**2020年及以后的运动营养品发展趋势**

健身营养品行业发展迅速，融入了大众文化，发扬了企业生活的精神，这得益于新世纪在传统饮食计划中加强蛋白质摄入的要求。随着亚太地区城市化的推进，生活方式、经济收入、消费习惯发生改变，这一行业开始在这片土地上发扬光大。该地区的人们愈发沉浸于户外运动和健身活动，运动营养品需求随之增加。

[美国联合市场研究机构（Allied Market Research）发布的一份报告](https://www.alliedmarketresearch.com/asia-pacific-sports-nutrition-market)称，2015年-2020年间，亚太运动营养品市场年综合增长率预计为市场总量的9%，2020年总价值将达78亿美元。该报告还透露，2021年全球运动营养品市场规模预计将达440亿美元。

截至目前，日本拥有亚太地区最大的运动营养品市场，而中国和印度的市场则刚刚起步，有望在接下来的几年迎来巨大发展。 然而，这些国家存在大量廉价仿制品，这对业内人士而言无疑是一巨大挑战。

丽贝卡·伦（Rebecca Lwin）是一名富有经验的营养师，她于菲律宾首都马尼拉创办了一家营养咨询公司——外籍营养师，此次她受邀将出席2019亚洲国际营养保健食品展（Vitafoods Asia 2019 Conference）并发言。伦说：“随着亚洲文化中融入的西方饮食习惯增多，由生活方式引发的疾病层出不穷，例如肥胖症、心脏病和糖尿病。”

**行业前景**

伦提到：“过去15年中，更加个人化、具有针对性的服务开始萌芽，从健身会员种类的增加、超级食品的增多、健康食品商店的发展中便可见一斑。”

企业和个人纷纷开始均衡工作和生活，伦预计健身房将开进工作场所。这在新加坡已是屡见不鲜，受欢迎的健身房入驻办公大厦，企业为员工开办健身卡。随着人们越来越重视锻炼身体，忙碌的高管们没有时间完善自身饮食，营养品也开始变得人性化了。

伦提到：“饮食搭配服务日渐普及，如奶昔、代餐棒之类的代餐食品也越来越受欢迎， 一天只有24个小时，如果人们为自己制定日常健身计划，往往买菜、做饭、备餐的时间就所剩无几了。”

她解释道：“这就是饮食搭配服务的可贵之处；热爱运动但却时间有限的消费者们可以享受营养搭配均衡的饮食，为自己充能，这些饮食往往是经过称重、计算的，是理想的营养搭配。”

与此同时，健身营养品行业内充斥着“时尚吃法”,即所谓的神奇食品和伪科学。随着社会媒体的介入，这一现象愈演愈烈。伦提到：“许多说法要么是根本没有经过研究验证的，要么是疏于证实的，但却在社会媒体上被大肆宣传，我们需要在日常生活中抵制错误信息。”

“这些‘专家’借助社会媒体炒作营养搭配建议……根本是胡说八道。他们没有营养学的证书或学位，甚至连保健科学的都没有。”

在伦看来，业内公司有能力、有义务揪出错误信息并加以整改，尤其是在他们的产品是完全基于循证研究生产出来的情况下。

为了保持市场潜力，业内公司需要优先研发，引领营养学发展。他们需要创造新潮流，而不是生产新产品，迎合潮流。

伦说：“我建议与一位研发营养师合作，这位营养师不仅需要深谙营养学和人类营养需求，而且还要精通食品科学、食谱开发以及营养成分之间的相互作用。”

丽贝卡·伦将于2019年9月26日周四早10：30至晚12：30在2019亚洲国际营养保健食品展上发言，主题为“运动健身营养品：调整饮食、改善机能”。

亚洲国际营养保健食品展将于9月25日-9月26日在新加坡滨海湾金沙酒店举行。届时将有超过350位国际供应商和6000名商业领袖出席会议和展览。同时，志趣相投的人士将有机会交流协作，运动健身营养品制造商大可拭目以待。