

2018-2024年中国运动营养食品市场评估分析及发展前景调研战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2018-2024年中国运动营养食品市场评估分析及发展前景调研战略研究报告》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：<https://www.huaon.com/detail/347002.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

报告目录：

第一章国内运动营养食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、运动营养食品行业相关政策分析

第四节运动营养食品行业竞争特征

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

第五节运动营养食品行业技术环境特征

第二章国内运动营养食品行业品牌产品市场规模分析

第一节2014-2017年运动营养食品市场规模分析

第二节2017年我国运动营养食品区域结构分析

第三节运动营养食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年运动营养食品市场规模预测

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

第一节2014-2017年运动营养食品产量统计分析

第二节2014-2017年运动营养食品历年消费量统计分析

第三节2014-2017年国内运动营养食品行业品牌产品平均价格走势分析

第四节运动营养食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

第五节运动营养食品产品的品牌市场调查

- 一、消费者对运动营养食品品牌认知度宏观调查
- 二、消费者对运动营养食品产品的品牌偏好调查
- 三、消费者对运动营养食品品牌的首要认知渠道
- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、运动营养食品品牌忠诚度调查
- 六、运动营养食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食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食品行业品牌发展的重要性

第三节运动营养食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2014-2017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

- 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年国内运动营养食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食品行业进出口市场情况分析

第一节2014-2017年国内运动营养食品行业进出口量分析

一、2014-2017年国内运动营养食品行业进口分析

二、2014-2017年国内运动营养食品行业出口分析

第二节2018-2024年国内运动营养食品行业进出口市场预测分析

一、2018-2024年国内运动营养食品行业进口预测

二、2018-2024年国内运动营养食品行业出口预测

第六章国内运动营养食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、2015-2017年企业销售收入分析

四、2015-2017年企业盈利能力分析

五、2015-2017年公司产品变化

六、2015-2017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、2015-2017年企业销售收入分析
- 四、2015-2017年企业盈利能力分析
- 五、2015-2017年公司产品变化
- 六、2015-2017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、2015-2017年企业销售收入分析
- 四、2015-2017年企业盈利能力分析
- 五、2015-2017年公司产品变化
- 六、2015-2017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、2015-2017年企业销售收入分析
- 四、2015-2017年企业盈利能力分析
- 五、2015-2017年公司产品变化
- 六、2015-2017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、2015-2017年企业销售收入分析
- 四、2015-2017年企业盈利能力分析
- 五、2015-2017年公司产品变化
- 六、2015-2017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食品行业品牌竞争格局分析

第一节运动营养食品行业历史竞争格局概况

- 一、运动营养食品行业集中度分析

二、运动营养食品行业竞争程度分析

第二节运动营养食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年国内运动营养食品行业品牌竞争格局展望

第八章2018-2024年国内运动营养食品行业品牌发展预测

第一节2018-2024年运动营养食品行业品牌市场财务数据预测

一、2018-2024年运动营养食品行业品牌市场规模预测

二、2018-2024年运动营养食品行业总产值预测

三、2018-2024年运动营养食品行业利润总额预测

四、2018-2024年运动营养食品行业总资产预测

第二节2018-2024年运动营养食品行业供需预测

一、2018-2024年运动营养食品产量预测

二、2018-2024年运动营养食品需求预测

三、2018-2024年运动营养食品供需平衡预测

四、2018-2024年主要运动营养食品产品进出口预测

第三节2018-2024年运动营养食品行业投资机会

一、2018-2024年运动营养食品行业主要领域投资机会

二、2018-2024年运动营养食品行业出口市场投资机会

三、2018-2024年运动营养食品行业企业的多元化投资机会

第四节影响运动营养食品行业发展的主要因素

一、2018-2024年影响运动营养食品行业运行的有利因素分析

二、2018-2024年影响运动营养食品行业运行的稳定因素分析

三、2018-2024年影响运动营养食品行业运行的不利因素分析

四、2018-2024年我国运动营养食品行业发展面临的挑战分析

五、2018-2024年我国运动营养食品行业发展面临的机遇分析

第五节运动营养食品行业投资风险及控制策略分析

一、2018-2024年运动营养食品行业市场风险及控制策略

二、2018-2024年运动营养食品行业政策风险及控制策略

三、2018-2024年运动营养食品行业经营风险及控制策略

四、2018-2024年运动营养食品行业技术风险及控制策略

五、2018-2024年运动营养食品行业同业竞争风险及控制策略

六、2018-2024年运动营养食品行业其他风险及控制策略

第九章2018-2024年国内运动营养食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

第二节运动营养食品行业发展的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

第三节运动营养食品行业投资价值分析

一、2018-2024年运动营养食品市场趋势总结

二、2018-2024年运动营养食品发展趋势分析

三、2018-2024年运动营养食品市场发展空间

四、2018-2024年运动营养食品产业政策趋向

五、2018-2024年运动营养食品技术革新趋势

六、2018-2024年运动营养食品价格走势分析

第四节运动营养食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

第五节运动营养食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 国内运动营养食品行业总结及企业经营战略建议

第一节运动营养食品行业问题总结

第二节2018-2024年运动营养食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年运动营养食品行业企业的资本运作模式

一、运动营养食品行业企业国内资本市场的运作建议

1、运动营养食品行业企业的兼并及收购建议

2、运动营养食品行业企业的融资方式选择建议

二、运动营养食品行业企业海外资本市场的运作建议

第四节2018-2024年运动营养食品行业企业营销模式建议

一、运动营养食品行业企业的国内营销模式建议

1、运动营养食品行业企业的渠道建设

2、运动营养食品行业企业的品牌建设

二、运动营养食品行业企业海外营销模式建议

1、运动营养食品行业企业的海外细分市场选择

2、运动营养食品行业企业的海外经销商选择

第五节运动营养食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

图表目录：

图表 1 2017年GDP初步核算数据

图表 2 2017年GDP环比和同比增长速度

图表 3 2017年GDP初步核算数据

图表 4 2017年GDP同比增长速度

图表 5 2016-2017年固定资产投资（不含农户）同比增速

图表 6 2016-2017年固定资产投资到位资金同比增速

图表 7 2017年固定资产投资（不含农户）主要数据

图表 8 1978-2017年中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表 9 运动营养食品中营养强化剂使用规定

图表10 2014-2017年我国运动营养食品市场规模分析

图表11 2017年我国运动营养食品区域结构分析

图表12 2014-2017年东北地区运动营养食品市场规模分析

图表13 2014-2017年华北地区运动营养食品市场规模分析

图表14 2014-2017年华东地区运动营养食品市场规模分析

图表15 2014-2017年华中地区运动营养食品市场规模分析

图表16 2014-2017年华南地区运动营养食品市场规模分析

图表17 2014-2017年西部地区运动营养食品市场规模分析

图表18 2018-2024年我国运动营养食品市场规模预测分析

图表19 2014-2017年运动营养食品产量分析

图表20 2014-2017年运动营养食品消费量分析

图表21 消费者对运动营养食品品牌认知度宏观调查

图表22 消费者对运动营养食品品牌的首要认知渠道

图表23 消费者经常购买的运动营养食品品牌统计

图表24 我国运动营养食品品牌市场占有率调查

图表25 各种营销渠道渠道成本分析

图表26 各种营销渠道渠道的毛利分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/347002.html>