

# 2015-2020年中国运动饮料 市场监测及发展前景预测报告

## 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

《2015-2020年中国运动饮料市场监测及发展前景预测报告》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/201504/121386.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

中企顾问网发布的《2015-2020年中国运动饮料市场监测及发展前景预测报告》对我国运动饮料行业的市场环境、生产经营、产品市场、品牌竞争、产品进出口、行业投资环境以及可持续发展等问题进行了详实系统地分析和预测。并在此基础上，对行业发展趋势做出了定性与定量相结合的分析预测。为企业制定发展战略、进行投资决策和企业经营管理提供权威、充分、可靠的决策依据。

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，进出口数据主要来自海关及商务部，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 2014-2015年世界运动饮料市场运行状况分析

#### 第一节 2014-2015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 2014-2015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 2014-2015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 2015-2020年世界运动饮料行业发展趋势分析

第三章 2014-2015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、2014年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2014-2015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 2014-2015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 2014-2015年中国运动饮料行业市场运行态势剖析

第一节 2014-2015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 2014-2015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 2014-2015年中国饮料产业发展中面临的挑战分析

## 第五章 2010-2015年国内运动饮料行业（所属行业）数据监测分析

### 第一节 2010-2015年中国运动饮料行业（所属行业）总体数据分析

#### 一、2010年中国运动饮料行业全部企业（所属行业）数据分析

#### 二、2014年中国运动饮料行业全部企业（所属行业）数据分析

#### 三、2015年中国运动饮料行业全部企业（所属行业）数据分析

### 第二节 2010-2015年中国运动饮料行业（所属行业）不同规模企业数据分析

#### 一、2010年中国运动饮料行业（所属行业）不同规模企业数据分析

#### 二、2014年中国运动饮料行业（所属行业）不同规模企业数据分析

#### 三、2015年中国运动饮料行业（所属行业）不同规模企业数据分析

### 第三节 2010-2015年中国运动饮料行业（所属行业）不同所有制企业数据分析

#### 一、2010年中国运动饮料行业（所属行业）不同所有制企业数据分析

#### 二、2014年中国运动饮料行业（所属行业）不同所有制企业数据分析

#### 三、2015年中国运动饮料行业（所属行业）不同所有制企业数据分析

## 第六章 2008-2014-2015年中国运动饮料产量统计分析

### 第一节 2008-2015年全国瓶(罐)装饮用水产量分析

### 第二节 2014-2015年1-9月全国及主要省份瓶(罐)装饮用水产量分析

### 第三节 2014-2015年1-9月瓶(罐)装饮用水产量集中度分析

## 第七章 2014-2015年中国运动饮料市场运行态势分析

### 第一节 2014-2015年中国运动饮料市场特点分析

### 第二节 2014-2015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 2014-2015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 2014-2015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 2007-2015年中国运动饮料进出口数据监测分析（22021000）

## 第一节 2007-2015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 2007-2015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 2007-2015年中国运动饮料进出口平均单价分析

## 第四节 2007-2015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 2014-2015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 2014-2015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 2014-2015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 2014-2015年中国运动饮料市场竞争格局透析

### 第一节 2014-2015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 2014-2015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 2014-2015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 2015-2020年中国运动饮料行业竞争趋势分析

## 第十二章 2014-2015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 2014-2015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 2015-2020年中国运动饮料行业发展趋势与前景展望

### 第一节2015-2020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2015-2020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2015-2020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 2015-2020年中国运动饮料市场盈利预测分析

## 第十五章 2015-2020年中国运动饮料行业投资前景预测

### 第一节2015-2020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2015-2020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 2015-2020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

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201504/121386.html>