

2020-2026年中国运动饮料 行业分析与市场前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国运动饮料行业分析与市场前景预测报告》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/202004/158877.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

报告目录：

第一章 中国运动饮料行业PEST模型分析

第一节 运动饮料行业定义统计标准

一、运动饮料行业概念及分类

二、运动饮料行业统计部门和统计口径

三、运动饮料行业产业链结构分析

四、运动饮料行业发展周期分析

第二节 中国运动饮料行业政策环境分析（P）

一、行业相关政策动向

二、行业产品质量标准

三、行业生产安全标准

四、行业贸易环境分析

1、2016-2019年全球经济运行概况

2、2019年全球经济形势预测

五、行业“十三五”发展规划

第三节 中国运动饮料行业经济环境分析（E）

一、国际宏观经济及对运动饮料行业影响

二、国内宏观经济及对运动饮料行业影响

三、食品制造行业主要经济指标分析

四、运动饮料行业在食品制造行业地位分析

第四节 中国运动饮料行业社会环境分析（S）

一、我国人口因素及对运动饮料行业影响

二、运动饮料人均消费及发展影响

三、国内生活方式及对运动饮料行业影响

第五节 中国运动饮料行业技术环境分析（T）

第二章 2016-2019年全球运动饮料行业市场发展状况分析

第一节 2016-2019年世界运动饮料行业发展状况

一、世界运动饮料行业生产情况

二、世界运动饮料消费及趋势分析

三、世界运动饮料行业发展趋势分析

第二节 美国运动饮料行业现状分析

一、美国运动饮料行业的市场现状

二、美国运动饮料行业的市场特征

第三节 日本运动饮料行业现状分析

一、日本运动饮料行业的市场规模

二、日本运动饮料行业的市场特征

第四节 欧洲运动饮料行业市场状况

一、欧洲运动饮料行业的市场现状

二、欧洲运动饮料行业的市场特征

第五节 主要跨国运动饮料公司在中国市场的投资布局

第三章 2016-2019年我国运动饮料行业现状及市场发展分析

第一节 2016-2019年我国运动饮料行业发展现状

一、运动饮料行业市场规模

二、运动饮料行业产品发展现状

三、运动饮料行业消费市场现状

第二节 2016-2019年运动饮料行业发展特点分析

一、市场格局特点

二、产品创新特点

三、营销服务特点

四、市场品牌特点

第三节 2016-2019年运动饮料市场结构和价格走势分析

一、2016-2019年我国运动饮料市场价格走势概述

二、2016-2019年我国运动饮料市场结构分析

第四节 2016-2019年重点城市运动饮料市场发展情况

第四章 2016-2019年中国运动饮料行业财务指标与供需情况分析

第一节 2016-2019年中国运动饮料行业经济运行主要特点

第二节 2016-2019年运动饮料行业财务指标分析

一、经营效益

二、盈利能力

三、运营能力

四、偿债能力

五、发展能力

第三节 2016-2019年全国运动饮料行业供给情况分析

一、全国运动饮料行业产量分析

二、各地区运动饮料行业供给情况分析

第四节 2016-2019年全国运动饮料行业需求情况分析

一、全国运动饮料行业销售量分析

二、全国运动饮料行业销售收入分析

三、各地区运动饮料行业需求情况分析

四、全国运动饮料行业产销率分析

第五章 运动饮料区域市场情况分析

第一节 华北地区

一、2016-2019年行业发展现状分析

二、2016-2019年市场需求情况分析

三、2016-2019年市场规模情况分析

四、2016-2019年消费者的偏好分析

五、2020-2026年行业发展前景分析

第二节 东北地区

一、2016-2019年行业发展现状分析

二、2016-2019年市场需求情况分析

三、2016-2019年市场规模情况分析

四、2016-2019年消费者的偏好分析

五、2020-2026年行业发展前景分析

第三节 华东地区

一、2016-2019年行业发展现状分析

二、2016-2019年市场需求情况分析

三、2016-2019年市场规模情况分析

四、2016-2019年消费者的偏好分析

五、2020-2026年行业发展前景分析

第四节 华南地区

- 一、2016-2019年行业发展现状分析
- 二、2016-2019年市场需求情况分析
- 三、2016-2019年市场规模情况分析
- 四、2016-2019年消费者的偏好分析
- 五、2020-2026年行业发展前景分析

第五节 华中地区

- 一、2016-2019年行业发展现状分析
- 二、2016-2019年市场需求情况分析
- 三、2016-2019年市场规模情况分析
- 四、2016-2019年消费者的偏好分析
- 五、2020-2026年行业发展前景分析

第六章 中国运动饮料行业消费市场分析

第一节 中国运动饮料消费者收入分析

- 一、中国人口、人民生活分析
- 二、2016-2019年消费者收入水平
- 三、2019年消费者信心指数分析

第二节 运动饮料行业产品目标客户群体调查

- 一、不同收入水平消费者偏好调查
- 二、不同年龄的消费者偏好调查
- 三、不同性别的消费者偏好调查

第三节 运动饮料市场消费需求分析

- 一、运动饮料市场的消费需求变化
- 二、运动饮料行业的需求情况分析
- 三、2019年运动饮料品牌市场消费需求趋势

第四节 运动饮料消费市场状况分析

- 一、运动饮料行业消费特点
- 二、运动饮料消费者分析
- 三、运动饮料消费结构分析
- 四、运动饮料市场的消费方向

第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析

- 一、价格敏感程度

- 二、品牌的影响
- 三、购买方便的影响
- 四、广告的影响程度
- 五、包装的影响程度

第六节 运动饮料行业产品的品牌市场调查

- 一、消费者对行业品牌认知度宏观调查
- 二、消费者对行业产品的品牌偏好调查
- 三、消费者对行业品牌的首要认知渠道
- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、运动饮料行业品牌忠诚度调查
- 六、运动饮料行业品牌市场占有率调查

第七章 运动饮料行业竞争格局与竞争策略分析

第一节 波特五力模型分析

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、企业集中度分析
- 三、区域集中度分析

第三节 2016-2019年运动饮料行业竞争格局分析

- 一、2016-2019年国内外运动饮料竞争分析
- 二、2016-2019年我国运动饮料市场竞争分析
- 三、2016-2019年我国运动饮料市场集中度分析
- 四、2020-2026年国内主要运动饮料企业动向

第四节 运动饮料市场竞争策略分析

- 一、2019年运动饮料市场增长潜力分析
- 二、2019年运动饮料主要潜力品种分析
- 三、现有运动饮料产品竞争策略分析

第五节 运动饮料企业竞争策略分析

一、运动饮料行业竞争格局的影响因素分析

二、2020-2026年我国运动饮料市场竞争趋势

三、2020-2026年运动饮料企业竞争策略分析

第八章 主要运动饮料企业竞争分析

第一节 红牛维他命饮料有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2016-2019年经营状况

第二节 广东健力宝饮料有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2016-2019年经营状况

第三节 百事（中国）投资有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2016-2019年经营状况

四、企业最新动态分析

第四节 广东乐百氏集团

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2016-2019年经营状况

第五节 农夫山泉股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2016-2019年经营状况

四、企业最新发展动向分析

第六节 三得利（中国）投资有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2016-2019年经营状况

第七节 大冢（中国）投资有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2016-2019年经营状况

第八节 日加满饮品（上海）有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2016-2019年经营状况

第九节 杭州娃哈哈集团有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2016-2019年经营状况

四、企业最新发展动向分析

第十节 可口可乐饮料有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2016-2019年经营状况

第九章 运动饮料行业发展趋势与前景预测

第一节 我国运动饮料行业前景与机遇分析

一、我国运动饮料行业发展前景

二、我国运动饮料发展机遇分析

第二节 2020-2026年中国运动饮料市场趋势分析

一、2016-2019年运动饮料市场趋势总结

二、2020-2026年运动饮料市场发展空间

三、2020-2026年运动饮料产业政策趋向

四、2020-2026年运动饮料技术革新趋势

五、2020-2026年运动饮料发展趋势分析

第三节 未来运动饮料需求与消费预测

一、2020-2026年运动饮料产品消费预测

二、2020-2026年运动饮料市场规模预测

三、2020-2026年运动饮料行业总产量预测

第四节 2020-2026年中国运动饮料行业供需预测

- 一、2020-2026年中国运动饮料供给预测
- 二、2020-2026年中国运动饮料需求预测
- 三、2020-2026年中国运动饮料供需平衡预测
- 四、2020-2026年中国运动饮料产品价格趋势

第十章 运动饮料行业投资现状与投资环境分析

第一节 2016-2019年运动饮料行业投资情况分析

- 一、2016-2019年总体投资及结构
- 二、2016-2019年分地区投资分析
- 三、2016-2019年外商投资情况

第二节 经济发展环境分析

- 一、我国宏观经济形势分析
 - 1、2019年中国宏观经济运行概况
 - 2、2019年中国宏观经济运行概况
- 二、2020-2026年投资趋势及其影响预测

第三节 政策法规环境分析

- 一、中国经济发展阶段
- 二、经济结构调整
- 三、投融资发展环境
 - 1、金融开放
 - 2、金融财政政策
 - 3、金融货币政策
 - 4、外汇政策
 - 5、银行信贷政策

第四节 技术发展环境分析

- 一、2016-2019年运动饮料技术发展分析
- 二、2020-2026年运动饮料技术发展趋势分析

第五节 社会发展环境分析

- 1、文化环境分析
- 2、互联网文化环境
- 3、中国城镇化率

第十一章 运动饮料行业投资机会与风险分析

第一节 行业投资收益率比较及分析

- 一、2019年相关产业投资收益率比较
- 二、2016-2019年行业投资收益率分析

第二节 运动饮料行业投资效益分析

- 一、2016-2019年运动饮料行业投资状况分析
- 二、2020-2026年运动饮料行业投资效益分析
- 三、2020-2026年运动饮料行业投资趋势预测
- 四、2020-2026年运动饮料行业的投资方向
- 五、2020-2026年运动饮料行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

第三节 影响运动饮料行业发展的主要因素（SWOT分析）

- 一、2020-2026年影响运动饮料行业运行的有利因素分析
- 二、2020-2026年影响运动饮料行业运行的不利因素分析
- 三、2020-2026年我国运动饮料行业发展面临的挑战分析
- 四、2020-2026年我国运动饮料行业发展面临的机遇分析

第四节 运动饮料行业投资风险及控制策略分析

- 一、2020-2026年运动饮料行业市场风险及控制策略
- 二、2020-2026年运动饮料行业政策风险及控制策略
- 三、2020-2026年运动饮料行业经营风险及控制策略
- 四、2020-2026年运动饮料行业技术风险及控制策略
- 五、2020-2026年运动饮料行业同业竞争风险及控制策略
- 六、2020-2026年运动饮料行业其他风险及控制策略

第十二章 运动饮料行业投资战略研究

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、企业品牌的重要性

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、功能饮料品牌战略管理的策略

五、运动饮料品牌战略管理的策略

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、饮料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 投资战略研究

一、2016-2019年运动饮料投资战略

二、2020-2026年运动饮料行业投资战略

图表目录：

图表 运动饮料行业产业链结构分析

图表 2019年食品工业月度增加值增速

图表 2019年食品工业主要产品产量（万吨、万千升、亿支）

图表 2019年食品工业经济效益指标（亿元）

图表 2019年分地区的食品工业经济效益

图表 2019年食品制造业固定资产投资情况

图表 2019-2025年功能饮料在饮料零售终端占比情况

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202004/158877.html>