

2021-2027年中国运动饮料 市场发展现状与前景趋势报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2021-2027年中国运动饮料市场发展现状与前景趋势报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/yinliao/A7189471S1.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

运动饮料是根据运动时生理消耗的特点而配制的，可以有针对性地补充运动时丢失的营养，起到保持、提高运动能力，加速运动后疲劳消除的作用。

智研数据研究中心发布的《2021-2027年中国运动饮料市场发展现状与前景趋势报告》共十六章。首先介绍了运动饮料行业市场发展环境、运动饮料整体运行态势等，接着分析了运动饮料行业市场运行的现状，然后介绍了运动饮料市场竞争格局。随后，报告对运动饮料做了重点企业企业经营状况分析，最后分析了运动饮料行业发展趋势与投资预测。您若想对运动饮料产业有个系统的了解或者想投资运动饮料行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一部分运动饮料行业特性研究

第一章运动饮料产业定义和市场特征研究

第一节运动饮料行业定义

第二节运动饮料行业特征研究

一、2015-2019年运动饮料行业规模

二、2015-2019年运动饮料行业成长性分析

三、2015-2019年运动饮料行业盈利性分析

四、2015-2019年运动饮料行业竞争强度分析

五、2015-2019年运动饮料行业所处的生命周期

第二章2015-2019年中国运动饮料行业产业经济发展环境分析

第一节2015-2019年中国运动饮料行业产业经济运行环境分析

一、2019年国内生产总值

二、2019年全国居民消费价格总水平

三、2015-2019年全国居民收入情况分析

四、2019年我国居民收入基尼系数

五、2019年全国固定资产投资（不含农户）

六、2019年社会消费品零售总额

七、2019年我国外贸进出口总值

第二节2015-2019年中国运动饮料行业产业政策环境分析

一、运动饮料行业政策

二、相关产业政策影响分析

三、相关行业十三五发展规划

第三节2015-2019年中国运动饮料行业产业社会环境分析

一、2015-2019年我国人口结构分析

二、2015-2019年教育环境分析

三、2015-2019年文化环境分析

四、2015-2019年生态环境分析

五、2015-2019年中国城镇化率分析

第四节2015-2019年中国运动饮料行业产业技术环境分析

第三章2015-2019年世界运动饮料产业发展态势分析

第一节2015-2019年世界运动饮料产业发展现状

一、世界运动饮料产业发展历程分析

二、世界运动饮料产业规模分析

三、世界运动饮料产业技术现状分析

第二节2015-2019年世界运动饮料重点市场运行透析

一、美国运动饮料市场发展分析

二、日本运动饮料市场发展分析

三、欧洲国家运动饮料市场发展解析

第三节2021-2027年世界运动饮料产业发展趋势分析

第四章2015-2019年中国运动饮料行业市场发展现状分析

第一节2015-2019年中国运动饮料行业发展概述

一、行业运行特点分析

二、行业主要品牌分析

三、产业技术分析

第二节2015-2019年中国运动饮料行业发展存在问题分析

第三节2015-2019年中国运动饮料行业发展应对策略分析

第五章2015-2019年中国运动饮料行业供需分析

第一节中国运动饮料产品供给分析

- 一、运动饮料行业总体产能规模
- 二、运动饮料行业生产区域分布
- 三、中国运动饮料细分产品市场分析
- 四、供给影响因素分析

第二节中国运动饮料行业市场需求分析

- 一、2015-2019年中国运动饮料行业市场需求量分析
- 二、区域市场分布
- 三、下游需求构成分析

第六章2015-2019年中国运动饮料所属行业经济运行情况分析

第一节运动饮料所属行业规模情况分析

- 一、行业单位规模情况分析
- 二、行业资产规模状况分析
- 三、行业收入规模状况分析
- 四、行业利润规模状况分析

第二节运动饮料所属行业结构和成本分析

- 一、销售收入结构分析
 - 1、不同类型分析
 - 2、不同所有制分析
- 二、成本和费用分析

第三节运动饮料所属行业财务能力分析

- 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

第七章2015-2019年中国运动饮料所属行业进出口分析

第一节2015-2019年运动饮料所属行业进口分析

- 一、2015-2019年运动饮料所属行业进口总额

二、2015-2019年运动饮料所属行业进口总量

第二节2015-2019年运动饮料所属行业出口分析

一、2015-2019年运动饮料所属行业出口总额

二、2015-2019年运动饮料所属行业出口总量

第三节2015-2019年运动饮料所属行业进出口格局分析

一、2015-2019年运动饮料所属行业出口格局

二、2015-2019年运动饮料所属行业进口格局

第四节2015-2019年运动饮料所属行业进出口价格走势分析

一、2015-2019年运动饮料所属行业进口价格走势

二、2015-2019年运动饮料所属行业出口价格走势

第八章2015-2019年运动饮料技术发展分析

第一节国外运动饮料技术发展趋势与水平分析

第二节中国运动饮料技术发展分析

一、运动饮料的构造特点

二、国内运动饮料的技术水平

第三节中国运动饮料技术发展趋势

一、自主创新、提高我国运动饮料技术水平

二、我国运动饮料技术未来发展之路

第九章2015-2019年中国运动饮料行业竞争状况分析

第一节2015-2019年中国运动饮料行业竞争力分析

一、中国运动饮料行业要素成本分析

二、品牌竞争分析

三、技术竞争分析

第二节2015-2019年中国运动饮料行业市场区域格局分析

一、重点生产区域竞争力分析

二、市场销售集中分布

三、国内企业与国外企业相对竞争力

第三节2015-2019年中国运动饮料行业市场集中度分析

一、行业集中度分析

二、企业集中度分析

第四节中国运动饮料行业五力竞争分析

一、“波特五力模型”介绍

二、行业“波特五力模型”分析

(1) 行业内竞争

(2) 潜在进入者威胁

(3) 替代品威胁

(4) 供应商议价能力分析

(5) 买方侃价能力分析

第五节2015-2019年中国运动饮料产业提升竞争力策略分析

第十章2015-2019年中国运动饮料行业市场营销及案例分析

第一节红牛营销策略分析

一、红牛品牌营销的背景

二、红牛的强势品牌营销历程分析

三、红牛品牌的内涵探析

四、红牛开发高尔夫球运动市场

五、红牛品牌奥运隐性营销的策略

六、红牛借力赛车运动的事件营销分析

第二节健力宝的营销策略

一、健力宝市场营销的背景

二、健力宝营销的历程回顾

三、健力宝销售渠道分析

四、健力宝的经销商状况分析

五、健力宝的品牌发展策略

第三节脉动营销分析

一、脉动饮料市场环境分析

二、脉动的内部传播机制

三、脉动成功营销的策略透析

四、脉动营销中的问题分析

五、脉动持续发展的思路

第十一章2015-2019年中国运动饮料上游行业研究分析

- 第一节2015-2019年中国运动饮料上游行业一研究分析
 - 一、2015-2019年中国运动饮料上游行业一市场状况分析
 - 二、2015-2019年运动饮料上游行业一供应情况分析
 - 三、2019年中国运动饮料上游行业一生产商情况
 - 四、2021-2027年中国运动饮料上游行业一发展趋势分析
- 第二节2015-2019年中国运动饮料上游行业二研究分析
 - 一、2015-2019年中国运动饮料上游行业二市场状况分析
 - 二、2015-2019年运动饮料上游行业二供应情况分析
 - 三、2015-2019年中国运动饮料上游行业二生产商情况
 - 四、2021-2027年中国运动饮料上游行业二发展趋势分析

第十二章2015-2019年中国运动饮料下游需求情况分析

第一节消费者基本情况分析

- 一、性别占比
- 二、年龄分布
- 三、职业
- 四、对运动饮料认知情况

第二节2015-2019年中国消费者购买运动饮料行为调研

- 一、消费者选用运动饮料的目的
- 二、消费者最常喝运动型饮料品牌
- 三、消费者对运动饮料价格敏感度分析

第三节影响消费者选择运动型饮料因素分析

第十三章 我国运动饮料主要企业分析

第一节乐百氏食品饮料有限公司

- 一、企业概述
- 二、销售渠道与网络
- 三、企业主要经济指标
- 四、企业盈利能力分析

第二节杭州娃哈哈饮料有限公司

- 一、企业概述
- 二、销售渠道与网络

三、企业主要经济指标

四、企业盈利能力分析

第三节广东大冢制药有限公司

一、企业概述

二、销售渠道与网络

三、企业主要经济指标

四、企业盈利能力分析

第四节上海锦江麒麟饮料食品有限公司

一、企业概述

二、销售渠道与网络

三、企业主要经济指标

四、企业盈利能力分析

第五节上海波蜜食品有限公司

一、企业概述

二、销售渠道与网络

三、企业主要经济指标

四、企业盈利能力分析

第十四章2021-2027年中国运动饮料行业发展趋势预测分析

第一节2021-2027年中国运动饮料行业前景展望

一、运动饮料的研究进展及趋势分析

二、运动饮料价格趋势分析

第二节2021-2027年中国运动饮料行业市场预测分析

一、运动饮料市场供给预测分析

二、运动饮料需求预测分析

三、运动饮料竞争格局预测分析

第三节2021-2027年中国运动饮料行业市场盈利预测分析

第十五章2021-2027年中国运动饮料行业投资和风险预警分析

第一节2021-2027年运动饮料行业发展环境分析

第二节2021-2027年运动饮料行业投资特性分析

一、2021-2027年中国运动饮料行业进入壁垒

二、2021-2027年中国运动饮料行业盈利模式

三、2021-2027年中国运动饮料行业盈利因素

第三节2021-2027年运动饮料行业投资风险分析

一、2021-2027年中国运动饮料行业政策风险

二、2021-2027年中国运动饮料行业技术风险

三、2021-2027年中国运动饮料行业供求风险

四、2021-2027年中国运动饮料行业其它风险

第四节2021-2027年中国运动饮料行业投资机会

一、2021-2027年中国运动饮料行业最新投资动向

二、2021-2027年中国运动饮料行业投资机会分析

第十六章2021-2027年中国运动饮料行业发展策略及投资建议（）

第一节运动饮料行业发展策略分析

一、坚持产品创新的领先战略

二、坚持品牌建设的引导战略

三、坚持工艺技术创新的支持战略

四、坚持市场营销创新的决胜战略

五、坚持企业管理创新的保证战略

第二节运动饮料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

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yinliao/A7189471S1.html>