，在当前的日常饱腹代餐中的渗透率更高，需求更为大众化。数据显示，2023年购买代餐产品的消费者中超过7成用户偏好麦片。另外，以低脂低糖、营养健康为特点的冲饮麦片也成为代餐消费新风潮。数据显示，34.6%消费者偏好有减脂功能的麦片，25%消费者则偏好美容功能的代餐麦片。出于防脱发、睡眠和增肌需求而食用麦片的消费者分别占比13.5%、11.5%和7.7%。

资料来源：观研天下整理

资料来源：观研天下整理

从代餐麦片消费市场来看，存在众多知名品牌的竞争，如美国老牌百事桂格、日本卡乐比，甚至还有做全品类的雀巢，这些品牌占据了大部分市场份额。同时，随着消费者对健康食品的需求增加，一些新型麦片品牌也开始崭露头角，如无糖、低脂等麦片产品。在消费群体方面，35岁以下的年轻女性当仁不让地成为了代餐市场的绝对主力，而且消费潜力在95后年轻群体中将持续释放。就地区贡献而言，一二线城市是消费主力军，市场规模也在进一步扩大；与此同时，随着下沉市场的份额不断增长，与高线城市的差距正在逐渐缩小。

值得关注的是，随着代餐食品种类的增加，诸如即食鸡胸肉、魔芋粉、代餐奶昔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。

## 三、我国代餐渗透率不足30%，市场空间巨大引各路资本群雄逐鹿

代餐食品在我国的渗透率仅有29.7%，与欧美市场的代餐超过90%的渗透率相比，仍是一片未开发完全的蓝海。在此背景下，众多企业纷纷涌入该市场。前有传统食品企业：中粮推出了具有减肥代餐功效的饼干，旺旺推出了健康零食品牌Fix Body，五谷磨房推出麦片品牌“吃个彩虹”等，后有汤臣倍健、康宝莱等健康食品品牌全力加码，也推出了代餐粉、代餐奶

昔等产品。此外除ffit8、smeal、王饱饱、WonderLab、鲨鱼菲特、超级零、野兽生活外，Keep、咕咚、薄荷健康等减肥App们也争相入局，代餐市场的火热程度可见一斑。CBNData数据显示，2019年中国代餐品牌数量达到了2837个，到了2020年已经增加至3540个。庞大的市场空间也引发了投资机构的狂欢。据不完全统计，自2020年以来，代餐赛道的投融资事件超过20起，融资总额超过10亿元。投资机构名单中包含IDG资本、高瓴创投、经纬中国、源码资本、复星集团等几十家投资机构，涉及品牌包括王饱饱、若饭、薄荷健康、鲨鱼菲特等。数据显示，2017-2022年，我国代餐食品市场的规模呈持续增长态势，年复合增长率为86.7%。其中，2022年我国代餐食品市场规模达1321.8亿元，同比增长超过43%，预计在2023年将达到1750亿元。

资料来源：观研天下整理

#### 四、OEM模式盛行，代餐产品出现严重的同质化

代餐食品市场具有高毛利、产品壁垒较低的特点。目前多数的代餐食品品牌采用的是代工生产模式，即根据菜单式研发流程，由品牌挑选饮食法、口味和配料等内容与生产标准后，匹配到代工厂的配方库进行生产加工，出厂时冠以代餐品牌名称销售。

这主要是基于最大限度降低成本的考虑，OEM模式下有利于品牌将资源集中在产品研发与营销等阶段中，便于企业实现利益最大化。同时，也可以满足代餐产品品牌商没有生产经验却有生产需求的情况，并且扩大生产利润的生产模式，并减少链路风险。这种模式由代餐OEM贴牌代加工厂家为品牌商提供保质保量的产品，并凭借优质的产品让更多的品牌商获得消费者的认可，从而打开销售市场。Wonderlab、超级零、野兽生活、muscletech等品牌的产品中不少都来自于代工厂。

不过，代工模式确实会造成市场同质化竞争的问题。新兴的代餐创业品牌在产品类型、包装设计、销售渠道等环节均有同质化严重的问题。品类上大多以统一的粉剂、鸡肉丸、威化蛋白棒等为产品；口感上奶昔是清一色的奶茶味，蛋白棒是各家品牌傻傻分不清楚的巧克力味；在创意上是相似度极高的条装、小胖瓶；在品质上，由于多个品牌均使用同一厂家生产，例如Wonderlab的代餐奶昔和良品铺子的“良品飞扬”蛋白代餐奶昔来自同一家代工厂杭州衡美食品，很难说谁的品质比谁高，功效也基本一致，均以补充能量、提供饱腹感为主要功效，创新型较少。

观研天下分析师观点：针对代餐食品行业同质化的问题，企业要找到合理宣传与突出优势之间的平衡点，带来更多高品质的代餐产品。此外，还可以从国外代餐品牌的发展中寻求经验，完善的产品和服务以及细化的产品和功能将会带来更好的消费体验，这也将成为品牌的重要优势之一。

#### 五、行业标准空白乱象丛生，亟待规范引导发展

随着代餐行业进入发展的下半场，也出现了一些问题，代餐食品营养不均衡、添加违禁成分

、虚假夸大宣传等乱象屡屡发生。尽管2020年1月1日起，由中国营养学会出台的代餐食品团体标准(T/CNSS002-2019)实施，其中明确列出代餐食品所需营养元素，并进行了定量规范。但专家表示，该标准并不具有强制性，这也在一定程度上导致国内代餐市场野蛮生长，质量良莠不齐。此前深圳市消委会曾选择了十款中外知名代餐产品，对这些产品进行安全、营养、功效检测之后发现，10款代餐粉中有4款标注的营养指标与实际检测值不符，在与《代餐食品》团体标准对比时发现大部分产品存在不同程度的能量或营养素偏低的情况。此外，目前很多代餐品牌网红属性较强，这就造成了代餐产品的流通渠道多样，电商、微商、直播间、社交媒体等等皆是代餐品牌的销售渠道，数据显示，2023年消费者购买代餐的途径包括商超（64.5%）、专卖店（59.7%）、电商（59.7%）、便利店（42.9%）和朋友圈（41.5%）。而市场监管缺少具体措施，管理难度大。不少企业浑水摸鱼，产品营养含量不足，甚至在产品中添加违禁减肥药等成分。乱象之下，行业信任度亦在下降。尽快出台相关的法律法规及权威性行业标准，是国内代餐行业当前最需要解决的问题之一。只有规范化，才能让整个行业进入专业化、品牌化阶段。

资料来源：观研天下整理

观研天下分析师观点：目前国内群众对代餐品类的认知还不是非常成熟，因为从饮食习惯来看，完全摒弃传统的中华美食是非常难的，代餐更多的是充当减肥零食，这对于新进入的品牌意味着，其切入点除了健康也要注重对口味的追求。（LZC）

注：上述信息仅供参考，具体内容请以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国代餐食品行业发展趋势研究与投资前景分析报告（2023-2030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，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年中国代餐食品行业发展概述

### 第一节 代餐食品行业发展情况概述

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

### 第二节 中国代餐食品行业生命周期分析

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

### 第三节 代餐食品行业经济指标分析

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

## 第二章 2019-2023年全球代餐食品行业市场发展现状分析

### 第一节 全球代餐食品行业发展历程回顾

### 第二节 全球代餐食品行业市场规模与区域分布情况

### 第三节 亚洲代餐食品行业地区市场分析

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

### 第四节 北美代餐食品行业地区市场分析

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

### 第五节 欧洲代餐食品行业地区市场分析

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

### 第六节 2023-2030年世界代餐食品行业分布走势预测

### 第七节 2023-2030年全球代餐食品行业市场规模预测

### 第三章 中国代餐食品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食品行业的影响分析

#### 第三节中国代餐食品行业政策环境分析

##### 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食品行业的影响分析

#### 第五节中国代餐食品行业产业社会环境分析

### 第四章 中国代餐食品行业运行情况

#### 第一节中国代餐食品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

#### 第二节中国代餐食品行业市场规模分析

##### 一、影响中国代餐食品行业市场规模的因素

##### 二、中国代餐食品行业市场规模

##### 三、中国代餐食品行业市场规模解析

#### 第三节中国代餐食品行业供应情况分析

##### 一、中国代餐食品行业供应规模

##### 二、中国代餐食品行业供应特点

#### 第四节中国代餐食品行业需求情况分析

##### 一、中国代餐食品行业需求规模

##### 二、中国代餐食品行业需求特点

#### 第五节中国代餐食品行业供需平衡分析

### 第五章 中国代餐食品行业产业链和细分市场分析

#### 第一节中国代餐食品行业产业链综述

##### 一、产业链模型原理介绍

##### 二、产业链运行机制

##### 三、代餐食品行业产业链图解

#### 第二节中国代餐食品行业产业链环节分析

##### 一、上游产业发展现状



二、上游产业对代餐食品行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对代餐食品行业的影响分析

第三节我国代餐食品行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国代餐食品行业市场竞争分析

第一节中国代餐食品行业竞争现状分析

一、中国代餐食品行业竞争格局分析

二、中国代餐食品行业主要品牌分析

第二节中国代餐食品行业集中度分析

一、中国代餐食品行业市场集中度影响因素分析

二、中国代餐食品行业市场集中度分析

第三节中国代餐食品行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国代餐食品行业模型分析

第一节中国代餐食品行业竞争结构分析（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

第二节中国代餐食品行业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、中国代餐食品行业SWOT分析结论

### 第三节中国代餐食品行业竞争环境分析（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年中国代餐食品行业需求特点与动态分析

### 第一节中国代餐食品行业市场动态情况

#### 第二节中国代餐食品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

#### 第三节代餐食品行业成本结构分析

#### 第四节代餐食品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

#### 第五节中国代餐食品行业价格现状分析

#### 第六节中国代餐食品行业平均价格走势预测

- 一、中国代餐食品行业平均价格趋势分析
- 二、中国代餐食品行业平均价格变动的影响因素

## 第九章 中国代餐食品行业所属行业运行数据监测

### 第一节中国代餐食品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

### 第二节中国代餐食品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

### 第三节中国代餐食品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年中国代餐食品行业区域市场现状分析

### 第一节中国代餐食品行业区域市场规模分析

- 一、影响代餐食品行业区域市场分布的因素
- 二、中国代餐食品行业区域市场分布

### 第二节中国华东地区代餐食品行业市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区代餐食品行业市场分析
  - (1) 华东地区代餐食品行业市场规模
  - (2) 华南地区代餐食品行业市场现状
  - (3) 华东地区代餐食品行业市场规模预测

### 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、华中地区代餐食品行业市场分析
  - (1) 华中地区代餐食品行业市场规模
  - (2) 华中地区代餐食品行业市场现状
  - (3) 华中地区代餐食品行业市场规模预测

### 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、华南地区代餐食品行业市场分析
  - (1) 华南地区代餐食品行业市场规模
  - (2) 华南地区代餐食品行业市场现状
  - (3) 华南地区代餐食品行业市场规模预测

### 第五节华北地区代餐食品行业市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区代餐食品行业市场分析

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

#### 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、东北地区代餐食品行业市场分析
  - (1) 东北地区代餐食品行业市场规模
  - (2) 东北地区代餐食品行业市场现状
  - (3) 东北地区代餐食品行业市场规模预测

#### 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、西南地区代餐食品行业市场分析
  - (1) 西南地区代餐食品行业市场规模
  - (2) 西南地区代餐食品行业市场现状
  - (3) 西南地区代餐食品行业市场规模预测

#### 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、西北地区代餐食品行业市场分析
  - (1) 西北地区代餐食品行业市场规模
  - (2) 西北地区代餐食品行业市场现状
  - (3) 西北地区代餐食品行业市场规模预测

### 第十一章 代餐食品行业企业分析（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 2023-2030年中国代餐食品行业发展前景分析与预测

#### 第一节中国代餐食品行业未来发展前景分析

##### 一、代餐食品行业国内投资环境分析

##### 二、中国代餐食品行业市场机会分析

##### 三、中国代餐食品行业投资增速预测

#### 第二节中国代餐食品行业未来发展趋势预测

#### 第三节中国代餐食品行业规模发展预测

##### 一、中国代餐食品行业市场规模预测

##### 二、中国代餐食品行业市场规模增速预测

##### 三、中国代餐食品行业产值规模预测

##### 四、中国代餐食品行业产值增速预测

##### 五、中国代餐食品行业供需情况预测

#### 第四节中国代餐食品行业盈利走势预测

### 第十三章 2023-2030年中国代餐食品行业进入壁垒与投资风险分析

#### 第一节中国代餐食品行业进入壁垒分析

##### 一、代餐食品行业资金壁垒分析

##### 二、代餐食品行业技术壁垒分析

##### 三、代餐食品行业人才壁垒分析

##### 四、代餐食品行业品牌壁垒分析

##### 五、代餐食品行业其他壁垒分析

#### 第二节代餐食品行业风险分析

##### 一、代餐食品行业宏观环境风险

二、代餐食品行业技术风险

三、代餐食品行业竞争风险

四、代餐食品行业其他风险

第三节中国代餐食品行业存在的问题

第四节中国代餐食品行业解决问题的策略分析

第十四章 2023-2030年中国代餐食品行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国代餐食品行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国代餐食品行业进入策略分析

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 代餐食品行业营销策略分析

一、代餐食品行业产品策略

二、代餐食品行业定价策略

三、代餐食品行业渠道策略

四、代餐食品行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202307/641914.html>