

2024年健身补品行业现状概览及发展趋势预测报告

产品名称	2024年健身补品行业现状概览及发展趋势预测报告
公司名称	湖南睿略信息咨询有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	长沙高新开发区麓云路100号兴工科技园一期15栋厂房4层401-1号
联系电话	19911568590 19911568590

产品详情

据睿略咨询发布的全球和中国健身补品市场调研报告整理分析，全球健身补品市场规模2023年达到523.51亿元（人民币）。报告结合全球经济政策形势和市场动态，对预测期间全球健身补品市场做出合理预测，预计至2029年全球健身补品市场规模将会达到832.06亿元，以7.45%的复合年增长率增长。同年中国健身补品市场规模为148.83亿元，是全球亚太地区的主要市场之一。

健身补品市场按类型可进一步细分为乳清蛋白, 其他, 大豆蛋白, 酪蛋白, 鸡蛋蛋白。报告中对各细分类型的销售情况进行统计，并给出全球和中国细分产品市场价格变化趋势以及影响价格变动的因素分析。

健身补品市场按终端应用可细分为其他, 在线商店, 直接对客户（DTC），超级市场。报告还对预测期间各应用市场未来需求力度、市场规模、增长率等数据方面进行了合理评估。

报告中列举的全球健身补品市场领头企业包括Abbot Laboratories, AMCO Proteins, Cyto Sport, IOVATE, MusclePharm Corp, NBTY, NOW Foods, Quest Nutrition, Transparent Labs。为了目标用户能更直观地对比并了解竞争格局，该报告除了企业营销情况和市场表现等分析之外还提供2019年和2023年全球和中国行业CR3、CR5、CR10。

健身补充剂是那些参与健身、举重、混合武术和体育运动的人常用的饮食补充剂，其目的是促进瘦体重的增加。

报告发布机构：湖南睿略信息咨询有限公司

健身补品行业重点企业：

Abbot Laboratories

AMCO Proteins

Cyto Sport

IOVATE

MusclePharm Corp

NBTY

NOW Foods

Quest Nutrition

Transparent Labs

健身补品细分种类：

乳清蛋白

其他

大豆蛋白

酪蛋白

鸡蛋蛋白

健身补品细分应用领域：

其他

在线商店

直接对客户（DTC）

超级市场

后疫情时代背景下，为了帮助健身补品行业企业了解市场最新发展动向，抓住市场机遇，本报告对健身补品行业发展现状做了总结，同时对未来健身补品行业发展前景进行预判，报告重点在于行业竞争格局的分析。睿略咨询发布的健身补品行业报告涵盖全球与中国市场，首先从宏观角度介绍了健身补品行业定义、产业链、整体规模以及发展环境等。其次从细分产品、应用市场、细分地区以及行业内主要企业等维度，着重总结了健身补品市场竞争格局，结合不同地区和企业的发展概况，总结了其市场竞争力，通过横向对比锁定市场重点地区、重点产品和应用领域以及biaogan企业。最后，报告对全球及中国健身补品市场发展前景做出预测。

报告重点从全球与中国健身补品行业细分产品市场、应用市场、细分地区以及行业内主要企业四个维度

出发，着重总结了健身补品市场竞争格局和集中度，结合不同地区和企业的发展概况，总结了其市场竞争力，通过横向对比锁定市场重点地区、重点产品和应用领域以及biaogan企业。最后，基于研究团队收集到的大量信息，综合考虑行业各种影响因素，对全球及中国健身补品行业细分市场的发展前景做出预测。

报告基于全球及中国健身补品行业市场历年发展趋势规律与行业现状，结合当前国际宏观环境及各国家或地区的最新行业相关政策，对全球亚太地区（中国、日本、韩国、印度、东盟、澳大利亚和新西兰）、北美地区（美国、加拿大、墨西哥）、欧洲地区（德国、英国、法国、意大利、西班牙、俄罗斯）、中东和非洲地区（南非、埃及、伊朗、沙特阿拉伯）等重点区域健身补品市场进行深入分析，提供区域市场关键数据点，及发展影响因素分析，给出合理可靠的行业投资参考。

健身补品市场报告各章节重点内容如下：

第一章：健身补品行业简介、健身补品产业链图景、定义及分类应用介绍；

第二章：国内外健身补品行业运行环境分析（政法、经济、社会、技术）；

第三章：全球健身补品行业发展现状、细分市场发展概况及行业集中度分析；

第四章：中国健身补品行业发展现状及进出口分析（机遇与挑战）；

第五章：全球健身补品行业细分类型市场分析（含市场规模数据、产品价格变化及影响因素分析）；

第六章：中国健身补品行业细分类型市场分析（含市场规模数据、产品价格变化及影响因素分析）；

第七章：全球健身补品行业应用领域发展分析（含销量、销售额及增长率统计）；

第八章：中国健身补品行业应用领域发展分析（含销量、销售额及增长率统计）；

第九章：全球各地区健身补品行业发展概况、市场规模及发展趋势分析；

第十章：全球及中国健身补品行业企业竞争格局分析；

第十一章：健身补品行业竞争策略分析；

第十二章：宏观背景下全球健身补品行业发展及细分市场前景预测；

第十三章：新时期背景下中国健身补品行业相关政策分析及行业前景预测；

第十四章：健身补品行业成长价值评估。

目录

第一章 健身补品行业综述

1.1 健身补品行业简介

1.1.1 产品定义及特征

1.1.2 行业发展概述

1.2 健身补品行业全产业链图景

1.3 健身补品行业产品种类介绍

1.4 健身补品行业下游应用领域概况

1.5 健身补品行业下游客户分析

1.6 2019-2028全球健身补品行业市场规模

第二章 国内外健身补品行业运行环境分析

2.1 中国健身补品行业政治法律环境分析

2.1.1 中国行业主要政策及法律法规

2.1.2 中国行业相关发展规划

2.2 健身补品行业经济环境分析

2.2.1 全球宏观经济形势分析

2.2.2 中国宏观经济形势分析

2.3 健身补品行业社会环境分析

2.4 健身补品行业技术环境分析

第三章 全球健身补品行业发展现状

3.1 全球健身补品行业发展现状

3.1.1 全球健身补品行业发展概况分析

3.1.2 全球健身补品行业市场规模

3.1.3 xinguan疫情对全球健身补品行业的影响

3.2 全球健身补品行业细分领域市场概况分析

3.2.1 全球各地区健身补品行业市场概况

3.2.2 全球健身补品行业细分产品市场概况

3.2.3 全球健身补品行业应用领域市场概况

3.3 全球健身补品行业集中度分析

第四章 中国健身补品行业发展现状

4.1 中国健身补品行业发展现状分析

4.1.1 中国健身补品行业发展概况分析

4.1.2 中国健身补品行业政策环境

4.1.3 中国健身补品行业市场规模

4.2 中国健身补品行业集中度分析

4.3 中国健身补品行业进出口分析

4.4 中国健身补品行业发展机遇分析

4.5 中国健身补品行业发展挑战分析

第五章 全球健身补品行业细分类型市场分析

5.1 全球健身补品行业细分类型市场规模

5.1.1 全球乳清蛋白销量、销售额及增长率统计

5.1.2 全球其他销量、销售额及增长率统计

5.1.3 全球大豆蛋白销量、销售额及增长率统计

5.1.4 全球酪蛋白销量、销售额及增长率统计

5.1.5 全球鸡蛋蛋白销量、销售额及增长率统计

5.2 全球健身补品行业细分产品市场价格变化

5.3 影响全球健身补品行业细分产品价格的因素

第六章 中国健身补品行业细分类型市场分析

6.1 中国健身补品行业细分类型市场规模

6.1.1 中国乳清蛋白销量、销售额及增长率统计

6.1.2 中国其他销量、销售额及增长率统计

6.1.3 中国大豆蛋白销量、销售额及增长率统计

6.1.4 中国酪蛋白销量、销售额及增长率统计

6.1.5 中国鸡蛋蛋白销量、销售额及增长率统计

6.2 中国健身补品行业细分产品市场价格变化

6.3 影响中国健身补品行业细分产品价格的因素

第七章 全球健身补品行业下游应用领域市场分析

7.1 全球健身补品在各应用领域的市场规模

7.1.1 全球健身补品在其他领域销量、销售额及增长率统计

7.1.2 全球健身补品在在线商店领域销量、销售额及增长率统计

7.1.3 全球健身补品在直接对客户（DTC）领域销量、销售额及增长率统计

7.1.4 全球健身补品在超级市场领域销量、销售额及增长率统计

7.2 全球市场上游行业各因素波动对健身补品行业的影响

7.3 全球市场各下游应用行业发展对健身补品行业的影响

第八章 中国健身补品行业下游应用领域市场分析

8.1 中国健身补品在各应用领域的市场规模

8.1.1 中国健身补品在其他领域销量、销售额及增长率统计

8.1.2 中国健身补品在在线商店领域销量、销售额及增长率统计

8.1.3 中国健身补品在直接对客户（DTC）领域销量、销售额及增长率统计

8.1.4 中国健身补品在超级市场领域销量、销售额及增长率统计

8.2 中国市场上游行业各因素波动对健身补品行业的影响

8.3 中国市场各下游应用行业发展对健身补品行业的影响

第九章 全球各地区健身补品行业发展概况分析

9.1 全球主要地区健身补品行业市场销量分析

9.2 全球主要地区健身补品行业市场销售额分析

9.3 亚太地区健身补品行业发展概况

9.3.1 新冠疫情影响对亚太地区健身补品行业的影响

9.3.2 亚太地区健身补品行业市场规模分析

9.3.3 亚太地区主要国家健身补品行业市场规模统计

9.3.3.1 亚太地区主要国家健身补品行业销量及销售额

9.3.3.2 中国健身补品行业市场规模分析

9.3.3.3 日本健身补品行业市场规模分析

9.3.3.4 韩国健身补品行业市场规模分析

9.3.3.5 印度健身补品行业市场规模分析

9.3.3.6 东盟健身补品行业市场规模分析

9.3.3.7 澳大利亚和新西兰健身补品行业市场规模分析

9.4 北美地区健身补品行业发展态势解析

9.4.1 xinguan疫情对北美健身补品行业的影响

9.4.2 北美地区健身补品行业市场规模分析

9.4.3 北美地区主要国家健身补品行业市场规模统计

9.4.3.1 北美地区主要国家健身补品行业销量及销售额

9.4.3.2 美国健身补品行业市场规模分析

9.4.3.3 加拿大健身补品行业市场规模分析

9.4.3.4 墨西哥健身补品行业市场规模分析

9.5 欧洲地区健身补品行业发展态势解析

9.5.1 xinguan疫情对欧洲健身补品行业的影响

9.5.2 欧洲地区健身补品行业市场规模分析

9.5.3 欧洲地区主要国家健身补品行业市场规模统计

9.5.3.1 欧洲地区主要国家健身补品行业销量及销售额

9.5.3.2 德国健身补品行业市场规模分析

9.5.3.3 英国健身补品行业市场规模分析

9.5.3.4 法国健身补品行业市场规模分析

9.5.3.5 意大利健身补品行业市场规模分析

9.5.3.6 西班牙健身补品行业市场规模分析

9.5.3.7 俄罗斯健身补品行业市场规模分析

9.5.3.8 俄乌战争对俄罗斯健身补品行业发展的影响

9.6 中东和非洲地区健身补品行业发展态势解析

9.6.1 xinguan疫情对中东和非洲地区健身补品行业的影响

9.6.2 中东和非洲地区健身补品行业市场规模分析

9.6.3 中东和非洲地区主要国家健身补品行业市场规模统计

9.6.3.1 中东和非洲地区主要国家健身补品行业销量及销售额

9.6.3.2 南非健身补品行业市场规模分析

9.6.3.3 埃及健身补品行业市场规模分析

9.6.3.4 伊朗健身补品行业市场规模分析

9.6.3.5 沙特阿拉伯健身补品行业市场规模分析

第十章 全球及中国健身补品行业企业竞争格局分析

10.1 Abbot Laboratories

10.1.1 Abbot Laboratories基本情况

10.1.2 Abbot Laboratories主要产品和服务介绍

10.1.3 Abbot Laboratories市场表现和竞争地位分析

10.2 AMCO Proteins

10.2.1 AMCO Proteins基本情况

10.2.2 AMCO Proteins主要产品和服务介绍

10.2.3 AMCO Proteins市场表现和竞争地位分析

10.3 Cyto Sport

10.3.1 Cyto Sport基本情况

10.3.2 Cyto Sport主要产品和服务介绍

10.3.3 Cyto Sport市场表现和竞争地位分析

10.4 IOVATE

10.4.1 IOVATE基本情况

10.4.2 IOVATE主要产品和服务介绍

10.4.3 IOVATE市场表现和竞争地位分析

10.5 MusclePharm Corp

10.5.1 MusclePharm Corp基本情况

10.5.2 MusclePharm Corp主要产品和服务介绍

10.5.3 MusclePharm Corp市场表现和竞争地位分析

10.6 NBTY

10.6.1 NBTY基本情况

10.6.2 NBTY主要产品和服务介绍

10.6.3 NBTY市场表现和竞争地位分析

10.7 NOW Foods

10.7.1 NOW Foods基本情况

10.7.2 NOW Foods主要产品和服务介绍

10.7.3 NOW Foods市场表现和竞争地位分析

10.8 Quest Nutrition

10.8.1 Quest Nutrition基本情况

10.8.2 Quest Nutrition主要产品和服务介绍

10.8.3 Quest Nutrition市场表现和竞争地位分析

10.9 Transparent Labs

10.9.1 Transparent Labs基本情况

10.9.2 Transparent Labs主要产品和服务介绍

10.9.3 Transparent Labs市场表现和竞争地位分析

第十一章 健身补品行业竞争策略分析

11.1 健身补品行业现有企业间竞争

11.2 健身补品行业潜在进入者分析

11.3 健身补品行业替代品威胁分析

11.4 健身补品行业供应商及客户议价能力

11.5 健身补品行业进入壁垒分析

第十二章 大环境下全球健身补品行业市场发展前景

12.1 全球健身补品行业发展趋势

12.2 全球健身补品行业市场规模预测

12.3 全球健身补品细分类型市场规模预测

12.3.1 全球健身补品行业细分类型销量预测

12.3.2 全球健身补品行业细分类型销售额预测

12.3.3 2024-2028年全球健身补品行业各产品价格预测

12.4 全球健身补品在各应用领域市场规模预测

12.4.1 全球健身补品在各应用领域销量预测

12.4.2 全球健身补品在各应用领域销售额预测

12.5 全球重点区域健身补品行业发展趋势

12.5.1 全球重点区域健身补品行业销量预测

12.5.2 全球重点区域健身补品行业销售额预测

第十三章 新时期下中国健身补品行业发展前景

13.1 “十四五”规划健身补品行业相关政策

13.2 中国健身补品行业市场规模预测

13.3 中国健身补品细分类型市场规模预测

13.3.1 中国健身补品行业细分类型销量预测

13.3.2 中国健身补品行业细分类型销售额预测

13.3.3 2024-2028年中国健身补品行业各产品价格预测

13.4 中国健身补品在各应用领域市场规模预测

13.4.1 中国健身补品在各应用领域销量预测

13.4.2 中国健身补品在各应用领域销售额预测

第十四章 健身补品行业成长价值评估

14.1 健身补品行业成长性分析

14.2 健身补品行业回报周期分析

14.3 健身补品行业发展热点分析

健身补品行业研究报告结合全球经济和政策等宏观环境、健身补品市场发展现状及趋势、市场竞争力等方面进行调研分析，包含健身补品市场规模、市场份额、增长率、企业营收等关键数据，为客户提供有价值的洞察分析、市场关键热点，帮助目标用户提升企业核心竞争力。该报告可以帮助企业确定市场定位和目标客户。通过报告中提供的行业细分市场分析和消费者洞察，企业可以确定最有潜力的市场细分和目标客户群体，从而更加精准地制定市场营销策略。

报告编码：1472825