

# 2011-2015年中国运动饮料 市场监测及投资前景评估报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2011-2015年中国运动饮料市场监测及投资前景评估报告》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/201103/63545.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

中国产业信息网发布的《2011-2015年中国运动饮料市场监测及投资前景评估报告》共十五章。首先介绍了中国运动饮料行业的概念，接着分析了中国运动饮料行业发展环境，然后对中国运动饮料行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国运动饮料行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国运动饮料行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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。

### 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 2010年世界运动饮料市场运行状况分析

#### 第一节 2010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 2010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 2010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 2011-2015年世界运动饮料行业发展趋势分析

#### 第三章 2010年中国运动饮料行业市场运行环境解析

#### 第一节 国内宏观经济环境分析

##### 一、GDP历史变动轨迹分析

##### 二、固定资产投资历史变动轨迹分析

##### 三、2011年中国宏观经济发展预测分析

#### 第二节 2010年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 2010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 2010年中国运动饮料行业市场运行态势剖析

#### 第一节 2010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 2010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 2010年中国饮料产业发展中面临的挑战分析

#### 第五章 2006-2010年中国运动饮料制造行业主要数据监测分析（1532）

#### 第一节 2006-2010年8月份中国运动饮料制造行业规模分析

##### 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2010年8月份中国运动饮料制造行业结构分析

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2006-2010年8月份中国运动饮料制造行业产值分析

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2006-2010年8月份中国运动饮料制造行业成本费用分析

一、销售成本分析

二、费用分析

第五节2006-2010年8月份中国运动饮料制造行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第六章 2006-2010年中国运动饮料产量统计分析

第一节 2006-2009年全国瓶(罐)装饮用水产量分析

第二节 2010年1-5月全国及主要省份瓶(罐)装饮用水产量分析

第三节 2010年1-5月瓶(罐)装饮用水产量集中度分析

第七章 2010年中国运动饮料市场运行态势分析

第一节 2010年中国运动饮料市场特点分析

第二节2010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2010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 2010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 2006-2009年中国运动饮料进出口数据监测分析（22021000）

##### 第一节 2006-2009年中国运动饮料进口数据分析

###### 一、进口数量分析

###### 二、进口金额分析

##### 第二节 2006-2009年中国运动饮料出口数据分析

###### 一、出口数量分析

###### 二、出口金额分析

##### 第三节 2006-2009年中国运动饮料进出口平均单价分析

##### 第四节 2006-2009年中国运动饮料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 2010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 2010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 2010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 2010年中国运动饮料市场竞争格局透析

第一节 2010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 2010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 2010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 2011-2015年中国运动饮料行业竞争趋势分析

第十二章 2010年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 2010年中国运动饮料优势企业竞争力及关键性数据分析（企业可自选）

#### 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

##### 五、企业运营能力分析

##### 六、企业成长能力分析

#### 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

##### 五、企业运营能力分析

##### 六、企业成长能力分析

#### 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

##### 五、企业运营能力分析

##### 六、企业成长能力分析

#### 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



五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

#### 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

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

#### 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

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

#### 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

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

#### 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

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

#### 第九节 略&hellip;&hellip;

### 第十四章 2011-2015年中国运动饮料行业发展趋势与前景展望

## 第一节2011-2015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2011-2015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2011-2015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 2011-2015年中国运动饮料市场盈利预测分析

## 第十五章 2011-2015年中国运动饮料行业投资前景预测

### 第一节2011-2015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2011-2015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 2011-2015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 专家投资建议

#### 图表目录：（部分）

图表：各种饮料的成分比较与区别

图表：2006-2010年国内生产总值

图表：2006-2010年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2006-2010年年末国家外汇储备

图表：2006-2010年财政收入

图表：2006-2010年全社会固定资产投资

图表：2010年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2010年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：2006-2010年8月份中国运动饮料制造行业企业数量及增长率分析 单位：个

图表：2006-2010年8月份中国运动饮料制造行业亏损企业数量及增长率分析 单位：个

图表：2006-2010年8月份中国运动饮料制造行业从业人数及同比增长分析 单位：个

图表：2006-2010年8月份中国运动饮料制造企业总资产分析 单位：亿元

图表：2010年中国运动饮料制造行业不同类型企业数量 单位：个

图表：2010年中国运动饮料制造行业不同所有制企业数量 单位：个

图表：2010年中国运动饮料制造行业不同类型销售收入 单位：千元

图表：2010年中国运动饮料制造行业不同所有制销售收入 单位：千元

图表：2006-2010年8月份中国运动饮料制造产成品及增长分析 单位：亿元

图表：2006-2010年8月份中国运动饮料制造工业销售产值分析 单位：亿元

图表：2006-2010年8月份中国运动饮料制造出口交货值分析 单位：亿元

图表：2006-2010年8月份中国运动饮料制造行业销售成本分析 单位：亿元

图表：2006-2010年8月份中国运动饮料制造行业费用分析 单位：亿元

图表：2006-2010年8月份中国运动饮料制造行业主要盈利指标分析 单位：亿元

图表：2006-2010年8月份中国运动饮料制造行业主要盈利能力指标分析

图表：2006-2009年全国瓶(罐)装饮用水产量分析

图表：2010年1-5月全国及主要省份瓶(罐)装饮用水产量分析

图表：2010年1-5月瓶(罐)装饮用水产量集中度分析

图表：2006-2009年中国运动饮料进口数量分析

图表：2006-2009年中国运动饮料进口金额分析

图表：2006-2009年中国运动饮料出口数量分析

图表：2006-2009年中国运动饮料出口金额分析

图表：2006-2009年中国运动饮料进出口平均单价分析

图表：2006-2009年中国运动饮料进口国家及地区分析

图表：2006-2009年中国运动饮料出口国家及地区分析

图表：消费者基本情况分析

图表：消费者饮用运动型饮料周期分析

图表：消费者最常喝运动型饮料品牌

图表：影响消费者选择运动型饮料因素分析

图表：乐百氏食品饮料有限公司主要经济指标走势图

图表：乐百氏食品饮料有限公司经营收入走势图

图表：乐百氏食品饮料有限公司盈利指标走势图

图表：乐百氏食品饮料有限公司负债情况图

图表：乐百氏食品饮料有限公司负债指标走势图

图表：乐百氏食品饮料有限公司运营能力指标走势图

图表：乐百氏食品饮料有限公司成长能力指标走势图

图表：杭州娃哈哈饮料有限公司主要经济指标走势图

图表：杭州娃哈哈饮料有限公司经营收入走势图

图表：杭州娃哈哈饮料有限公司盈利指标走势图

图表：杭州娃哈哈饮料有限公司负债情况图

图表：杭州娃哈哈饮料有限公司负债指标走势图

图表：杭州娃哈哈饮料有限公司运营能力指标走势图

图表：杭州娃哈哈饮料有限公司成长能力指标走势图

图表：广东大冢制药有限公司主要经济指标走势图

图表：广东大冢制药有限公司经营收入走势图

图表：广东大冢制药有限公司盈利指标走势图

图表：广东大冢制药有限公司负债情况图

图表：广东大冢制药有限公司负债指标走势图

图表：广东大冢制药有限公司运营能力指标走势图

图表：广东大冢制药有限公司成长能力指标走势图

图表：上海锦江麒麟饮料食品有限公司主要经济指标走势图

图表：上海锦江麒麟饮料食品有限公司经营收入走势图

图表：上海锦江麒麟饮料食品有限公司盈利指标走势图

图表：上海锦江麒麟饮料食品有限公司负债情况图

图表：上海锦江麒麟饮料食品有限公司负债指标走势图

图表：上海锦江麒麟饮料食品有限公司运营能力指标走势图

图表：上海锦江麒麟饮料食品有限公司成长能力指标走势图

图表：上海波蜜食品有限公司主要经济指标走势图

图表：上海波蜜食品有限公司经营收入走势图

图表：上海波蜜食品有限公司盈利指标走势图

图表：上海波蜜食品有限公司负债情况图

图表：上海波蜜食品有限公司负债指标走势图

图表：上海波蜜食品有限公司运营能力指标走势图

图表：上海波蜜食品有限公司成长能力指标走势图

图表：三得利（上海）食品有限公司主要经济指标走势图

图表：三得利（上海）食品有限公司经营收入走势图

图表：三得利（上海）食品有限公司盈利指标走势图

图表：三得利（上海）食品有限公司负债情况图

图表：三得利（上海）食品有限公司负债指标走势图

图表：三得利（上海）食品有限公司运营能力指标走势图

图表：三得利（上海）食品有限公司成长能力指标走势图

图表：红牛维他命饮料有限公司主要经济指标走势图

图表：红牛维他命饮料有限公司经营收入走势图

图表：红牛维他命饮料有限公司盈利指标走势图

图表：红牛维他命饮料有限公司负债情况图

图表：红牛维他命饮料有限公司负债指标走势图

图表：红牛维他命饮料有限公司运营能力指标走势图

图表：红牛维他命饮料有限公司成长能力指标走势图

图表：深圳万和制药有限公司主要经济指标走势图

图表：深圳万和制药有限公司经营收入走势图

图表：深圳万和制药有限公司盈利指标走势图

图表：深圳万和制药有限公司负债情况图

图表：深圳万和制药有限公司负债指标走势图

图表：深圳万和制药有限公司运营能力指标走势图

图表：深圳万和制药有限公司成长能力指标走势图

图表：2011-2015年中国运动饮料消费前景预测

图表：略&hellip;&hellip;

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201103/63545.html>