

# 2018-2024年中国运动营养 品行业前景研究与未来发展趋势报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制  
[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2018-2024年中国运动营养品行业前景研究与未来发展趋势报告》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.chinairr.org/report/R10/R1003/201811/22-279618.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

中国产业研究报告网发布的《2018-2024年中国运动营养品行业前景研究与未来发展趋势报告》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研究分析。它是业内企业、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，具有重要的参考价值！

中国产业研究报告网是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

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 2009-2017年运动营养品市场规模分析

### 第二节 2017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 2018-2024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 2009-2017年运动营养品产量统计分析

### 第二节 2009-2017年运动营养品历年消费量统计分析

### 第三节 2009-2017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 2009-2017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 2017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 2009-2017年国内运动营养品行业进出口量分析

一、2009-2017年国内运动营养品行业进口分析

二、2009-2017年国内运动营养品行业出口分析

第二节 2018-2024年国内运动营养品行业进出口市场预测分析

一、2018-2024年国内运动营养品行业进口预测

二、2018-2024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

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 2018-2024年国内运动营养品行业品牌竞争格局展望

## 第八章 2018-2024年国内运动营养品行业品牌发展预测

### 第一节 2018-2024年运动营养品行业品牌市场财务数据预测

#### 一、2018-2024年运动营养品行业品牌市场规模预测

#### 二、2018-2024年运动营养品行业总产值预测

#### 三、2018-2024年运动营养品行业利润总额预测

#### 四、2018-2024年运动营养品行业总资产预测

### 第二节 2018-2024年运动营养品行业供需预测

#### 一、2018-2024年运动营养品产量预测

#### 二、2018-2024年运动营养品需求预测

#### 三、2018-2024年运动营养品供需平衡预测

#### 五、2018-2024年主要运动营养品产品进出口预测

### 第三节 2018-2024年运动营养品行业投资机会

#### 一、2018-2024年运动营养品行业主要领域投资机会

#### 二、2018-2024年运动营养品行业出口市场投资机会

#### 三、2018-2024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、2018-2024年影响运动营养品行业运行的有利因素分析

#### 二、2018-2024年影响运动营养品行业运行的稳定因素分析

#### 三、2018-2024年影响运动营养品行业运行的不利因素分析

#### 四、2018-2024年我国运动营养品行业发展面临的挑战分析

#### 五、2018-2024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、2018-2024年运动营养品行业市场风险及控制策略

#### 二、2018-2024年运动营养品行业政策风险及控制策略

#### 三、2018-2024年运动营养品行业经营风险及控制策略

#### 四、2018-2024年运动营养品行业技术风险及控制策略

#### 五、2018-2024年运动营养品行业同业竞争风险及控制策略

#### 六、2018-2024年运动营养品行业其他风险及控制策略

## 第九章 2018-2024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、2018-2024年运动营养品市场趋势总结

#### 二、2018-2024年运动营养品发展趋势分析

#### 三、2018-2024年运动营养品市场发展空间

#### 四、2018-2024年运动营养品产业政策趋向

#### 五、2018-2024年运动营养品技术革新趋势

#### 六、2018-2024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（ZY LII）

### 第一节运动营养品行业问题总结

## 第二节 2018-2024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 2018-2024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 2018-2024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（ZY LII）

## 部分图表目录：

图表 1 2011-2017年国内生产总值及增长速度

图表 2 2011-2017年全社会固定资产投资及其增长速度

图表 3 2017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 2009-2017年我国运动营养品市场规模分析

图表 5 2017年我国运动营养品区域结构分析

图表 6 2009-2017年东北地区运动营养品市场规模分析

图表 7 2009-2017年华北地区运动营养品市场规模分析

图表 8 2009-2017年华东地区运动营养品市场规模分析

图表 9 2009-2017年华中地区运动营养品市场规模分析

图表 10 2009-2017年华南地区运动营养品市场规模分析

图表 11 2009-2017年西部地区运动营养品市场规模分析

图表 12 2018-2024年我国运动营养品市场规模预测分析

图表 13 2009-2017年运动营养品产量分析

图表 14 2009-2017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&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R10/R1003/201811/22-279618.html>