

中国运动营养食品行业市场调研与发 展趋势分析报告（2025年）

产业调研网

www.cir.cn

一、基本信息

报告名称： 中国运动营养食品行业市场调研与发展趋势分析报告（2025年）

报告编号： 1382019 ← 咨询订购时，请说明该编号

报告价格： 电子版：8200 元 纸质+电子版：8500 元

优惠价格： 电子版：7360 元 纸质+电子版：7660 元 可提供增值税专用发票

咨询热线： 400 612 8668、010-66181099、66182099、010-66183099

电子邮箱： kf@Cir.cn

详细内容： <https://www.cir.cn/9/01/YunDongYingYangShiPinHangYeYanJiuBaoGao.html>

提示信息： 如需订阅英文、日文等其它语言版本，请向客服咨询。

二、内容介绍

运动营养食品市场在全球范围内蓬勃发展，随着健身文化的流行和健康生活方式的倡导，消费者对蛋白质粉、能量棒、电解质饮料和维生素补充剂等产品的需求持续上升。行业正经历产品多样化和细分化，以满足不同运动类型和健身目标的需要。

未来，运动营养食品将更加注重个性化和科学化，根据个体的基因、代谢和训练状态提供定制化营养方案。产业调研网指出，同时，随着消费者对天然和有机成分的偏好，产品将更倾向于使用全食物原料，减少人工添加剂的使用。此外，数字化健康跟踪和营养指导服务的整合将成为行业创新点。

第一章 国内运动营养食品行业品牌发展环境分析

第一节 产品/行业特征

- 一、产品/行业定义
- 二、产品/行业消费特征

第二节 经济环境特征

- 一、中国gdp分析
- 二、固定资产投资
- 三、恩格尔系数分析

第三节 政策环境特征

- 一、国家宏观调控政策分析
- 二、运动营养食品行业相关政策分析

第四节 运动营养食品行业竞争特征

- 一、国内外品牌竞争格局
- 二、行业进入壁垒分析

三、可替代品威胁分析

四、贴牌加工产品市场威胁分析

第五节 运动营养食品行业技术环境特征

第二章 国内运动营养食品行业品牌产品市场规模分析

第一节 2020-2025年运动营养食品市场规模分析

第二节 2025年我国运动营养食品区域结构分析

第三节 运动营养食品区域市场规模分析

一、东北地区市场规模分析

二、华北地区市场规模分析

三、华东地区市场规模分析

四、华中地区市场规模分析

五、华南地区市场规模分析

六、西部地区市场规模分析

第四节 2025-2031年运动营养食品市场规模预测

第三章 国内运动营养食品行业品牌需求与消费者偏好调查

第一节 2020-2025年运动营养食品产量统计分析

第二节 2020-2025年运动营养食品历年消费量统计分析

第三节 2020-2025年国内运动营养食品行业品牌产品平均价格走势分析

第四节 运动营养食品产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第五节 运动营养食品产品的品牌市场调查

一、消费者对运动营养食品品牌认知度宏观调查

二、消费者对运动营养食品产品的品牌偏好调查

三、消费者对运动营养食品品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、运动营养食品品牌忠诚度调查

六、运动营养食品品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第六节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第四章 国内运动营养食品行业品牌产品市场供需渠道分析

第一节 销售渠道特征分析

- 一、供需渠道定义
- 二、供需渠道格局
- 三、供需渠道形式
- 四、供需渠道要素对比

第二节 销售渠道对运动营养食品行业品牌发展的重要性

第三节 运动营养食品行业销售渠道的重要环节分析

- 一、批发商
- 二、零售商（无店铺零售、店铺零售）
- 三、代理商

第四节 2020-2025年中国运动营养食品行业品牌产品重点区域市场渠道情况分析

- 一、华东
- 二、中南
- 三、华北
- 四、西部

第五节 销售渠道发展趋势分析

- 一、渠道运作趋势发展
- 二、渠道支持趋势发展
- 三、渠道格局趋势发展
- 四、渠道结构扁平化趋势发展

第六节 销售渠道策略分析

- 一、直接渠道或间接渠道的营销策略
- 二、长渠道或短渠道的营销策略
- 三、宽渠道或窄渠道的营销策略
- 四、单一销售渠道和多销售渠道策略
- 五、传统销售渠道和垂直销售渠道策略

第七节 销售渠道决策的评估方法

- 一、销售渠道评估数学模型介绍
- 二、财务评估法介绍
- 三、交易成本评估法介绍
- 四、经验评估法介绍

第八节 2025年国内运动营养食品行业品牌产品生产及渠道投资运作模式分析

- 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

第五章 国内运动营养食品行业进出口市场情况分析

第一节 2020-2025年国内运动营养食品行业进出口量分析

一、2020-2025年国内运动营养食品行业进口分析

二、2020-2025年国内运动营养食品行业出口分析

第二节 2025-2031年国内运动营养食品行业进出口市场预测分析

一、2025-2031年国内运动营养食品行业进口预测

二、2025-2031年国内运动营养食品行业出口预测

第六章 国内运动营养食品行业优势品牌企业分析

第一节 康比特

一、公司及产品概况

二、品牌发展历程

三、近三年企业销售收入分析

四、近三年企业盈利能力分析

五、近三年公司产品变化

六、近三年品牌市场份额变化

七、公司品牌竞争策略

第二节 赛得

一、公司及产品概况

二、品牌发展历程

三、近三年企业销售收入分析

四、近三年企业盈利能力分析

五、近三年公司产品变化

六、近三年品牌市场份额变化

七、公司品牌竞争策略

第三节 优恩

一、公司及产品概况

二、品牌发展历程

三、近三年企业销售收入分析

四、近三年企业盈利能力分析

五、近三年公司产品变化

六、近三年品牌市场份额变化

七、公司品牌竞争策略

第四节 中天诺亚

一、公司及产品概况

- 二、品牌发展历程
- 三、近三年企业销售收入分析
- 四、近三年企业盈利能力分析
- 五、近三年公司产品变化
- 六、近三年品牌市场份额变化
- 七、公司品牌竞争策略

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、近三年企业销售收入分析
- 四、近三年企业盈利能力分析
- 五、近三年公司产品变化
- 六、近三年品牌市场份额变化
- 七、公司品牌竞争策略

第七章 国内运动营养食品行业品牌竞争格局分析

第一节 运动营养食品行业历史竞争格局概况

- 一、运动营养食品行业集中度分析
- 二、运动营养食品行业竞争程度分析

第二节 运动营养食品行业企业竞争状况分析

- 一、领导企业的市场力量
- 二、其他企业的竞争力

第三节 2025-2031年国内运动营养食品行业品牌竞争格局展望

第八章 2025-2031年国内运动营养食品行业品牌发展预测

第一节 2025-2031年运动营养食品行业品牌市场财务数据预测

- 一、2025-2031年运动营养食品行业品牌市场规模预测
- 二、2025-2031年运动营养食品行业总产值预测
- 三、2025-2031年运动营养食品行业利润总额预测
- 四、2025-2031年运动营养食品行业总资产预测

第二节 2025-2031年运动营养食品行业供需预测

- 一、2025-2031年运动营养食品产量预测
- 二、2025-2031年运动营养食品需求预测
- 三、2025-2031年运动营养食品供需平衡预测
- 五、2025-2031年主要运动营养食品产品进出口预测

第三节 2025-2031年运动营养食品行业投资机会

- 一、2025-2031年运动营养食品行业主要领域投资机会

二、2025-2031年运动营养食品行业出口市场投资机会

三、2025-2031年运动营养食品行业企业的多元化投资机会

第四节 影响运动营养食品行业发展的主要因素

一、2025-2031年影响运动营养食品行业运行的有利因素分析

二、2025-2031年影响运动营养食品行业运行的稳定因素分析

三、2025-2031年影响运动营养食品行业运行的不利因素分析

四、2025-2031年我国运动营养食品行业发展面临的挑战分析

五、2025-2031年我国运动营养食品行业发展面临的机遇分析

第五节 运动营养食品行业投资风险及控制策略分析

一、2025-2031年运动营养食品行业市场风险及控制策略

二、2025-2031年运动营养食品行业政策风险及控制策略

三、2025-2031年运动营养食品行业经营风险及控制策略

四、2025-2031年运动营养食品行业技术风险及控制策略

五、2025-2031年运动营养食品行业同业竞争风险及控制策略

六、2025-2031年运动营养食品行业其他风险及控制策略

第九章 2025-2031年国内运动营养食品行业品牌投资价值与投资策略分析

第一节 行业swot模型分析

一、优势分析

二、劣势分析

三、机会分析

四、风险分析

第二节 运动营养食品行业发展的pest分析

一、政治和法律环境分析

二、经济发展环境分析

三、社会、文化与自然环境分析

四、技术发展环境分析

第三节 运动营养食品行业投资价值分析

一、2025-2031年运动营养食品市场趋势总结

二、2025-2031年运动营养食品发展趋势分析

三、2025-2031年运动营养食品市场发展空间

四、2025-2031年运动营养食品产业政策趋向

五、2025-2031年运动营养食品技术革新趋势

六、2025-2031年运动营养食品价格走势分析

第四节 运动营养食品行业投资风险分析

一、宏观调控风险

二、行业竞争风险

三、供需波动风险

四、技术创新风险

五、经营管理风险

六、其他风险

第五节 运动营养食品行业投资策略分析

一、重点投资品种分析

二、重点投资地区分析

三、项目投资建议

第十章 业内专家对国内运动营养食品行业总结及企业经营战略建议

第一节 运动营养食品行业问题总结

第二节 2025-2031年运动营养食品行业企业的标杆管理

一、国内企业的经验借鉴

二、国外企业的经验借鉴

第三节 2025-2031年运动营养食品行业企业的资本运作模式

一、运动营养食品行业企业国内资本市场的运作建议

二、运动营养食品行业企业海外资本市场的运作建议

第四节 2025-2031年运动营养食品行业企业营销模式建议

一、运动营养食品行业企业的国内营销模式建议

二、运动营养食品行业企业海外营销模式建议

第五节 中^智^林^运动营养食品市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

图表目录

图表 1 2020-2025年国内生产总值及增长速度

图表 2 2020-2025年全社会固定资产投资及其增长速度

图表 3 2025年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度单位：亿元

图表 4 2020-2025年我国运动营养食品市场规模分析

图表 5 2025年我国运动营养食品区域结构分析

图表 7 2020-2025年华北地区运动营养食品市场规模分析

图表 9 2020-2025年华中地区运动营养食品市场规模分析

图表 10 2020-2025年华南地区运动营养食品市场规模分析

图表 11 2020-2025年西部地区运动营养食品市场规模分析

图表 12 2025-2031年我国运动营养食品市场规模预测分析

图表 15 消费者对运动营养食品品牌认知度宏观调查

图表 16 消费者对运动营养食品品牌的首要认知渠道

图表 17 消费者经常购买的运动营养食品品牌统计

图表 18 我国运动营养食品品牌市场占有率调查

图表 19 各种营销渠道渠道成本分析

图表 20 各种营销渠道渠道的毛利分析

图表 21 近4年康比特销售毛利率变化情况

图表 22 近4年康比特资产负债率变化情况

图表 23 近4年康比特产权比率变化情况

图表 24 近4年康比特固定资产周转次数情况

图表 25 近4年康比特流动资产周转次数变化情况

图表 26 近4年康比特总资产周转次数变化情况

图表 27 近4年赛得运动营养科技有限公司销售毛利率变化情况

图表 28 近4年赛得运动营养科技有限公司资产负债率变化情况

图表 29 近4年赛得运动营养科技有限公司产权比率变化情况

图表 30 近4年赛得运动营养科技有限公司固定资产周转次数情况

图表 31 近4年赛得运动营养科技有限公司流动资产周转次数变化情况

图表 32 近4年赛得运动营养科技有限公司总资产周转次数变化情况

图表 33 近4年深圳市优恩互联商贸有限公司销售毛利率变化情况

图表 34 近4年深圳市优恩互联商贸有限公司资产负债率变化情况

图表 35 近4年深圳市优恩互联商贸有限公司产权比率变化情况

图表 36 近4年深圳市优恩互联商贸有限公司固定资产周转次数情况

图表 37 近4年深圳市优恩互联商贸有限公司流动资产周转次数变化情况

图表 38 近4年深圳市优恩互联商贸有限公司总资产周转次数变化情况

图表 39 近4年北京中天诺亚体育科技有限公司固定资产周转次数情况

图表 40 近4年北京中天诺亚体育科技有限公司流动资产周转次数变化情况

图表 41 近4年北京中天诺亚体育科技有限公司销售利润率变化情况

图表 42 近4年北京中天诺亚体育科技有限公司资产负债率变化情况

图表 43 近4年北京中天诺亚体育科技有限公司产权比率变化情况

图表 44 近4年广州普瑞米尔生物制品有限公司中国销售毛利率变化情况

图表 45 近4年广州普瑞米尔生物制品有限公司中国资产负债率变化情况

图表 46 近4年广州普瑞米尔生物制品有限公司中国产权比率变化情况

图表 47 近4年广州普瑞米尔生物制品有限公司中国固定资产周转次数变化情况

图表 48 近4年广州普瑞米尔生物制品有限公司中国流动资产周转次数变化情况

图表 49 近4年广州普瑞米尔生物制品有限公司中国总资产周转次数变化情况

图表 50 我国运动营养食品行业集中度分析

图表 67 国家财政收支总额及增长速度

图表 69 2025年居民消费价格比上年涨跌幅度单位：%

图表 70 2020-2025年农村居民人均纯收入及其实际增长速度

图表 71 2020-2025年城镇居民人均可支配收入及其实际增长速度

图表 72 2020-2025年社会消费品零售总额及其增长速度

图表 73 2020-2025年货物进出口总额

图表 74 2025年货物进出口总额及其增长速度单位：亿美元

图表 75 2025年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表 76 2025年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表 77 2025年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度单位：亿美元

图表 78 2024年末人口数及其构成 单位：万人

图表 79 2020-2025年普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数情况

图表 82 运动营养食品项目投资注意事项图

图表 83 运动营养食品行业生产开发注意事项

图表 84 运动营养食品销售注意事项

略……

订阅“中国运动营养食品行业市场调研与发展趋势分析报告（2025年）”，编号：1382019，

请致电：400 612 8668、010-6618 1099、010-66182099、010-66183099

Email邮箱：kf@Cir.cn

详细内容：<https://www.cir.cn/9/01/YunDongYingYangShiPinHangYeYanJiuBaoGao.html>

热点：运动营养食品被国家禁止了吗、运动营养食品耐力类是什么意思、为什么叫运动营养食品、运动营养食品补充能量类是什么意思、运动后适合吃的食物、运动营养食品标准、特殊膳食运动营养食品耐力类、运动营养食品耐力类、运动员禁止吃的食物

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！！