

# 2021-2027年中国运动饮料行业市场竞争现状及发展趋势分析报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2021-2027年中国运动饮料行业市场竞争现状及发展趋势分析报告》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.chyxx.com/research/202102/928232.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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

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。

智研咨询发布的《2021-2027年中国运动饮料行业市场竞争现状及发展趋势分析报告》共十五章。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：

### 第一章运动饮料相关概述

#### 第一节饮料简述

##### 一、饮料成份

##### 二、饮料细分类别划分

##### 三、饮料对身体的影响

#### 第二节运动饮料基础概述

##### 一、运动饮料基本特点

##### 二、运动饮料的主要成分及作用

##### 三、运动饮料适用人群

##### 四、运动饮料的补充原则

### 第二章2020年世界运动饮料市场运行状况分析

#### 第一节2020年世界运动饮料运行环境分析

##### 一、全球经济现状及影响

##### 二、世界饮料产业政策法规及影响

#### 第二节2020年世界运动饮料行业市场运行格局

##### 一、世界饮料市场的消费特点

##### 二、运动饮料进入发展新阶段

##### 三、全球运动饮料市场动态分析

###### 1、市场增长幅度

###### 2、运动饮料市场消费量

### 3、运动饮料冲刺全球饮料市场

### 4、运动饮料品牌市场分析

## 四、英国研究发现运动饮料漱口也能改善运动表现

### 第三节2020年世界主要国家运动饮料分析

#### 一、美国

#### 二、日本

#### 三、德国

### 第四节2021-2027年世界运动饮料行业发展趋势分析

## 第三章2020年中国运动饮料行业市场运行环境解析

### 第一节2020年中国宏观经济环境分析

### 第二节 中国运动饮料市场政策环境分析

#### 一、中国运动饮料新国标

#### 二、“运动饮料”新标准

#### 三、冷饮食品卫生管理办法

### 第三节2020年中国运动饮料市场社会环境分析

#### 一、人们健康意识提高

#### 二、消费观念

## 第四章2020年中国运动饮料行业市场运行态势剖析

### 第一节2020年中国运动饮料产业发展综述

#### 一、中国饮料产业发展历程

#### 二、运动饮料的三大特点

#### 三、运动饮料的主要成分及作用

### 第二节2020年中国运动饮料市场发展现状分析

#### 一、饮料行业已步入多元化格局

#### 二、中国运动饮料市场尚处于初始阶段

#### 三、奥运成为运动饮料营销跳板

### 第三节2020年中国饮料产业发展中面临的挑战分析

## 第五章2016-2020年中国运动饮料制造所属行业主要数据监测分析

### 第一节2016-2020年中国运动饮料制造所属行业规模分析

#### 一、企业数量增长分析

#### 二、从业人数增长分析

#### 三、资产规模增长分析

### 第二节2020年中国运动饮料制造所属行业结构分析

#### 一、企业数量结构分析

#### 1、不同类型分析

## 2、不同所有制分析

### 二、销售收入结构分析

#### 1、不同类型分析

#### 2、不同所有制分析

### 第三节2016-2020年中国运动饮料制造所属行业产值分析

#### 一、产成品增长分析

#### 二、工业销售产值分析

#### 三、出口交货值分析

### 第四节2016-2020年中国运动饮料制造所属行业成本费用分析

#### 一、销售成本分析

#### 二、费用分析

### 第五节2016-2020年中国运动饮料制造所属行业盈利能力分析

#### 一、主要盈利指标分析

#### 二、主要盈利能力指标分析

## 第六章2016-2020年中国运动饮料所属行业产量统计分析

### 第一节2016-2020年全国瓶（罐）装饮用水所属行业产量分析

### 第二节2020年全国及主要省份瓶（罐）装饮用水所属行业产量分析

### 第三节2020年瓶（罐）装饮用水所属行业产量集中度分析

## 第七章2020年中国运动饮料市场运行态势分析

### 第一节2020年中国运动饮料市场特点分析

### 第二节2020年中国运动饮料市场运营走势

#### 一、运动饮料市场新亮点分析

#### 二、“加速”和“威能”运动饮料市场运行分析

#### 三、运动饮料市场价格分析

### 第三节2020年中国运动饮料品牌市场品牌剖析

#### 一、运动饮料品牌状况透析

#### 二、品牌与品质成未来运动饮料市场主宰

#### 三、运动饮料亟需突破区域品牌强化概念

### 第四节2020年中国运动饮料的发展策略

#### 一、运动性饮料发展须众强联合

#### 二、运动饮料的创新策略分析

#### 三、运动饮料行业提高质量的方法

## 第八章2016-2020年中国运动饮料所属行业进出口数据监测分析

### 第一节2016-2020年中国运动饮料所属行业进口数据分析

#### 一、进口数量分析

## 二、进口金额分析

### 第二节2016-2020年中国运动饮料所属行业出口数据分析

#### 一、出口数量分析

#### 二、出口金额分析

### 第三节2016-2020年中国运动饮料所属行业进出口平均单价分析

### 第四节2016-2020年中国运动饮料所属行业进出口国家及地区分析

#### 一、进口国家及地区分析

#### 二、出口国家及地区分析

## 第九章2020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

## 第十章2020年中国运动饮料市场消费调查

### 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2020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

第十一章2020年中国运动饮料市场竞争格局透析

第一节2020年中国运动饮料市场竞争格局

一、运动型饮料竞争加剧

二、运动功能饮料竞争不充分

三、巧克力奶成运动型饮料劲敌

第二节2020年中国运动饮料市场竞争力分析

一、运动饮料市场竞争优势分析

二、运动饮料市场品牌竞争

三、运动饮料市场价格竞争

第三节2020年中国运动饮料行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、生产企业的集中分布

第四节2021-2027年中国运动饮料行业竞争趋势分析

第十二章 世界品牌运动饮料企业营运状况浅析

第一节佳得乐

一、企业概况

二、在华市场销售情况

三、国际化发展战略分析

第二节三得利

一、企业概况

二、在华市场销售情况

三、国际化发展战略分析

第十三章中国运动饮料优势企业竞争力及关键性数据分析

第一节乐百氏食品饮料有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

第二节杭州娃哈哈饮料有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

### 三、企业盈利能力分析

### 四、企业偿债能力分析

#### 第三节广东大冢制药有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、企业主要经济指标分析

##### 三、企业盈利能力分析

##### 四、企业偿债能力分析

#### 第四节上海锦江麒麟饮料食品有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、企业主要经济指标分析

##### 三、企业盈利能力分析

##### 四、企业偿债能力分析

#### 第五节上海波蜜食品有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、企业主要经济指标分析

##### 三、企业盈利能力分析

##### 四、企业偿债能力分析

#### 第六节三得利（上海）食品有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、企业主要经济指标分析

##### 三、企业盈利能力分析

##### 四、企业偿债能力分析

#### 第七节红牛维他命饮料有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、企业主要经济指标分析

##### 三、企业盈利能力分析

##### 四、企业偿债能力分析

#### 第八节深圳万和制药有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、企业主要经济指标分析

##### 三、企业盈利能力分析

##### 四、企业偿债能力分析

### 第十四章2021-2027年中国运动饮料行业发展趋势与前景展望

#### 第一节2021-2027年中国运动饮料行业发展前景分析

##### 一、中国饮料市场发展前景展望



二、中国功能饮料市场前景良好

三、运动饮料市场前景分析

第二节2021-2027年中国运动饮料行业发展趋势分析

一、饮料市场新潮流

二、中国饮料业发展走向

三、饮料包装趋向小包装方向发展

第三节2021-2027年中国运动饮料行业市场预测分析

一、未来中国饮料市场产量预测分析

二、未来中国运动饮料市场消费情况预测分析

三、未来中国运动饮料进出口贸易预测分析

第四节2021-2027年中国运动饮料市场盈利预测分析

第十五章2021-2027年中国运动饮料行业投资前景预测（ZYZS）

第一节2021-2027年中国运动饮料行业投资概况

一、运动饮料投资环境利好

二、饮料业投资价值链研究

第二节2021-2027年中国运动饮料行业投资机会分析

一、投资潜力分析

二、全民健身热为功能饮料发展提供契机

三、与产业链相关的投资机会分析

第三节2021-2027年中国运动饮料行业投资风险预警

一、宏观调控政策风险

二、市场竞争风险

三、市场运营机制风险

第四节投资建议

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202102/928232.html>