

2020年中国健身零食市场调研报告- 行业运营现状与未来前景研究

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《2020年中国健身零食市场调研报告-行业运营现状与未来前景研究》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://baogao.chinabaogao.com/shipin/519205519205.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、行业发展特点分析

健身零食是某些类复合健身人士要求的零食，既要不增加脂肪，又要提供足够的能量，供自身肌肉进行修复。

不过，虽然绝大多数的零食经过加工、富含惊人热量，但并不能一票否决所有的零食。有些零食对于热爱健身的人来说，既满足了能量的要求，还不会有过多的热量。

1、坚果

在以前坚果被视为高热量食物，实际上是健康脂肪、矿物质及纤维的重要来源。现在有研究证实，坚果具有帮助减肥的潜力。

另外，坚果所富含的单元不饱和脂肪酸（如核桃、杏仁、榛果、腰果、花生），还有助于降低总胆固醇，减少患上冠心病的风险。

坚果不仅有上述的好处，更因为体积小、常温即可保存的优点，变成一种好携带的零嘴，只要算好总量，哪怕健身的时候一嘴馋，稍微吃一点，都很方便食用。

2、牛肉干

牛肉干是健身人群的主食之一，富有蛋白质及必需氨基酸，对于建构肌肉、修复身体的重要元素。在挑选牛肉干前，应尽量避免添加硝酸盐、味精、糖等调味剂的牛肉干；如此一来，你吃下的牛肉干才会是低热量、健康又有饱足感。

3、水果

水果是从上班族到运动员都适合食用的零食。由于种类众多，能提供的健康益处、营养素、维生素等指标皆不同。一般建议想减肥的人，可以多食用热量较低的香蕉、蓝莓、草莓、瓜果类的水果。

如果是想要增重或快速补充热量，香蕉、芒果、凤梨等含糖量偏高的水果便会是优先选项。水果本身的营养素，多以碳水化合物为主，计算总量时可能要特别留意，依据当前目标做选择，才能避免超标。

4、酸奶

酸奶可以说是另一种完美零食，相较其他的蛋白质，优格更好消化。市面上有不少含糖量、脂肪量较高的品项，购买前记得多瞄一眼，有更天然的选项可以放进购物篮里。

越是天然、健康的酸奶，不仅能提供钙质、酪蛋白，还有对肠道健康有帮助的好菌。然而，通常这种酸奶会比较没有味道，若不合胃口，加入肉桂粉、香料提升味道倒无妨。

5、其他蛋白质来源

目前有不少营养品厂商售有高蛋白饮品、高蛋白棒、鸡胸肉，使得营养补充品不再单调，让健身人群有属于自己的“小零食”。不过这些零食的价格普遍都会比一般的高一些，个人可视需求进行补充购买。

二、中国健身零食行业市场规模分析

近日，休闲零食品牌良品铺子宣布沈梦辰代言其代餐产品子品牌“良品飞扬”。“良品飞扬”是良品铺子继儿童零食之后的又一子品牌，核心对象是泛健身人群、专业健身人士等，已推出包括“三重控糖蛋白代餐奶昔”、“低GI饼干”、“轻果谷物棒”等20多款产品。

据统计，当前我国代餐市场规模大约在300亿元左右，其中健身零食市场大约占据1/4-1/3,2019年健身零食市场规模约为81亿元，预计2020年市场规模将达到97亿元。

2015-2020年我国健身零食行业市场规模 资料来源：观研天下数据中心整理

三、中国健身零食行业需求情况分析

当前我国已将体育健身被列入国民幸福产业，全民运动健身成顶层国家战略，各省市认领的2025年产业目标总和高达7万亿，远超国家5万亿目标。2025年健身产业规模目标认领最高规模的前三个省分别是：福建、广东和江苏。

调查显示，当前虽然中国健身人口的渗透率还远不及美国，但从总量上看，已经与美国持平，达到46050家。其中，香港和台湾地区的健身房相对规模较早，但受限于市场容量，规模相对较小。

中外健身房及健身人口渗透率对比

国家和地区

俱乐部

总人口

健身人口

渗透率

美国

4.5万家

3.27亿

6648万

20.33%

中国

4.6万家

13.9亿

4327万

3.11%

中国台湾

900+家

739万

46万

6.22%

中国香港

约300家

2358万

73万

2.24%资料来源：公开资料整理

自1995年实施全民健身计划以来，我国群众体育事业蓬勃发展，各级体育行政部门积极落实《全民健身计划纲要》，青少年体育工作不断推进，体育活动意识明显增强；全国人均体育场馆面积达1.57平方米，经常参加体育活动的人口比例为33.9%；老年人体育活动形式丰富多彩，生活质量提高。第六次人口普查数据表明，全国人均预期寿命为74.9岁。体育活动成为强身健体重要手段的社会氛围已经形成。

巨大的健身人群为我国健身零食的发展提供了充足的需求空间。（YM）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国健身零食市场调研报告-行业运营现状与未来前景研究》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。

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。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统计数据，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。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国健身零食行业发展概述

第一节 健身零食行业发展情况概述

- 一、健身零食行业相关定义
- 二、健身零食行业基本情况介绍
- 三、健身零食行业发展特点分析

第二节 中国健身零食行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、健身零食行业产业链条分析
- 三、中国健身零食行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国健身零食行业生命周期分析

- 一、健身零食行业生命周期理论概述
- 二、健身零食行业所属的生命周期分析

第四节 健身零食行业经济指标分析

- 一、健身零食行业的赢利性分析
- 二、健身零食行业的经济周期分析
- 三、健身零食行业附加值的提升空间分析

第五节 中国健身零食行业进入壁垒分析

- 一、健身零食行业资金壁垒分析
- 二、健身零食行业技术壁垒分析
- 三、健身零食行业人才壁垒分析
- 四、健身零食行业品牌壁垒分析
- 五、健身零食行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球健身零食行业市场发展现状分析

第一节 全球健身零食行业发展历程回顾

第二节 全球健身零食行业市场区域分布情况

第三节 亚洲健身零食行业地区市场分析

- 一、亚洲健身零食行业市场现状分析
- 二、亚洲健身零食行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲健身零食行业市场前景分析

第四节 北美健身零食行业地区市场分析

- 一、北美健身零食行业市场现状分析
- 二、北美健身零食行业市场规模与市场需求分析

三、北美健身零食行业市场前景分析

第五节 欧盟健身零食行业地区市场分析

一、欧盟健身零食行业市场现状分析

二、欧盟健身零食行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟健身零食行业市场前景分析

第六节 全球健身零食行业重点企业分析

第七节 2021-2026年世界健身零食行业分布走势预测

第八节 2021-2026年全球健身零食行业市场规模预测

第三章 中国健身零食产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品健身零食总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国健身零食行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国健身零食产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国健身零食行业运行情况

第一节 中国健身零食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 中国健身零食行业市场规模分析

第三节 中国健身零食行业供应情况分析

第四节 中国健身零食行业需求情况分析

第五节 中国健身零食行业供需平衡分析

第六节 中国健身零食行业发展趋势分析

第五章 中国健身零食所属行业运行数据监测

第一节 中国健身零食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 中国健身零食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 中国健身零食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

第六章 2017-2020年中国健身零食市场格局分析

第一节 中国健身零食行业竞争现状分析

一、中国健身零食行业竞争情况分析

二、中国健身零食行业主要品牌分析

第二节 中国健身零食行业集中度分析

一、中国健身零食行业市场集中度分析

二、中国健身零食行业企业集中度分析

第三节 中国健身零食行业存在的问题

第四节 中国健身零食行业解决问题的策略分析

第五节 中国健身零食行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国健身零食行业需求特点与动态分析

第一节 中国健身零食行业消费市场动态情况

第二节 中国健身零食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 健身零食行业成本分析

第四节 健身零食行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国健身零食行业价格现状分析

第六节 中国健身零食行业平均价格走势预测

一、中国健身零食行业价格影响因素

二、中国健身零食行业平均价格走势预测

三、中国健身零食行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国健身零食行业区域市场现状分析

第一节 中国健身零食行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区健身零食市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区健身零食市场规模分析

四、华东地区健身零食市场规模预测

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、华中地区健身零食市场规模分析

四、华中地区健身零食市场规模预测

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、华南地区健身零食市场规模分析

四、华南地区健身零食市场规模预测

第九章 2017-2020年中国健身零食行业竞争情况

第一节 中国健身零食行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国健身零食行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国健身零食行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 健身零食行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、发展现状

四、优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、发展现状

四、优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、发展现状

四、优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、发展现状

四、优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、发展现状

四、优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国健身零食行业发展前景分析与预测

第一节 中国健身零食行业未来发展前景分析

一、健身零食行业国内投资环境分析

二、中国健身零食行业市场机会分析

三、中国健身零食行业投资增速预测

第二节 中国健身零食行业未来发展趋势预测

第三节 中国健身零食行业市场发展预测

一、中国健身零食行业市场规模预测

二、中国健身零食行业市场规模增速预测

三、中国健身零食行业产值规模预测

四、中国健身零食行业产值增速预测

五、中国健身零食行业供需情况预测

第四节 中国健身零食行业盈利走势预测

一、中国健身零食行业毛利润同比增速预测

二、中国健身零食行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国健身零食行业投资风险与营销分析

第一节 健身零食行业投资风险分析

一、健身零食行业政策风险分析

二、健身零食行业技术风险分析

三、健身零食行业竞争风险分析

四、健身零食行业其他风险分析

第二节 健身零食行业企业经营发展分析及建议

一、健身零食行业经营模式

二、健身零食行业销售模式

三、健身零食行业创新方向

第三节 健身零食行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国健身零食行业发展战略及规划建议

第一节 中国健身零食行业品牌战略分析

一、健身零食企业品牌的重要性

二、健身零食企业实施品牌战略的意义

三、健身零食企业品牌的现状分析

四、健身零食企业的品牌战略

五、健身零食品牌战略管理的策略

第二节 中国健身零食行业市场重点客户战略实施

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

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国健身零食行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国健身零食行业发展策略及投资建议

第一节 中国健身零食行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国健身零食行业定价策略分析

第三节 中国健身零食行业营销渠道策略

一、健身零食行业渠道选择策略

二、健身零食行业营销策略

第四节 中国健身零食行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国健身零食行业重点投资区域分析

二、中国健身零食行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/519205519205.html>