

2022-2028年中国运动饮料 行业前景展望与投资战略咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国运动饮料行业前景展望与投资战略咨询报告》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.cction.com/report/202203/275787.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

近年来，随着生活节奏的加快，人们面临更大的生活和工作压力，2017 年我国主流城市中白领人群亚健康比例高达76%，其中接近6成比例处于过劳状态。

随着健康意识的日益增强，人们更加注重通过日常饮食具有供能功能的食品饮料以及加强体育锻炼的方式来促进身体健康。

我国饮料销售金额由2014年的4652.16亿元增长至2019年的5785.60亿元，复合增长率为4.46%。预计2020年饮料销售金额有望突破6000亿元。2014-2020年中国饮料行业市场规模走势预测 中企顾问网发布的《2022-2028年中国运动饮料行业前景展望与投资战略咨询报告》共十三章。首先介绍了中国运动饮料行业市场发展环境、运动饮料整体运行态势等，接着分析了中国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，最后分析了中国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中国运动饮料行业，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 产业环境透视

第一章 运动饮料行业发展概述

第一节 行业概述

一、行业定义

二、运动饮料对于人体的重要性

三、运动饮料的应用

第二节 行业特征分析

一、行业基本特点

二、行业分类

六、行业生命周期分析

第三节 运动饮料行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

第四节 2015-2019年行业发展现状分析

一、现状分析

二、存在问题分析

三、问题成因及对策

第二章 2015-2019年中国运动饮料行业发展环境分析

第一节 宏观经济环境分析

一、国际宏观经济运行分析

二、国内宏观经济运行分析

三、十三五国内经济形势预测

四、宏观经济对产业影响分析

第二节 运动饮料行业政策环境分析

一、运动饮料行业的管理体制

二、运动饮料行业主要政策内容

三、产业政策风险

四、政策环境对行业的影响分析

第三节 运动饮料行业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

七、社会环境对行业的影响分析

第四节 技术环境

一、主要生产技术分析

二、技术发展趋势分析

第三章 2015-2019年运动饮料所属行业总体发展状况

第一节 中国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、行业人员规模状况分析

三、行业资产规模状况分析

四、行业市场规模状况分析

第二节 中国运动饮料所属行业产销情况分析

一、行业生产情况分析

二、行业销售情况分析

国家推出了《健康中国2030规划纲要》政策后，为中国运动营养市场发展提供了前所未有的发展机遇。从图可知，中国体育人口从2015年的360万到2016年的434万。其中在过去几年的“跑步热”的熏陶下，也出现了大大小小的马拉松赛事。由数据可知2017年，中国各类规模马拉松赛事场次已达到1102场，而2011年注册仅为22场，7年间赛事总量翻了50倍之多，年均复合增长率达到120%。而中国体育产业总规模2015年达到1.7万亿，预计2025年将翻3倍达到5万亿。这是中国体育市场的壮大刺激运动营养行业的发展。

随着人们收入不断增加，生活水平提高，无论是中老年广场舞群体还是健身房锻炼的年轻人，他们越来越重视自己的健康和外表。不同的运动方式，专业健身也好，瘦身减肥也好，仅是跑步健康也好，不同的运动方式肯定对运动营养是不同的需求。而映射到饮料行业里，以能量饮料和运动饮料为代表的功能性饮料需求在不断上升。

2017年中国大陆功能饮料4人均消费量为2.2升，消费金额为6.2美元，人均消费金额不足中国香港的50%，与英国、日本和美国差距更大，约10%-20%。功能饮料人均用量情况

三、行业产销情况分析

第三节 中国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

第四节 运动饮料营销渠道分析

一、批发渠道

1、渠道结构与特征

2、渠道发展应用现状

3、渠道销售规模与占有率

二、零售（直营）渠道

- 1、渠道结构与特征
- 2、渠道发展应用现状
- 3、渠道销售规模与占有率

三、电商渠道

- 1、渠道结构与特征
- 2、渠道发展应用现状
- 3、渠道销售规模与占有率

四、渠道问题与选择建议

- 1、渠道问题及选择对策
- 2、渠道结构发展趋势

第四章 2015-2019年运动饮料所属行业供需分析

第一节 运动饮料所属行业市场现状分析及预测

- 一、2015-2019年我国运动饮料行业产值分析
- 二、2022-2028年我国运动饮料行业规模预测

第二节 运动饮料产品所属行业销售收入分析及预测

- 一、2015-2019年我国运动饮料销售收入分析
- 二、2022-2028年我国运动饮料销售收入预测

第三节 运动饮料所属行业市场需求分析及预测

- 一、2015-2019年我国运动饮料市场需求分析
- 二、2022-2028年我国运动饮料市场需求预测

第四节 运动饮料所属行业进出口数据分析

- 一、2015-2019年我国运动饮料出口数据分析
- 二、2015-2019年我国运动饮料进口数据分析

第二部分 行业深度分析

第五章 我国运动饮料所属行业运行现状分析

第一节 2015-2019年运动饮料行业发展现状

- 一、2015-2019年我国运动饮料行业市场规模
- 二、2015-2019年我国运动饮料行业发展分析
- 三、2015-2019年中国运动饮料企业发展分析

第二节 2015-2019年运动饮料市场情况分析

一、行业发展阶段

二、发展热点回顾

三、市场存在的问题及策略分析

第三节 2015-2019年运动饮料行业消费市场分析

一、消费特征分析

二、消费需求趋势

三、品牌市场消费结构

第四节 2022-2028年运动饮料行业市场发展趋势

第三部分 市场全景调研

第六章 我国运动饮料行业产业链分析

第一节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

一、产业价值链的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第二节 产业结构发展预测

一、产业结构调整指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国运动饮料行业参与国际竞争的战略市场定位

四、产业结构调整方向分析

第三节 运动饮料行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

第四节 运动饮料上游行业分析

一、运动饮料产品成本构成

二、上游行业发展现状

三、2022-2028年上游行业发展趋势

四、上游供给对运动饮料行业的影响

第五节 运动饮料下游分析

一、运动饮料下游分布

二、下游重点区域分析

三、2022-2028年下游发展趋势

四、下游需求对运动饮料行业的影响

第七章 运动饮料行业区域市场分析

第一节 行业总体区域结构特征分析

一、行业区域结构总体特征

二、行业区域分布特点分析

三、行业规模指标区域分布分析

四、行业企业数的区域分布分析

第二节 华东地区运动饮料行业分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第三节 华北地区运动饮料行业分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第四节 东北地区运动饮料行业分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第五节 华中地区运动饮料行业分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第六节 华南地区运动饮料行业分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第七节 西北地区运动饮料行业分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第八节 西南地区运动饮料行业分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

第四部分 竞争格局分析

第八章 2022-2028年运动饮料行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、运动饮料行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

6、竞争结构特点总结

二、运动饮料行业企业间竞争格局分析

三、运动饮料行业集中度分析

四、运动饮料行业SWOT分析

第二节 中国运动饮料行业竞争格局综述

一、运动饮料行业竞争概况

二、中国运动饮料行业竞争力分析

三、中国运动饮料竞争力优势分析

四、运动饮料行业主要企业竞争力分析

第三节 运动饮料市场竞争格局总结

一、提高运动饮料企业竞争力的有力措施

二、提高运动饮料企业竞争力的几点建议

三、运动饮料提高核心竞争力的建议

第九章 运动饮料行业相关企业经营形势分析

第一节 伊利

- 一、企业发展概况
- 二、经营效益分析
- 三、财务状况分析
- 四、企业竞争优势分析
- 五、发展战略与规划

第二节 光明

- 一、企业发展概况
- 二、经营效益分析
- 三、财务状况分析
- 四、企业竞争优势分析
- 五、发展战略与规划

第三节 蒙牛乳业

- 一、企业发展概况
- 二、经营效益分析
- 三、财务状况分析
- 四、企业竞争优势分析
- 五、发展战略与规划

第四节 百事

- 一、企业发展概况
- 二、经营效益分析
- 三、财务状况分析
- 四、企业竞争优势分析
- 五、发展战略与规划

第五节 可口可乐

- 一、企业发展概况
- 二、经营效益分析
- 三、财务状况分析
- 四、企业运动饮料相关产品及经营状况
- 五、发展战略与规划

第六节 红牛

- 一、企业发展概况
- 二、经营效益分析
- 三、财务状况分析
- 四、企业运动饮料相关产品及经营状况
- 五、发展战略与规划

第七节 脉动

- 一、企业发展概况
- 二、经营效益分析
- 三、财务状况分析
- 四、企业运动饮料相关产品及经营状况
- 五、发展战略与规划

第八节 乐虎

- 一、企业发展概况
- 二、经营效益分析
- 三、财务状况分析
- 四、企业运动饮料相关产品及经营状况
- 五、发展战略与规划

第九节 东鹏特饮

- 一、企业发展概况
- 二、经营效益分析
- 三、财务状况分析
- 四、企业运动饮料相关产品及经营状况
- 五、发展战略与规划

第十节 椰岛

- 一、企业发展概况
- 二、经营效益分析
- 三、财务状况分析
- 四、企业运动饮料相关产品及经营状况
- 五、发展战略与规划

第五部分 发展前景展望

第十章 2022-2028年运动饮料行业前景及趋势预测

第一节 2022-2028年运动饮料市场发展前景

- 一、2022-2028年运动饮料市场发展潜力
- 二、2022-2028年运动饮料市场发展前景展望
- 三、2022-2028年运动饮料细分行业发展前景分析

第二节 2022-2028年运动饮料市场发展趋势预测

- 一、2022-2028年运动饮料行业发展趋势
- 二、2022-2028年运动饮料售市场规模预测
- 三、2022-2028年运动饮料行业需求规模预测
- 四、2022-2028年细分市场发展趋势预测

第三节 2022-2028年中国运动饮料行业供需预测

- 一、2022-2028年供给预测
- 二、2022-2028年下游需求预测
- 三、2022-2028年整体供需格局预测
- 四、2022-2028年中国运动饮料投资规模预测
- 五、2022-2028年中国运动饮料行业供需平衡预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、市场整合成长趋势
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 三、企业区域市场拓展的趋势
- 四、科研开发趋势及替代技术进展
- 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势
- 六、影响企业融资渠道的关键因素

第十一章 2022-2028年运动饮料行业投资机会与风险防范

第一节 运动饮料行业投融资情况

- 一、行业资金渠道分析
- 二、固定资产投资分析
- 三、兼并重组情况分析（合生元）
- 四、运动饮料行业投资现状分析

第二节 运动饮料行业投资机会分析

- 一、运动饮料投资项目分析

二、可以投资的运动饮料模式

三、2019年运动饮料投资机会

第三节 2022-2028年中国运动饮料行业发展预测分析

一、未来运动饮料发展分析

二、未来运动饮料行业技术开发方向

第四节 2022-2028年运动饮料行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第六部分 发展战略研究

第十二章 运动饮料行业发展战略研究

第一节 运动饮料行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国运动饮料品牌的战略思考

一、运动饮料品牌的重要性

二、运动饮料实施品牌战略的意义

三、运动饮料企业品牌的现状分析

四、我国运动饮料企业的品牌战略

五、运动饮料品牌战略管理的策略

六、国内外运动饮料品牌对比及策略建议

第三节 运动饮料经营策略分析

一、运动饮料市场细分策略

二、运动饮料市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、运动饮料新产品差异化战略

第四节 运动饮料行业投资战略研究

一、2022-2028年运动饮料行业投资战略

二、2022-2028年细分行业投资战略

第十三章 研究结论及发展建议（ ）

第一节 运动饮料行业研究结论及建议

第二节 运动饮料子行业研究结论及建议

第三节 运动饮料行业发展建议

一、行业发展策略建议（ ）

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录

图表：2015-2019年中国运动饮料行业市场规模

图表：2015-2019年运动饮料行业重要数据指标比较

图表：2015-2019年中国运动饮料市场占全球份额比较

图表：2015-2019年中国运动饮料区域分布

图表：2015-2019年我国运动饮料行业投资规模分析

图表：2015-2019年伊利资产负债表

图表：2015-2019年伊利利润表

图表：2015-2019年伊利现金流量表

图表：2015-2019年光明资产负债表

图表：2015-2019年光明利润表

图表：2015-2019年光明现金流量表

图表：2015-2019年光明每股指标

图表：2015-2019年光明成长能力指标

图表：2015-2019年光明盈利能力指标

图表：2015-2019年光明运营能力指标

图表：2015-2019年光明财务风险指标

图表：2015-2019年蒙牛乳业资产负债表

图表：2015-2019年百事财务状况

图表：2015-2019年三元资产负债表

图表：2015-2019年三元利润表

图表：2015-2019年三元现金流量表

图表：2015-2019年三元每股指标

图表：2015-2019年三元成长能力指标

图表：2015-2019年三元盈利能力指标

图表：2015-2019年三元运营能力指标

图表：2015-2019年三元财务风险指标

图表：2022-2028年中国运动饮料行业市场规模预测

图表：2022-2028年中国运动饮料投资规模预测

图表：2022-2028年中国运动饮料投资规模预测

图表：2022-2028年中国运动饮料供给预测

图表：2022-2028年中国运动饮料下游需求预测

更多图表请见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202203/275787.html>