

发展潜力预测|2024年度运动营养食品市场竞争力分析及投资商机研究报告

产品名称	发展潜力预测 2024年度运动营养食品市场竞争力分析及投资商机研究报告
公司名称	北京华商纵横信息咨询中心
价格	6000.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区亚运村四方大厦
联系电话	188-11718743 13621060192

产品详情

发展潜力预测|2024年度运动营养食品市场竞争力分析及投资商机研究报告

报告目录

章 国内运动营养食品行业品牌发展环境分析 17节 产品/行业特征 17一、产品/行业定义 17二、产品/行业消费特征 17第二节 经济环境特征 26一、中国GDP分析 27二、固定资产投资 28三、恩格尔系数分析 32第三节 政策环境特征 34一、国家宏观调控政策分析 34二、运动营养食品行业相关政策分析 38第四节 运动营养食品行业竞争特征 41一、国内外品牌竞争格局 41二、行业进入壁垒分析 41三、可替代品威胁分析 42四、贴牌加工产品市场威胁分析 42第五节 运动营养食品行业技术环境特征 43第二章 国内运动营养食品行业品牌产品市场规模分析 44节 2018-2023年运动营养食品市场规模分析 44第二节 2023年我国运动营养食品区域结构分析 44第三节 运动营养食品区域市场规模分析 45一、东北地区市场规模分析 45二、华北地区市场规模分析 45三、华东地区市场规模分析 46四、华中地区市场规模分析 47五、华南地区市场规模分析 47六、西部地区市场规模分析 48第四节 2024-2030年运动营养食品市场规模预测 48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 50节 2018-2023年运动营养食品产量统计分析 50第二节 2018-2023年运动营养食品历年消费量统计分析 50第三节 2018-2023年国内运动营养食品行业品牌产品平均价格走势分析 51第四节 运动营养食品产品目标客户群体调查 51一、不同收入水平消费者偏好调查 51二、不同年龄的消费者偏好调查 52三、不同地区的消费者偏好调查 52第五节 运动营养食品产品的品牌市场调查 52一、消费者对运动营养食品品牌认知度宏观调查 52二、消费者对运动营养食品产品的品牌偏好调查 53三、消费者对运动营养食品品牌的首要认知渠道 53四、消费者经常购买的品牌调查 54五、运动营养食品品牌忠诚度调查 54六、运动营养食品品牌市场占有率调查 54七、消费者的消费理念调研 55第六节 不同客户购买相关的态度及影响分析 55一、价格敏感程度 55二、品牌的影响 56三、购买方便的影响 56四、广告的影响程度 56五、包装的影响程度 57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 62节 销售渠道特征分析 62一、供需渠道定义

62二、供需渠道格局 62三、供需渠道形式 64四、供需渠道要素对比

64第二节销售渠道对运动营养食品行业品牌发展的重要性

69第三节运动营养食品行业销售渠道的重要环节分析 70一、批发商

70二、零售商（无店铺零售、店铺零售） 70三、代理商

70第四节2018-2023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 71一、华东 71二、中南

71三、华北 72四、西部 73第五节销售渠道发展趋势分析 73一、渠道运作趋势发展

73二、渠道支持趋势发展 74三、渠道格局趋势发展 74四、渠道结构扁平化趋势发展

75第六节销售渠道策略分析 75一、直接渠道或间接渠道的营销策略 75二、长渠道或短渠道的营销策略

76三、宽渠道或窄渠道的营销策略 77四、单一销售渠道和多销售渠道策略

77五、传统销售渠道和垂直销售渠道策略 78第七节销售渠道决策的评估方法

79一、销售渠道评估数学模型介绍 79二、财务评估法介绍 81三、交易成本评估法介绍

82四、经验评估法介绍 82第八节2023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

83一、国内生产企业投资运作模式 83二、国内营销企业投资运作模式 83三、外销与内销优势分析

84第五章 国内运动营养食品行业进出口市场情况分析

86节2018-2023年国内运动营养食品行业进出口量分析 86一、2018-2023年国内运动营养食品行业进口分析

86二、2018-2023年国内运动营养食品行业出口分析

86第二节2024-2030年国内运动营养食品行业进出口市场预测分析

86一、2024-2030年国内运动营养食品行业进口预测 86二、2024-2030年国内运动营养食品行业出口预测

87第六章 国内运动营养食品行业优势品牌企业分析 88节 康比特 88一、公司及产品概况

88二、品牌发展历程 89三、近三年企业销售收入分析 91四、近三年企业盈利能力分析

92五、近三年公司产品变化 95六、近三年品牌市场份额变化 95七、公司品牌竞争策略 95第二节 赛得

96一、公司及产品概况 96二、品牌发展历程 97三、近三年企业销售收入分析

97四、近三年企业盈利能力分析 97五、近三年公司产品变化 101六、近三年品牌市场份额变化

101七、公司品牌竞争策略 101第三节 优恩 101一、公司及产品概况 101二、品牌发展历程

102三、近三年企业销售收入分析 104四、近三年企业盈利能力分析 104五、近三年公司产品变化

107六、近三年品牌市场份额变化 108七、公司品牌竞争策略 109第四节 中天诺亚 109一、公司及产品概况

109二、品牌发展历程 109三、近三年企业销售收入分析 111四、近三年企业盈利能力分析

111五、近三年公司产品变化 113六、近三年品牌市场份额变化 114七、公司品牌竞争策略 114第五节

广州普瑞米尔生物制品有限公司 115一、公司及产品概况 115二、品牌发展历程

115三、近三年企业销售收入分析 116四、近三年企业盈利能力分析 116五、近三年公司产品变化

120六、近三年品牌市场份额变化 120七、公司品牌竞争策略 120第七章

国内运动营养食品行业品牌竞争格局分析 121节运动营养食品行业历史竞争格局概况

121一、运动营养食品行业集中度分析 121二、运动营养食品行业竞争程度分析

121第二节运动营养食品行业企业竞争状况分析 122一、的市场力量 122二、其他企业的竞争力

123第三节2024-2030年国内运动营养食品行业品牌竞争格局展望 124第八章

2024-2030年国内运动营养食品行业品牌发展预测

125节2024-2030年运动营养食品行业品牌市场财务数据预测

125一、2024-2030年运动营养食品行业品牌市场规模预测

125二、2024-2030年运动营养食品行业总产值预测 125三、2024-2030年运动营养食品行业利润总额预测

126四、2024-2030年运动营养食品行业总资产预测 126第二节2024-2030年运动营养食品行业供需预测

127一、2024-2030年运动营养食品产量预测 127二、2024-2030年运动营养食品需求预测

128三、2024-2030年运动营养食品供需平衡预测 128五、2024-2030年主要运动营养食品产品进出口预测

129第三节2024-2030年运动营养食品行业投资机会

129一、2024-2030年运动营养食品行业主要领域投资机会

129二、2024-2030年运动营养食品行业出口市场投资机会

129三、2024-2030年运动营养食品行业企业的多元化投资机会

130第四节影响运动营养食品行业发展的主要因素

130一、2024-2030年影响运动营养食品行业运行的有利因素分析

130二、2024-2030年影响运动营养食品行业运行的稳定因素分析

131三、2024-2030年影响运动营养食品行业运行的不利因素分析

131四、2024-2030年我国运动营养食品行业发展面临的挑战分析

132	五、2024-2030年我国运动营养食品行业发展面临的机遇分析	
133	第五节运动营养食品行业投资风险及控制策略分析	
134	一、2024-2030年运动营养食品行业市场风险及控制策略	
134	二、2024-2030年运动营养食品行业政策风险及控制策略	
134	三、2024-2030年运动营养食品行业经营风险及控制策略	
135	四、2024-2030年运动营养食品行业技术风险及控制策略	
135	五、2024-2030年运动营养食品行业同业竞争风险及控制策略	
135	六、2024-2030年运动营养食品行业其他风险及控制策略	
136	第九章	
2024-2030年国内运动营养食品行业品牌投资价值与投资策略分析	137	第一节行业SWOT模型分析
137	一、优势分析	
137	二、劣势分析	
137	三、机会分析	
137	四、风险分析	
137	第二节运动营养食品行业发展的PEST分析	
138	一、政治和法律环境分析	
138	二、经济发展环境分析	
138	三、社会、文化与自然环境分析	
153	四、技术发展环境分析	
166	第三节运动营养食品行业投资价值分析	
166	一、2020-2023年运动营养食品市场趋势总结	
166	二、2024-2030年运动营养食品发展趋势分析	
166	三、2024-2030年运动营养食品市场发展空间	
167	四、2024-2030年运动营养食品产业政策趋向	
167	五、2024-2030年运动营养食品技术革新趋势	
167	六、2024-2030年运动营养食品价格走势分析	
167	第四节运动营养食品行业投资风险分析	
167	一、宏观调控风险	
168	二、行业竞争风险	
168	三、供需波动风险	
169	四、技术创新风险	
169	五、经营管理风险	
170	六、其他风险	
170	第五节运动营养食品行业投资策略分析	
171	一、重点投资品种分析	
171	二、重点投资地区分析	
171	三、项目投资建议	
171	第十章 对国内运动营养食品行业总结及企业经营战略建议	
178	第一节运动营养食品行业问题总结	
178	第二节2024-2030年运动营养食品行业企业的标杆管理	
178	一、国内企业的经验借鉴	
178	二、国外企业的经验借鉴	
179	第三节2024-2030年运动营养食品行业企业的资本运作模式	
179	一、运动营养食品行业企业国内资本市场的运作建议	
179	二、运动营养食品行业企业海外资本市场的运作建议	
180	第四节2024-2030年运动营养食品行业企业营销模式建议	
180	一、运动营养食品行业企业的国内营销模式建议	
181	二、运动营养食品行业企业海外营销模式建议	
182	第五节运动营养食品市场的重点客户战略实施	
183	一、实施重点客户战略的必要性	
183	二、合理确立重点客户	
183	三、对重点客户的营销策略	
184		

图表目录	图表 1 2018-2023年国内生产总值及增长速度	27
	图表 2 2018-2023年全社会固定资产投资及其增长速度	29
	图表 3 2023年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度单位：亿元	29
	图表 4 2018-2023年12月我国运动营养食品市场规模分析	44
	图表 5 2023年我国运动营养食品区域结构分析	44
	图表 6 2018-2023年12月东北地区运动营养食品市场规模分析	45
	图表 7 2018-2023年12月华北地区运动营养食品市场规模分析	46
	图表 8 2018-2023年12月华东地区运动营养食品市场规模分析	46
	图表 9 2018-2023年12月华中地区运动营养食品市场规模分析	47
	图表 10 2018-2023年12月华南地区运动营养食品市场规模分析	47
	图表 11 2018-2023年12月西部地区运动营养食品市场规模分析	48
	图表 12 2024-2030年我国运动营养食品市场规模预测分析	48
	图表 13 2018-2023年12月运动营养食品产量分析	50
	图表 14 2018-2023年12月运动营养食品消费量分析	50
	图表 15 消费者对运动营养食品品牌认知度宏观调查	52
	图表 16 消费者对运动营养食品品牌的首要认知渠道	53
	图表 17 消费者经常购买的运动营养食品品牌统计	54
	图表 18 我国运动营养食品品牌市场占有率调查	54
	图表 19 各种营销渠道渠道成本分析	80
	图表 20 各种营销渠道渠道的毛利分析	80
	图表 21 近4年康比特销售毛利率变化情况	92
	图表 22 近4年康比特资产负债率变化情况	92
	图表 23 近4年康比特产权比率变化情况	93
	图表 24 近4年康比特固定资产周转次数情况	93
	图表 25 近4年康比特流动资产周转次数变化情况	94
	图表 26 近4年康比特总资产周转次数变化情况	94
	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	98
	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	98
	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	99
	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	99
	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 100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 100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 104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 104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 105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 105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 106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 107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 111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 111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 112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 112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 113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 116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 117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 117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 118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 118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 119图表 50
我国运动营养食品行业集中度分析 121图表 51 2024-2030年我国运动营养食品市场规模预测分析 125图表
52 2024-2030年我国运动营养食品总产值预测分析 125图表 53 2024-2030年我国运动营养食品利润预测分析
126图表 54 2024-2030年我国运动营养食品行业总资产增长预测分析 127图表 55
2024-2030年我国运动营养食品产量预测分析 127图表 56 2024-2030年我国运动营养食品需求量预测分析
128图表 57 2024-2030年我国运动营养食品产量及需求量预测分析 128图表 58
2024-2030年影响运动营养食品行业运行的有利因素 130图表 59
2024-2030年影响运动营养食品行业运行的稳定因素 131图表 60
2024-2030年影响运动营养食品行业运行的不利因素 131图表 61
2024-2030年我国运动营养食品行业发展面临的挑战 132图表 62
2024-2030年我国运动营养食品行业发展面临机遇 133图表 63
2024-2030年运动营养食品行业经营风险及控制策略 135图表 64
2024-2030年运动营养食品行业同业竞争风险及控制策略 136图表 65
2015-2021年年末我国外汇储备及其增长速度 139图表 66 2018-2023年公共财政收入及其增长速度 140图表
67 国家财政收支总额及其增长速度 140图表 68 2018-2023年中国CPI指数 144图表 69
2023年居民消费价格比上年涨跌幅度单位：% 145图表 70
2018-2023年农村居民人均纯收入及其实际增长速度 147图表 71
2018-2023年城镇居民人均可支配收入及其实际增长速度 147图表 72
2018-2023年社会消费品零售总额及其增长速度 149图表 73 2018-2023年货物进出口总额 150图表 74
2023年货物进出口总额及其增长速度单位：亿美元 151图表 75
2023年主要商品出口数量、金额及其增长速度 151图表 76 2023年主要商品进口数量、金额及其增长速度
151图表 77 2023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 152图表 78
2022年年末人口数及其构成 单位：万人 153图表 79
2018-2023年普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数情况 154图表 80
2020-2023年我国消费者信心指数统计 154图表 81 2024-2030年运动营养食品行业同业竞争风险及控制策略
168图表 82 运动营养食品项目投资注意事项图 173图表 83 运动营养食品行业生产开发注意事项 174图表 84
运动营养食品销售注意事项 176