

2022-2028年中国运动饮料 行业发展态势与战略咨询报告

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发展态势与战略咨询报告》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/202112/255588.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

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。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国运动饮料行业发展态势与战略咨询报告》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2022-2028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、2022-2028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、2022-2028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2022-2028年中国运动饮料行业发展趋势预测分析

第一节2022-2028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2022-2028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2022-2028年中国运动饮料行业市场盈利预测分析

第十五章2022-2028年中国运动饮料行业投资和风险预警分析

第一节2022-2028年运动饮料行业发展环境分析

第二节2022-2028年运动饮料行业投资特性分析

一、2022-2028年中国运动饮料行业进入壁垒

二、2022-2028年中国运动饮料行业盈利模式

三、2022-2028年中国运动饮料行业盈利因素

第三节2022-2028年运动饮料行业投资风险分析

一、2022-2028年中国运动饮料行业政策风险

二、2022-2028年中国运动饮料行业技术风险

三、2022-2028年中国运动饮料行业供求风险

四、2022-2028年中国运动饮料行业其它风险

第四节2022-2028年中国运动饮料行业投资机会

一、2022-2028年中国运动饮料行业最新投资动向

二、2022-2028年中国运动饮料行业投资机会分析

第十六章2022-2028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.cction.com/report/202112/255588.html>