

# 中国运动营养食品行业现状深度分析与投资趋势 研究报告（2022-2029年）

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国运动营养食品行业现状深度分析与投资趋势研究报告（2022-2029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/202212/620497.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、行业概述

根据我国发布的《食品安全国家标准运动营养食品通则》（GB24154—2015），运动营养食品是指为满足运动人群（指每周参加体育锻炼3次及以上、每次持续时间30min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而专门加工的食品。

根据《食品安全国家标准运动营养食品通则》（GB24154-2015），运动营养食品分为特征营养素类、运动项目类两大类。其中特征营养素类具体包括补充能量类、控制能量类和补充蛋白类，运动项目类具体包括速度力量类、耐力类和运动后恢复类。

### 二、行业政策

政策下迎来新的发展机遇。近年来为推动行业发展，我国相继发布运动营养食品行业相关政策，例如《国民营养计划2017—2030年》、《全民健身指南》等政策。对此随着国家大健康政策的出台和新冠病毒的流行，提高了人们对营养与身体健康的重视程度，也让运动营养食品行业迎来了新的发展机遇。

近年来运动营养食品行业相关政策 发布时间 发布部门 政策名称 重点内容 2016年 中共中央、国务院《健康中国2030规划纲要》 优化健康产业体系，形成一批具有较强创新能力和国际竞争力的大型企业，成为国民经济支柱性产业，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 国务院办公厅 国民营养计划（2017-2030年） 开发利用我国丰富的特色农产品资源，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。工信部、发改委《关于促进食品工业健康发展的指导意见》 要求食品工业规模化、智能化、集约化、绿色化发展水平明显提升，供给质量和效率显著提高；食品安全保障水平稳步提升，标准体系进一步完善。科技部“十三五”食品科技创新专项规划 重点发展食品高新技术产业，提升食品产业竞争力；优化食品科技创新平台布局，培养食品科技人才；全面提升国际合作交流水平，增强自主研发能力与国际竞争力；强化技术成果转化服务，实现科研成果产业化。国务院“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，带动食品产业转型升级和食品质量安全管理水平整体提升。 2019年 健康中国行动推进委员会《健康中国行动（2019-2030年）》 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。国务院《国务院关于实施健康中国行动的意见》 建立健全健康教育体系

，普及健康知识，引导群众建立正确健康观，加强早期干预，形成有利于健康的生活方式、生态环境和社会环境，延长健康寿命，为全方位全周期保障人民健康、建设健康中国奠定坚实基础。包括：实施健康知识普及行动、实施合理膳食行动、实施全民健身行动等。

国务院《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。 国务院

《国务院办公厅关于促进全民健身和体育消费推动体育产业高质量发展的意见》 体育产业在满足人民日益增长的美好生活需要方面发挥着不可替代的作用。要以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，强化体育产业要素保障，激发市场活力和消费热情，推动体育产业成为国民经济支柱性产业，让经常参加体育锻炼成为一种生活方式。 2021 年 国务院《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 中共中央办公厅、国务院《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

### 三、行业发展现状

相对于国外，我国运动营养学发展较晚，于 20 世纪 50 年代后期才开始研究，北京大学运动医学研究所营养生化研究室是我国最早的运动营养研究机构。到20世纪90年代初，我国体育系统开始正式进行运动营养食品的研制和功能评价工作，随后一些健美爱好者从国外带回部分具有增强肌肉效果的运动营养补剂，例如德国英豪（Inkospor）等。再到21 世纪初，国外的欧普特蒙（Optimum）、健安喜（GNC）进入中国，国内的本土企业康比特等成立。目前，我国运动营养食品市场尚处于发展的初级阶段。

近年来在法规建设不断完善下，我国运动营养食品产业及市场呈现厚积薄发的态势。尤其是

近几年来人们对于“运动+营养”的健康生活理念的认识不断深入，从而对于运动营养食品也逐渐由陌生转向青睐。有相关数据显示，2015-2020年，我国运动营养市场的复合年均增长率高达40%，是全球增速最快的市场之一。而预测未来三年的增速仍可达到21%，远高于全球运动营养行业5%的增速水平，预计到2023年，我国运动营养食品市场规模可达60亿元人民币。

数据来源：观研天下整理

目前我国运动营养市场集中度较高，排名前10的厂商贡献了超80%的市场份额，随着我国厂商对于外资品牌的不断兼并和收购，在前10的市场零售规模中，约75%的零售收入来自我国厂商，约25%来自国际厂商。

### 三、行业发展趋势分析

1、全民健身时代已悄然来临，未来有较大增长空间。从《‘十四五’体育发展规划》到《‘健康中国2030’规划纲要》等文件陆续出台，全民健身风潮正起，对运动营养的潜在需求人群快速壮大。近年来，许多城市开始举办全民运动会、马拉松比赛等各种形式的运动和徒步活动，各大健身房、俱乐部不断涌现，人们对于运动必要性的认识愈发深刻，全民健身时代已悄然来临，为运动营养食品带来庞大的市场需求。

根据相关数据显示，我国国民对自身健康期望值都在8.7分以上。随着社会的进步，国民将更加重视品质生活和关注身体健康，其中运动健身是维持身体健康的重要方式之一。截至2020年12月31日，中国为全球健身人群最多的国家。到2021年中国的健身人群数量(即每周参与两次以上健身活动的人士达到303.0百万人，预计到2022年中国的健身人群数量将达到323.9百万人。

数据来源：观研天下整理（WW）

2、后疫情时代，全民的健康意识发生重大转变。虽然疫情给运动营养食品行业带来一定的冲击，但后疫情时代，全民的健康意识、健康补充需求发生了重大转变，更多人愈加重视自身的身体健康，为行业带来了更多的潜在市场需求。

3、行业渗透率低，未来提升空间大。经过几十年的发展，我国各地区的运动营养食品行业渗透率均有所提升，但仍存在较大差异。例如北美市场的渗透率已处于较高水平，在2015年人均运动营养支出占健康支出的比例约

10%，而亚洲市场特别是国内市场仍处于较低水平，未来具有较大的提升空间。

4、消费升级下，经营模式将发生变化。在消费升级过程中，健康食品用户的消费习惯、消费场景、消费频次都在发生着变化，线上销售规模持续增长，健康食品消费者在家就能随时

订购，在价格、质量、品类上的选择更便捷，还减少了外出采购的时间，满足消费升级需求。营销方式更多样化、社交化，消费体验提升。明星代言、粉丝经济、直播带货、种草式推荐，能迅速打开运动健康食品的市场，快速提升品牌的知名度，这也将成为行业消费的新风尚。

5、产品功能细分化发展，满足需求多元化趋势。参考成熟市场的发展规律，随着经济社会的发展，专业运动人群以及追求健

康人群规模不断提升，其对于运动营养食品的需求呈现多元化发展趋势。运动营养食品生产企业为满足消费者日趋多样化及专业化的内生需求，不断创新产品类型，行业正呈现功能逐步细分化发展，由粗放式发展进入精细化发展的趋势。对于竞技运动人群，其主要诉求包括提升和改善运动速度、力量、耐力、协

111

调、柔韧、灵敏，以及运动后恢复等，运动营养食品制造企业需要从营养配方、功效实验、解决方案上体现产品专业性，比如设计不同的配方、用量、服用方法，并与运动训练相结合等；对于大众健身健康人群，除了满足最基本的运动营养和提高运动机能需求，企业更多会关注原料来源、包装、风味、便携性等特性，以及纤体、代餐等个性化诉求。

6、形态逐步多元化。目前在全球运动营养品市场中，粉剂（蛋白粉）依然是最大的运动营养产品形态，也是最核心的产品形态。但随着行业的不断发展，整个运动营养产品范畴也在快速地扩张，包括蛋白粉、蛋白棒、凝胶糖果、液态饮料和其他补充剂等，产品形态逐步多元化。（WW）

观研报告网发布的《中国运动营养食品行业现状深度分析与投资趋势研究报告（2022-2029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。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

## 【目录大纲】

### 第一章 2018-2022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 2018-2022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 2022-2029年世界运动营养食品行业分布走势预测

第七节 2022-2029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 2018-2022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 2018-2022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 2018-2022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 2018-2022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

### 第九节 2022-2029年中国运动营养食品行业市场规模区域分布预测

## 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

.....

## 第十二章 2022-2029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 2022-2029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 2022-2029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、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/202212/620497.html>