

# 2019-2025年中国运动营养品市场竞争格局及投资风险预测报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2019-2025年中国运动营养品市场竞争格局及投资风险预测报告》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：<https://www.chyxx.com/research/201903/719679.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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

在发达国家，运动员们都会选择一些运动营养品来帮助自己提高成绩保持状态。但在国内还很少有人了解它。运动营养品是日常膳食的一种补充。有些种类也可以作为伤病的辅助治疗用品。目前运动营养品应用最广泛的是在健美和力量举项目中。而在其它项目中，运动营养品的优点也正被人们逐渐认识到。

智研咨询发布的《2019-2025年中国运动营养品市场竞争格局及投资风险预测报告》共十章。首先介绍了运动营养品相关概念及发展环境，接着分析了中国运动营养品规模及消费需求，然后对中国运动营养品市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国运动营养品面临的机遇及发展前景。您若想对中国运动营养品有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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：

第一章国内运动营养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、运动营养品行业相关政策分析

第四节运动营养品行业竞争特征

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

第五节运动营养品行业技术环境特征

第二章国内运动营养品行业品牌产品市场规模分析

## 第一节 2016-2018年运动营养品市场规模分析

### 第二节 2018年我国运动营养品区域结构分析

#### 第三节 运动营养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 2019-2025年运动营养品市场规模预测

## 第三章 国内运动营养品行业品牌需求与消费者偏好调查

### 第一节 2016-2018年运动营养品产量统计分析

#### 第二节 2016-2018年运动营养品历年消费量统计分析

#### 第三节 2016-2018年国内运动营养品行业品牌产品平均价格走势分析

#### 第四节 运动营养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 运动营养品产品的品牌市场调查

##### 一、消费者对运动营养品品牌认知度宏观调查

##### 二、消费者对运动营养品产品的品牌偏好调查

##### 三、消费者对运动营养品品牌的首要认知渠道

##### 四、消费者经常购买的品牌调查

##### 五、运动营养品品牌忠诚度调查

##### 六、运动营养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品行业品牌发展的重要性

第三节运动营养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 2016-2018年中国运动营养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 2018年国内运动营养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品行业进出口市场情况分析

第一节 2016-2018年国内运动营养品行业进出口量分析

## 一、2016-2018年国内运动营养品行业进口分析

## 二、2016-2018年国内运动营养品行业出口分析

## 第二节 2019-2025年国内运动营养品行业进出口市场预测分析

### 一、2019-2025年国内运动营养品行业进口预测

### 二、2019-2025年国内运动营养品行业出口预测

## 第六章国内运动营养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

### 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

### 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

### 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

### 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

## 第七章国内运动营养品行业品牌竞争格局分析

### 第一节运动营养品行业历史竞争格局概况

#### 一、运动营养品行业集中度分析

#### 二、运动营养品行业竞争程度分析

## 第二节 运动营养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 2019-2025年国内运动营养品行业品牌竞争格局展望

## 第八章 2019-2025年国内运动营养品行业品牌发展预测

### 第一节 2019-2025年运动营养品行业品牌市场财务数据预测

一、2019-2025年运动营养品行业品牌市场规模预测

二、2019-2025年运动营养品行业总产值预测

三、2019-2025年运动营养品行业利润总额预测

四、2019-2025年运动营养品行业总资产预测

### 第二节 2019-2025年运动营养品行业供需预测

一、2019-2025年运动营养品产量预测

二、2019-2025年运动营养品需求预测

三、2019-2025年运动营养品供需平衡预测

五、2019-2025年主要运动营养品产品进出口预测

### 第三节 2019-2025年运动营养品行业投资机会

一、2019-2025年运动营养品行业主要领域投资机会

二、2019-2025年运动营养品行业出口市场投资机会

三、2019-2025年运动营养品行业企业的多元化投资机会

### 第四节 影响运动营养品行业发展的主要因素

一、2019-2025年影响运动营养品行业运行的有利因素分析

二、2019-2025年影响运动营养品行业运行的稳定因素分析

三、2019-2025年影响运动营养品行业运行的不利因素分析

四、2019-2025年我国运动营养品行业发展面临的挑战分析

五、2019-2025年我国运动营养品行业发展面临的机遇分析

### 第五节 运动营养品行业投资风险及控制策略分析

一、2019-2025年运动营养品行业市场风险及控制策略

二、2019-2025年运动营养品行业政策风险及控制策略

三、2019-2025年运动营养品行业经营风险及控制策略

四、2019-2025年运动营养品行业技术风险及控制策略

五、2019-2025年运动营养品行业同业竞争风险及控制策略

六、2019-2025年运动营养品行业其他风险及控制策略

## 第九章 2019-2025年国内运动营养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

第三节运动营养品行业投资价值分析

一、2019-2025年运动营养品市场趋势总结

二、2019-2025年运动营养品发展趋势分析

三、2019-2025年运动营养品市场发展空间

四、2019-2025年运动营养品产业政策趋向

五、2019-2025年运动营养品技术革新趋势

六、2019-2025年运动营养品价格走势分析

第四节运动营养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

第十章国内运动营养品行业总结及企业经营战略建议（ZYYF）

第一节运动营养品行业问题总结

第二节 2019-2025年运动营养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 2019-2025年运动营养品行业企业的资本运作模式

一、运动营养品行业企业国内资本市场的运作建议

二、运动营养品行业企业海外资本市场的运作建议

第四节 2019-2025年运动营养品行业企业营销模式建议



一、运动营养品行业企业的国内营销模式建议

二、运动营养品行业企业海外营销模式建议

第五节运动营养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 2016-2018年国内生产总值及增长速度

图表 2 2016-2018年全社会固定资产投资及其增长速度

图表 3 2018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 2016-2018年我国运动营养品市场规模分析

图表 5 2018年我国运动营养品区域结构分析

图表 6 2016-2018年东北地区运动营养品市场规模分析

图表 7 2016-2018年华北地区运动营养品市场规模分析

图表 8 2016-2018年华东地区运动营养品市场规模分析

图表 9 2016-2018年华中地区运动营养品市场规模分析

图表 10 2016-2018年华南地区运动营养品市场规模分析

图表 11 2016-2018年西部地区运动营养品市场规模分析

图表 12 2019-2025年我国运动营养品市场规模预测分析

图表 13 2016-2018年运动营养品产量分析

图表 14 2016-2018年运动营养品消费量分析

图表 15 消费者对运动营养品品牌认知度宏观调查

图表 16 消费者对运动营养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品品牌统计

图表 18 我国运动营养品品牌市场占有率调查

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201903/719679.html>