2020-2025年中国运动饮料行业市场运营现状及投资规划研究建议报告

报告大纲

华经情报网
www.huaon.com

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国运动饮料行业市场运营现状及投资规划研究建议报告》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//channel/beverage/620311.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

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。
本研究报告数据主要采用国家统计数据，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 运动饮料行业相关概述
第一节 运动饮料行业相关概述
一、产品概述
二、产品特点
三、产品优势
第二节 运动饮料行业经营模式分析
一、生产模式
二、采购模式
三、销售模式
第二章 运动饮料行业发展环境分析
第一节 中国经济发展环境分析
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、全社会消费品零售总额
五、全国居民收入增长分析
六、居民消费价格变化分析
第二节 中国运动饮料行业政策环境分析
一、行业监管管理体制
二、行业相关政策分析
（一）《新食品安全法》修订
（二）《运动饮料》标准正式发布
（三）食品添加剂标识新规正式实施
（四）《关于促进食品工业健康发展的指导意见》
第三节 中国运动饮料行业技术环境分析
第四节 中国功能饮料行业发展分析

第三章 运动饮料行业发展现状调研
第一节 国际运动饮料行业发展现状调研
第二节 2019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
第三节 2019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
第四节 2020-2025年中国饮料产业发展中面临的挑战分析
第四章 2015-2026年中国运动饮料所属行业市场供需分析
第一节 中国运动饮料所属行业市场供给情况分析
一、2015-2019年中国运动饮料产量分析
二、2020-2025年中国运动饮料产量预测分析
第二节 中国运动饮料所属行业市场需求情况分析
一、2015-2019年中国运动饮料需求分析
二、2020-2025年中国运动饮料需求预测分析
第三节 中国运动饮料市场价格分析
第五章 中国运动饮料行业产业链分析
第一节 运动饮料行业产业链概述
第二节 运动饮料上游产业发展状况分析
一、中国矿泉水资源开发利用情况分析
二、中国包装饮用水产量统计
三、中国成品糖产量统计
四、塑料包装材料行业发展情况分析
第三节 运动饮料下游应用需求市场调研
一、运动饮料销售渠道分析
二、便利店门店总数统计
三、超市门店总数统计
四、百货店门店总数统计
第六章 2015-2019年运动饮料所属行业进出口数据分析
第一节 2015-2019年运动饮料所属行业进口情况分析
一、进口数量状况分析
二、进口金额状况分析

三、进口来源分析
四、进口均价分析
第二节 2015-2019年运动饮料所属行业出口情况分析
一、出口数量状况分析
二、出口金额状况分析
三、出口流向分析
四、出口均价分析
第七章 2019年中国运动饮料市场竞争格局透析
第一节 2019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 2019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 2019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 2020-2025年中国运动饮料行业竞争趋势预测分析
第八章 国内运动饮料生产厂商竞争力分析
第一节 红牛维他命饮料有限公司
一、企业发展基本状况分析
二、企业主要产品分析
三、企业经营状况分析
四、企业销售网络布局
五、企业竞争优势分析
第二节 农夫山泉股份有限公司
一、企业发展基本状况分析
二、企业主要产品分析
三、企业经营状况分析
四、企业销售网络布局
五、企业竞争优势分析
第三节 达能（中国）食品饮料有限公司
一、企业发展基本状况分析

二、企业主要产品分析
三、企业经营情况分析
四、企业销售网络分析
五、企业竞争优势分析
第四节 天津大冢饮料有限公司
一、企业发展基本状况分析
二、企业主要产品分析
三、企业经营情况分析
四、企业销售网络分析
五、企业竞争优势分析
第五节 华润怡宝饮料（中国）有限公司
一、企业发展基本状况分析
二、企业主要产品分析
三、企业经营状况分析
四、企业销售网络布局
第六节 百事（中国）有限公司
一、企业发展基本状况分析
二、企业主要产品分析
三、企业经营状况分析
四、企业销售网络布局
第七节 北京广东健力宝饮料有限公司
一、企业发展基本状况分析
二、企业主要产品分析
三、企业销售网络分析
四、企业竞争优势分析
第九章 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、健力宝的品牌投资前景研究
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 2019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、对运动饮料认知状况分析
第二节 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
第十一章 2020-2025年中国运动饮料行业发展趋势与前景展望
第一节 2020-2025年中国运动饮料行业趋势预测分析
一、中国饮料市场趋势预测展望
二、中国功能饮料市场前景良好
三、运动饮料市场趋势预测
第二节 2020-2025年中国运动饮料行业发展趋势预测分析
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 2020-2025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 2020-2025年中国运动饮料市场盈利预测分析

第十二章 2020-2025年中国运动饮料行业趋势预测及投资前景研究
第一节 2020-2025年中国运动饮料行业前景调研分析
一、运动饮料行业趋势预测分析「AK LT」
二、运动饮料发展趋势预测分析
第二节 2020-2025年中国运动饮料行业投资前景预测
一、产业政策风险
二、食品安全风险
三、市场竞争风险
第三节 2020-2025年中国运动饮料行业投资前景研究及建议
图表目录：
图表2015-2019年中国社会消费品零售总额变化趋势图
图表2015-2019年中国居民人均可支配收入变化趋势图
图表2015-2019年中国功能饮料零售额
图表2015-2019年中国运动饮料产量统计
图表2020-2025年中国运动饮料产量趋势预测分析
图表2015-2019年中国运动饮料零售量统计
图表2020-2025年中国运动饮料零售量趋势预测分析
图表 中国运动饮料零售价格
图表 运动饮料行业产业链
图表2015-2019年中国包装饮用水产量统计
图表2015-2019年中国成品糖产量统计
图表2015-2019年中国便利店门店总数统计
图表2015-2019年超市门店总数及大型超市门店总数统计
更多图表见正文……

详细请访问：https://www.huaon.com//channel/beverage/620311.html