

2024-2030年中国能量饮料 行业前景展望与投资前景分析报告

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

《2024-2030年中国能量饮料行业前景展望与投资前景分析报告》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/202402/439319.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

2019年我国能量饮料市场排名前四大的企业合计实现销售金额377.81亿元，市场占有率为88%⁵。能量饮料市场潜力十分可观，对潜在进入者具有较大的吸引力。经过多年的发展，行业形成了红牛、东鹏特饮、乐虎、体质能量、战马等知名品牌，领先的形势已经确立。领先企业在品牌、营销网络、规模经济、食品安全及质量控制、技术研发等方面对潜在进入者形成壁垒，行业集中度较高。近年来，东鹏特饮、乐虎、体质能量等国产品牌的市场份额正在不断扩大。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国能量饮料行业前景展望与投资前景分析报告》共十二章。首先介绍了能量饮料相关概念及发展环境，接着分析了中国能量饮料规模及消费需求，然后对中国能量饮料市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国能量饮料面临的机遇及发展前景。您若想对中国能量饮料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。

报告目录：

第1章 能量饮料行业发展综述

1.1 能量饮料行业定义及分类

1.1.1 行业定义

1.1.2 行业产品/服务分类

1.1.3 行业主要商业模式

1.2 能量饮料行业特征分析

1.2.1 产业链分析

1.2.2 能量饮料行业在产业链中的地位

1.3 能量饮料行业政治法律环境分析

1.3.1 行业管理体制分析

1.3.2 行业主要法律法规

1.3.3 行业相关发展规划

1.4 能量饮料行业经济环境分析

- 1.4.1 国际宏观经济形势分析
- 1.4.2 国内宏观经济形势分析
- 1.4.3 产业宏观经济环境分析
- 1.5 能量饮料行业技术环境分析
 - 1.5.1 能量饮料技术发展水平
 - 1.5.2 行业主要技术现状及发展趋势

第2章 国际能量饮料行业发展经验借鉴和典型企业运营情况分析

- 2.1 国际能量饮料行业发展总体状况
 - 2.1.1 国际能量饮料行业发展规模分析
 - 2.1.2 国际能量饮料行业市场结构分析
 - 2.1.3 国际能量饮料行业竞争格局分析
 - 2.1.4 国际能量饮料行业市场容量预测
- 2.2 国外主要能量饮料市场发展状况分析
 - 2.2.1 欧盟能量饮料行业发展状况分析
 - 2.2.2 美国能量饮料行业发展状况分析
 - 2.2.3 日本能量饮料行业发展状况分析
- 2.3 国际能量饮料企业运营状况分析

第3章 我国能量饮料行业发展现状

- 3.1 我国能量饮料行业发展现状
 - 3.1.1 能量饮料行业品牌发展现状
 - 3.1.2 能量饮料行业消费市场现状
 - 3.1.3 能量饮料市场需求层次分析
 - 3.1.4 我国能量饮料市场走向分析
- 3.2 我国能量饮料行业发展状况
 - 3.2.1 2022年中国能量饮料行业发展回顾
 - 3.2.2 2022年能量饮料行业发展情况分析
 - 3.2.3 2022年我国能量饮料市场特点分析
 - 3.2.4 2022年我国能量饮料市场发展分析
- 3.3 中国能量饮料行业供需分析
 - 3.3.1 2022年中国能量饮料市场供给总量分析

- 3.3.2 2022年中国能量饮料市场供给结构分析
- 3.3.3 2022年中国能量饮料市场需求总量分析
- 3.3.4 2022年中国能量饮料市场需求结构分析
- 3.3.5 2022年中国能量饮料市场供需平衡分析

第4章 中国能量饮料行业经济运行分析

- 4.1 2024-2030年能量饮料行业运行情况分析
 - 4.1.1 2022年能量饮料行业经济指标分析
 - 4.1.2 2022年能量饮料行业经济指标分析
- 4.2 2022年能量饮料行业进出口分析
 - 4.2.1 2024-2030年能量饮料行业进口总量及价格
 - 4.2.2 2024-2030年能量饮料行业出口总量及价格
 - 4.2.3 2024-2030年能量饮料行业进出口数据统计
 - 4.2.4 2024-2030年能量饮料进出口态势展望

第5章 我国能量饮料所属行业整体运行指标分析

- 5.1 2024-2030年中国能量饮料所属行业总体规模分析
 - 5.1.1 企业数量结构分析
 - 5.1.2 人员规模状况分析
 - 5.1.3 行业资产规模分析
 - 5.1.4 行业市场规模分析
- 5.2 2024-2030年中国能量饮料所属行业运营情况分析
 - 5.2.1 我国能量饮料所属行业营收分析
 - 5.2.2 我国能量饮料所属行业成本分析
 - 5.2.3 我国能量饮料所属行业利润分析
- 5.3 2024-2030年中国能量饮料所属行业财务指标总体分析
 - 5.3.1 行业盈利能力分析
 - 5.3.2 行业偿债能力分析
 - 5.3.3 行业营运能力分析
 - 5.3.4 行业发展能力分析

第6章 我国能量饮料行业竞争形势及策略

6.1 行业总体市场竞争状况分析

6.1.1 能量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

6.1.2 能量饮料行业企业间竞争分析

6.1.3 能量饮料行业集中度分析

6.2 中国能量饮料行业竞争格局综述

6.2.1 能量饮料行业竞争概况

- (1) 中国能量饮料行业竞争格局
- (2) 能量饮料行业未来竞争格局和特点
- (3) 能量饮料市场进入及竞争对手分析

6.2.2 中国能量饮料行业竞争力分析

- (1) 我国能量饮料行业竞争力剖析
- (2) 我国能量饮料企业市场竞争的优势
- (3) 国内能量饮料企业竞争能力提升途径

6.2.3 能量饮料市场竞争策略分析

第7章 我国能量饮料行业产业链分析

7.1 能量饮料行业产业链分析

7.1.1 产业链结构分析

7.1.2 主要环节的增值空间

7.1.3 与上下游行业之间的关联性

7.2 能量饮料上游行业分析

7.2.1 能量饮料产品成本构成

7.2.2 2024-2030年上游行业发展现状

7.3 能量饮料下游行业分析

7.3.1 能量饮料下游行业分布

7.3.2 2024-2030年下游行业发展现状

7.3.3 2024-2030年下游行业发展趋势

7.3.4 下游需求对能量饮料行业的影响

第8章 能量饮料重点企业发展分析

8.1 北京红牛饮料销售有限公司

8.1.1 企业概况

8.1.2 企业经营状况

8.1.3 企业盈利能力

8.1.4 企业市场战略

8.2 达能(中国)食品饮料有限公司

8.2.1 企业概况

8.2.2 企业经营状况

8.2.3 企业盈利能力

8.2.4 企业市场战略

8.3 广东健力宝集团有限公司

8.3.1 企业概况

8.3.2 企业经营状况

8.3.3 企业盈利能力

8.3.4 企业市场战略

8.4 大冢(中国)投资有限公司

8.4.1 企业概况

8.4.2 企业经营状况

8.4.3 企业盈利能力

8.4.4 企业市场战略

8.5 东鹏饮料(集团)股份有限公司

8.5.1 企业概况

8.5.2 企业经营状况

8.5.3 企业盈利能力

8.5.4 企业市场战略

8.6 农夫山泉股份有限公司

8.6.1 企业概况

8.6.2 企业经营状况

8.6.3 企业盈利能力

8.6.4 企业市场战略

第9章 能量饮料行业投资与趋势预测分析

9.1 2022年能量饮料行业投资情况分析

9.1.1 2022年总体投资结构

9.1.2 2022年投资规模情况

9.1.3 2022年投资增速情况

9.1.4 2022年分行业投资分析

9.2 能量饮料行业投资机会分析

9.2.1 能量饮料投资项目分析

9.2.2 2022年能量饮料投资新方向

9.3 2024-2030年能量饮料行业投资建议

第10章 能量饮料行业发展预测分析

10.1 2024-2030年中国能量饮料市场预测分析

10.1.1 2024-2030年我国能量饮料发展规模预测

我国能量饮料市场起步较晚。1995年底红牛进入中国标志着我国能量饮料产业的正式起步，此后行业呈现快速增长。2019年，我国能量饮料市场销售总金额为427.75亿。2014年至2019年能量饮料非现场消费的销售金额复合增速为15.02%，是饮料中增速最快的细分品类之一。预计2020年能量饮料非现场消费的销售金额有望突破450亿元。

10.1.2 2024-2030年能量饮料产品价格预测分析

10.2 2024-2030年中国能量饮料行业供需预测

10.2.1 2024-2030年中国能量饮料供给预测

10.2.2 2024-2030年中国能量饮料需求预测

10.3 2024-2030年中国能量饮料市场趋势分析

第11章 能量饮料企业管理策略建议

11.1 提高能量饮料企业竞争力的策略

11.1.1 提高中国能量饮料企业核心竞争力的对策

11.1.2 能量饮料企业提升竞争力的主要方向

11.1.3 影响能量饮料企业核心竞争力的因素及提升途径

11.1.4 提高能量饮料企业竞争力的策略

11.2 对我国能量饮料品牌的战略思考

11.2.1 能量饮料实施品牌战略的意义

11.2.2 能量饮料企业品牌的现状分析

11.2.3 我国能量饮料企业的品牌战略

11.2.4 能量饮料品牌战略管理的策略

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202402/439319.html>