

中国运动营养食品市场发展现状研究与投资前景 调研报告（2024-2031年）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国运动营养食品市场发展现状研究与投资前景调研报告（2024-2031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/202407/719565.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、“健康中国”等相关政策相继出台，利好运动营养食品行业发展

根据《食品安全国家标准运动营养食品通则》（GB24154—2015），我国将运动营养食品定义为满足运动人群（指每周参加体育锻炼3次及以上、每次持续时间30分钟及以上、每次运动强度达到中等及以上的人群）的生理代谢状态、运动能力及对某些营养成分的特殊需求专门加工的食品。

在“十四五”规划的推动下，健康中国的观念深入人心，运动人群不断增多，对于运动营养食品发展起到积极的促进作用。2022年，中办、国办印发的《关于构建更高水平的全民健身公共服务体系的意见》指出：到2025年，更高水平的全民健身公共服务体系基本建立，人均体育场地面积达到2.6平方米，经常参加体育锻炼人数比例达到38.5%。到2035年，与社会主义现代化国家相适应的全民健身公共服务体系全面建立，经常参加体育锻炼人数比例达45%以上，体育健身和运动休闲成为普遍生活方式，人民身体素养和健康水平居于世界前列。

运动营养食品行业相关政策	时间	政策	主要内容
	2014年		《中国食物与营养发展纲要(2014-2020年)》不断增加膳食制品供应种类;重点发展营养强化食品;引导企业加大食物与营养科技投入，加强对食物与营养重点领域和关键环节的研究
	2016年		《健康中国2030规划纲要》 优化健康产业体系，2030年健康服务业总规模达到16万亿元的指标。同时展望2050年，提出“建成与社会主义现代化国家相适应的健康国家”的长远目标。
	2017年		《国民营养计划(2017-2030年)》 针对不同人群的健康需求，着力发展保健食品、营养强化食品、双蛋白食物等新型营养健康食品。
	2017年		《“十三五”国家食品安全规划》鼓励食品生产经营企业建设规模化原辅材料和食品加工基地;推动特色食品加工示范基地建设，以知名品牌和龙头企业为引领，发挥示范作用。
	2019年		《健康中国行动(2019-2030年)》 健康中国行动推进委员会建立健全健康教育体系，引导群众建立正确健康观，形成有利于健康的生活方式、生态环境和社会环境，促进以治病为中心向以健康为中心转变，提高人民健康水平。针对《国务院关于实施健康中国行动的意见》做出具体行动计划。
	2019年		《中共中央国务院关于深化改革加强食品安全工作的意见》推动产品高质量的发展，加大科技支撑力度。将食品安全纳入国家科技计划，加强食品安全领域的科技创新，引导食品企业加大科研投入，完善科技成果转化应用机制。建设一批国际一流的食品安全技术支撑机构和重点实验室，加快引进培养高层次人才和高水平创新团队，重点突破“卡脖子”关键技术。依托国家级专业技术机构，开展基础科学和前沿科学研究，提高食品安全风险发现和防范能力。
	2021年		《全民健身计划(2021-2025年)》 到2025年，全民健身公共服务体系更加完善，人民群众体育健身更加便利，健身热情进一步提高，各运动项目参与人数持续提升，经常参加体育锻炼人数比例达到38.5%，县(市、区)、乡镇(街道)、行政村(社区)三级公共健身设施和社区15分钟健身圈实现全覆盖，每千人拥有社会体育指导员2.16名，带动全国体育产业总规模达到5万亿元。
	2022年		

《关于构建更高水平的全民健身公共服务体系的意见》到2025年，更高水平的全民健身公共服务体系基本建立，人均体育场地面积达到2.6平方米，经常参加体育锻炼人数比例达到38.5%，政府提供的全民健身基本公共服务体系更加完善、标准更加健全、品质明显提升，社会力量提供的普惠性公共服务实现付费可享有、价格可承受、质量有保障、安全有监管，群众健身热情进一步提高。到2035年，与社会主义现代化国家相适应的全民健身公共服务体系全面建立，经常参加体育锻炼人数比例达45%以上，体育健身和运动休闲成为普遍生活方式，人民身体素养和健康水平居于世界前列。

资料来源：观研天下整理

数据显示，截至2021年底，中国健身人群数量达到3.03亿人，健身人群渗透率达21.50%。预计至2026年，中国健身人群数量将上升至4.16亿人，渗透率达29.30%。

数据来源：观研天下数据中心整理

数据来源：观研天下数据中心整理

二、体育产业规模稳步扩张，运动营养食品需求随之增加

受健康中国建设影响，体育产业规模稳步扩张，2022年达33008亿元，运动营养食品的需求随之增加。2019-2022年我国运动营养食品市场规模由26亿元增长至48亿元。2023年我国运动营养食品市场规模约为60亿元，较上年同比增长25%。预计2024年我国运动营养食品市场规模为74亿元，较上年同比增长23.33%。

数据来源：观研天下数据中心整理

数据来源：观研天下数据中心整理

三、运动营养食品品牌相对较少且集中度高，主要公司毛利率之间存在较大差距

运动营养食品品牌相对较少且集中度高。我国运动营养食品前6名企业占据近80%的市场份额，前3名企业占据半壁江山，其中西王食品占比29%，康比特占比18%，汤臣倍健占比17%。

数据来源：观研天下数据中心整理

运动营养食品行业主要公司的毛利率之间存在较大差距。根据数据，2020年，诺特兰德毛利率为90.48%，同年西王食品毛利率仅为26.01%。近5年，这几家公司的毛利率趋于平稳，其中康比特毛利率维持在40%以上，盈利能力较好。

数据来源：观研天下数据中心整理（zlj）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国运动营养食品市场发展现状研究与投资前景调研报告（2024-2031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年中国运动营养食品行业发展概述

第一节 运动营养食品行业发展情况概述

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

第二节 中国运动营养食品行业生命周期分析

- 一、运动营养食品行业生命周期理论概述
- 二、运动营养食品行业所属的生命周期分析

第三节 运动营养食品行业经济指标分析

- 一、运动营养食品行业的赢利性分析

二、运动营养食品行业的经济周期分析

三、运动营养食品行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球运动营养食品行业市场发展现状分析

第一节 全球运动营养食品行业发展历程回顾

第二节 全球运动营养食品行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲运动营养食品行业地区市场分析

一、亚洲运动营养食品行业市场现状分析

二、亚洲运动营养食品行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲运动营养食品行业市场前景分析

第四节 北美运动营养食品行业地区市场分析

一、北美运动营养食品行业市场现状分析

二、北美运动营养食品行业市场规模与市场需求分析

三、北美运动营养食品行业市场前景分析

第五节 欧洲运动营养食品行业地区市场分析

一、欧洲运动营养食品行业市场现状分析

二、欧洲运动营养食品行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲运动营养食品行业市场前景分析

第六节 2024-2031年世界运动营养食品行业分布走势预测

第七节 2024-2031年全球运动营养食品行业市场规模预测

第三章 中国运动营养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运动营养食品行业的影响分析

第三节 中国运动营养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 政策环境对运动营养食品行业的影响分析

第五节 中国运动营养食品行业产业社会环境分析

第四章 中国运动营养食品行业运行情况

第一节 中国运动营养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 中国运动营养食品行业市场规模分析

一、影响中国运动营养食品行业市场规模的因素

二、中国运动营养食品行业市场规模

三、中国运动营养食品行业市场规模解析

第三节 中国运动营养食品行业供应情况分析

一、中国运动营养食品行业供应规模

二、中国运动营养食品行业供应特点

第四节 中国运动营养食品行业需求情况分析

一、中国运动营养食品行业需求规模

二、中国运动营养食品行业需求特点

第五节 中国运动营养食品行业供需平衡分析

第五章 中国运动营养食品行业产业链和细分市场分析

第一节 中国运动营养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、运动营养食品行业产业链图解

第二节 中国运动营养食品行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对运动营养食品行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对运动营养食品行业的影响分析

第三节 我国运动营养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年中国运动营养食品行业市场竞争分析

第一节 中国运动营养食品行业竞争现状分析

一、中国运动营养食品行业竞争格局分析

二、中国运动营养食品行业主要品牌分析

第二节 中国运动营养食品行业集中度分析

一、中国运动营养食品行业市场集中度影响因素分析

二、中国运动营养食品行业市场集中度分析

第三节 中国运动营养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年中国运动营养食品行业模型分析

第一节 中国运动营养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 中国运动营养食品行业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、中国运动营养食品行业SWOT分析结论

第三节 中国运动营养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年中国运动营养食品行业需求特点与动态分析

第一节 中国运动营养食品行业市场动态情况

第二节 中国运动营养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 运动营养食品行业成本结构分析

第四节 运动营养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 中国运动营养食品行业价格现状分析

第六节 中国运动营养食品行业平均价格走势预测

一、中国运动营养食品行业平均价格趋势分析

二、中国运动营养食品行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国运动营养食品行业所属行业运行数据监测

第一节 中国运动营养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 中国运动营养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 中国运动营养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年中国运动营养食品行业区域市场现状分析

第一节 中国运动营养食品行业区域市场规模分析

一、影响运动营养食品行业区域市场分布的因素

二、中国运动营养食品行业区域市场分布

第二节 中国华东地区运动营养食品行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区运动营养食品行业市场分析

(1) 华东地区运动营养食品行业市场规模

(2) 华南地区运动营养食品行业市场现状

(3) 华东地区运动营养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、华中地区运动营养食品行业市场分析

(1) 华中地区运动营养食品行业市场规模

(2) 华中地区运动营养食品行业市场现状

(3) 华中地区运动营养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、华南地区运动营养食品行业市场分析

(1) 华南地区运动营养食品行业市场规模

(2) 华南地区运动营养食品行业市场现状

(3) 华南地区运动营养食品行业市场规模预测

第五节 华北地区运动营养食品行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区运动营养食品行业市场分析

(1) 华北地区运动营养食品行业市场规模

(2) 华北地区运动营养食品行业市场现状

(3) 华北地区运动营养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、东北地区运动营养食品行业市场分析

(1) 东北地区运动营养食品行业市场规模

(2) 东北地区运动营养食品行业市场现状

(3) 东北地区运动营养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、西南地区运动营养食品行业市场分析

(1) 西南地区运动营养食品行业市场规模

(2) 西南地区运动营养食品行业市场现状

(3) 西南地区运动营养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、西北地区运动营养食品行业市场分析

(1) 西北地区运动营养食品行业市场规模

(2) 西北地区运动营养食品行业市场现状

(3) 西北地区运动营养食品行业市场规模预测

第十一章 运动营养食品行业企业分析（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 2024-2031年中国运动营养食品行业发展前景分析与预测

第一节 中国运动营养食品行业未来发展前景分析

一、运动营养食品行业国内投资环境分析

二、中国运动营养食品行业市场机会分析

三、中国运动营养食品行业投资增速预测

第二节 中国运动营养食品行业未来发展趋势预测

第三节 中国运动营养食品行业规模发展预测

一、中国运动营养食品行业市场规模预测

二、中国运动营养食品行业市场规模增速预测

三、中国运动营养食品行业产值规模预测

四、中国运动营养食品行业产值增速预测

五、中国运动营养食品行业供需情况预测

第四节 中国运动营养食品行业盈利走势预测

第十三章 2024-2031年中国运动营养食品行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国运动营养食品行业进入壁垒分析

一、运动营养食品行业资金壁垒分析

二、运动营养食品行业技术壁垒分析

三、运动营养食品行业人才壁垒分析

四、运动营养食品行业品牌壁垒分析

五、运动营养食品行业其他壁垒分析

第二节 运动营养食品行业风险分析

一、运动营养食品行业宏观环境风险

二、运动营养食品行业技术风险

三、运动营养食品行业竞争风险

四、运动营养食品行业其他风险

第三节 中国运动营养食品行业存在的问题

第四节 中国运动营养食品行业解决问题的策略分析

第十四章 2024-2031年中国运动营养食品行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国运动营养食品行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节 中国运动营养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 运动营养食品行业营销策略分析

- 一、运动营养食品行业产品策略
 - 二、运动营养食品行业定价策略
 - 三、运动营养食品行业渠道策略
 - 四、运动营养食品行业促销策略
- 第四节 观研天下分析师投资建议
图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202407/719565.html>