

2021-2027年中国运动营养 品市场评估与未来前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国运动营养品市场评估与未来前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202012/195427.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

健康产业是具有巨大市场潜力的新兴产业，包括医疗产品、保健用品、营养食品、医疗器械、保健器具、休闲健身、健康管理、健康咨询等多个与人类健康紧密相关的生产和服务等领域。从健康产业占GDP的比重来看，目前中国仅占5.3%左右，美国等发达国家已经占到17.8%，中国占比还未达到美国的三分之一。按照这样的发展趋势来看，中国健康产业发展仍具有较大的潜力，受益于大行业的发展趋势，营养保健品行业具有同等发展空间。目前中国保健品行业发展前景（单位：%）

运动营养作为小众利基市场，在保健品三个品类当中，市场规模最小，具有“基数小，成长快”的特点。2018年我国运动营养市场规模达21.05亿元，同比增长42.2%。而线上渠道为主要销售渠道，占比80%+。运动营养的销售渠道经历从健身房逐步转移到电商渠道的过程，健身网红推广成为主要营销手段。整体而言，外资品牌进入市场较早，产品线相对丰富，MuscleTech(西王食品旗下)，

Myprotein(The Hut Group 旗下), Optimum Nutrition, Nutrend, MET-Rx(NBTY 旗下) 以及 GNC 等品牌在消费者中认可度较高。而内资品牌顺应行业发展趋势，也纷纷发力进入市场。

竞争格局上，运动营养细分市场较为集中，生产企业较少，2018年CR3达63.9%。2016年，西王食品收购MuscleTech（肌肉科技）；其市场份额在17年赶超北京康比特公司，成为行业龙头；得益于较为激进的市场营销以及渠道拓展，公司在18年持续抢占市场份额，市占率提升3pct至29%，龙头地位凸显。国产品牌中，康比特通过致力于服务国家运动队和各省市级运动队等固定消费用户，在市场上取得一席之地。汤臣倍健2015年发力运动营养领域，推出子品牌“GymMax 健乐多”，近三年来市场份额稳步提升，跃居行业前三。长期来看，运动营养企业核心竞争优势在于产品和精准营销。1) 产品：市场产品种类繁多，差距较大，很难实现新的技术突破，如果没有好产品作为支撑企业势必会被市场淘汰；2) 精准营销：运动营养作为快消品，抓住线下核心目标群体进行精准营销是关键。如今健身网红具有很强的“带货能力”，转化线下用户成为核心用户并提升复购率是企业抢占市场份额能力的关键。中企顾问网网发布的《2021-2027年中国运动营养品市场评估与未来前景预测报告》共九章。首先介绍了中国运动营养品行业市场发展环境、运动营养品整体运行态势等，接着分析了中国运动营养品行业市场运行的现状，然后介绍了运动营养品市场竞争格局。随后，报告对运动营养品做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国运动营养品行业发展趋势与投资预测。您若想对运动营养品产业有个系统的了解或者想投资中国运动营养品行业，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家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 运动营养食品产品概述

第一节 产品定义

第二节 产品用途

第三节 运动营养食品市场特点分析

一、产品特征

二、价格特征

三、渠道特征

四、购买特征

第四节 行业发展周期特征分析

第二章 运动营养食品行业环境分析

第一节 中国经济发展环境分析

一、中国GDP分析

三、固定资产投资

三、城镇人员从业状况

四、恩格尔系数分析

五、2021-2027年中国宏观经济发展预测

第二节 中国运动营养食品行业政策环境分析

一、产业政策分析

二、相关产业政策影响分析

第三节 中国运动营养食品行业技术环境分析

一、中国运动营养食品技术发展概况

二、中国运动营养食品产品工艺特点或流程

三、中国运动营养食品行业技术发展趋势

第三章 全球运动营养食品市场分析

第一节 运动营养食品产能分析及预测

一、2014-2019年全球运动营养食品产能分析

二、2021-2027年全球运动营养食品产能预测

第二节 运动营养食品产品产量分析及预测

一、2014-2019年全球运动营养食品产量分析

二、2021-2027年全球运动营养食品产量预测

第三节 运动营养食品市场需求分析及预测

一、2014-2019年全球运动营养食品市场需求分析

二、2021-2027年全球运动营养食品市场需求预测

第四章 中国运动营养食品市场分析2019年运动营养类竞争格局

第一节 运动营养食品市场现状分析及预测

一、2014-2019年中国运动营养食品市场规模分析

二、2021-2027年中国运动营养食品市场规模预测

第二节 运动营养食品产品产能分析及预测

一、2014-2019年中国运动营养食品产能分析

二、2021-2027年中国运动营养食品产能预测

第三节 运动营养食品产品产量分析及预测

一、2014-2019年中国运动营养食品产量分析

二、2021-2027年中国运动营养食品产量预测

第四节 运动营养食品市场需求分析及预测

一、2014-2019年中国运动营养食品市场需求分析

二、2021-2027年中国运动营养食品市场需求预测

第五节 运动营养食品所属行业进出口数据分析

一、2014-2019年中国运动营养食品进出口数据分析

二、2021-2027年国内运动营养食品产品未来进出口情况预测

第五章 运动营养食品产业渠道分析

第一节 2019年国内运动营养食品产品的需求地域分布结构

第二节 2014-2019年中国运动营养食品产品重点区域市场消费情况分析

一、华东

二、中南

三、华北

四、西部

第三节 2019年国内运动营养食品产品的经销模式

第四节 渠道格局

第五节 渠道形式

第六节 渠道要素对比

第七节 运动营养食品行业国际化营销模式分析

第八节 2019年国内运动营养食品产品生产及销售投资运作模式分析

一、国内生产企业投资运作模式

二、国内营销企业投资运作模式

三、外销与内销优势分析

第六章 运动营养食品特色厂商发展分析

第一节 康比特

一、公司及产品概况

二、品牌发展历程

三、企业销售收入分析

四、企业盈利能力分析

第二节 赛得

一、公司及产品概况

二、品牌发展历程

三、企业销售收入分析

四、企业盈利能力分析

第三节 优恩

一、公司及产品概况

二、品牌发展历程

三、企业销售收入分析

四、企业盈利能力分析

第四节 中天诺亚

一、公司及产品概况

二、品牌发展历程

三、企业销售收入分析

四、企业盈利能力分析

第五节 广州普瑞米尔生物制品有限公司

- 一、公司及产品概况
- 二、品牌发展历程
- 三、企业销售收入分析
- 四、企业盈利能力分析

第七章 运动营养食品行业相关产业分析

第一节 运动营养食品行业产业链概述

第二节 运动营养食品X上游行业发展状况分析

（一）上游原材料生产情况分析

（一）上游原材料需求情况分析

第三节 运动营养食品下游行业发展情况分析

第四节 未来几年内中国运动营养食品行业竞争格局发展趋势分析

第八章 2021-2027年运动营养食品行业前景展望与趋势预测

第一节 运动营养食品行业投资价值分析

- 一、2021-2027年国内运动营养食品行业盈利能力分析
- 二、2021-2027年国内运动营养食品行业偿债能力分析
- 三、2021-2027年国内运动营养食品产品投资收益率分析预测
- 四、2021-2027年国内运动营养食品行业运营效率分析

第二节 2021-2027年国内运动营养食品行业投资机会分析

- 一、国内强劲的经济增长对运动营养食品行业的支撑因素分析
- 二、下游行业的需求对运动营养食品行业的推动因素分析
- 三、运动营养食品产品相关产业的发展对运动营养食品行业的带动因素分析

第三节 2021-2027年国内运动营养食品行业投资热点及未来投资方向分析

- 一、产品发展趋势
- 二、价格变化趋势
- 三、用户需求结构趋势

第四节 2021-2027年国内运动营养食品行业未来市场发展前景预测

- 一、市场规模预测分析
- 二、市场结构预测分析
- 三、市场供需情况预测

第九章 2021-2027年运动营养食品行业投资战略研究（ ）

第一节 2021-2027年中国运动营养食品行业发展的关键要素

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第二节 2021-2027年中国运动营养食品投资机会分析

一、运动营养食品行业投资前景

二、运动营养食品行业投资热点

三、运动营养食品行业投资区域

四、运动营养食品行业投资吸引力分析

第三节 2021-2027年中国运动营养食品投资风险分析

一、技术风险分析

二、原材料风险分析

三、政策/体制风险分析（ ）

四、进入/退出风险分析

五、经营管理风险分析

图表目录：

图表 2014-2019年国外运动营养食品产能分析

图表 2021-2027年国外运动营养食品产能预测

图表 2014-2019年国外运动营养食品产量分析

图表 2021-2027年国外运动营养食品产量预测

图表 2014-2019年国外运动营养食品市场需求分析

图表 2021-2027年国外运动营养食品市场需求预测

图表 2014-2019年中国运动营养食品产能分析

图表 2021-2027年中国运动营养食品产能预测

图表 2014-2019年中国运动营养食品产量分析

图表 2021-2027年中国运动营养食品产量预测

图表 2014-2019年中国运动营养食品市场需求分析

图表 2021-2027年中国运动营养食品市场需求预测

图表 2014-2019年中国运动营养食品进口数据分析

图表 2014-2019年进口量分析

图表 2014-2019年到岸价分析

图表 2014-2019年中国运动营养食品出口数据分析

图表 2014-2019年出口量分析

图表 2014-2019年到岸价分析

图表 2021-2027年国内运动营养食品行业盈利能力分析

图表 2021-2027年国内运动营养食品行业偿债能力分析

图表 2021-2027年国内运动营养食品产品投资收益率分析预测

图表 2021-2027年国内运动营养食品行业运营效率分析

图表 2021-2027年国内运动营养食品市场规模预测分析

图表 2021-2027年国内运动营养食品市场结构预测分析

图表 2021-2027年国内运动营养食品市场供需情况预测

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202012/195427.html>