|  |
| --- |
| [2025-2031年中国运动饮料市场深度调研与发展趋势分析报告](https://www.20087.com/8/37/YunDongYinLiaoHangYeQuShiFenXi.html) |



#### [中国市场调研网](https://www.20087.com/)

[www.20087.com](https://www.20087.com/)

一、基本信息

|  |  |
| --- | --- |
| 名称： | [2025-2031年中国运动饮料市场深度调研与发展趋势分析报告](https://www.20087.com/8/37/YunDongYinLiaoHangYeQuShiFenXi.html) |
| 报告编号： | 2790378　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：8200 元　　纸介＋电子版：8500 元 |
| 优惠价： | 电子版：7360 元　　纸介＋电子版：7660 元　　可提供增值税专用发票 |
| 咨询电话： | 400 612 8668、010-66181099、010-66182099、010-66183099 |
| Email： | Kf@20087.com |
| 在线阅读： | [<https://www.20087.com/8/37/YunDongYinLiaoHangYeQuShiFenXi.html>](https://www.20087.com/2/95/ZhiNengXiWanJiShiChangQianJingYuCe.html) |
| 温馨提示： | 订购英文、日文等版本报告，请拨打订购咨询电话或发邮件咨询。 |

二、内容简介

　　运动饮料市场在过去几十年中经历了显著增长，主要得益于健身文化的普及和消费者健康意识的提高。这些饮料通常含有电解质、碳水化合物和维生素，旨在补充运动过程中流失的水分和能量。随着消费者对功能性饮料的兴趣增加，市场上出现了更多针对特定运动类型和健康目标的产品。  
　　运动饮料的未来将更加关注天然成分和特定健康效益。随着消费者对人造添加剂和高糖分的担忧，运动饮料制造商将转向使用天然甜味剂和有机成分。此外，针对特定健康需求（如蛋白质补充、抗氧化和恢复功能）的产品将增加，以满足运动员和健身爱好者的个性化需求。  
　　《[2025-2031年中国运动饮料市场深度调研与发展趋势分析报告](https://www.20087.com/8/37/YunDongYinLiaoHangYeQuShiFenXi.html)》系统分析了运动饮料行业的市场规模、市场需求及价格波动，深入探讨了运动饮料产业链关键环节及各细分市场特点。报告基于权威数据，科学预测了运动饮料市场前景与发展趋势，同时评估了运动饮料重点企业的经营状况，包括品牌影响力、市场集中度及竞争格局。通过SWOT分析，报告揭示了运动饮料行业面临的风险与机遇，为运动饮料行业内企业、投资机构及政府部门提供了专业的战略制定依据与风险规避建议，是把握市场动态、优化决策的重要参考工具。  
  
第一章 运动饮料行业相关概述  
　　第一节 运动饮料行业相关概述  
　　　　一、产品概述  
　　　　二、产品特点  
　　　　三、产品优势  
　　第二节 运动饮料行业经营模式分析  
　　　　一、生产模式  
　　　　二、采购模式  
　　　　三、销售模式  
  
第二章 运动饮料行业发展环境分析  
　　第一节 中国经济发展环境分析  
　　　　一、中国GDP增长情况分析  
　　　　二、工业经济发展形势分析  
　　　　三、社会固定资产投资分析  
　　　　四、全社会消费品零售总额  
　　　　五、全国居民收入增长分析  
　　　　六、居民消费价格变化分析  
　　第二节 中国运动饮料行业政策环境分析  
　　　　一、行业监管管理体制  
　　　　二、行业相关政策分析  
　　　　　　（一）《新食品安全法》修订  
　　　　　　（二）《运动饮料》标准正式发布  
　　　　　　（三）食品添加剂标识新规正式实施  
　　　　　　（四）《关于促进食品工业健康发展的指导意见》  
　　第三节 中国运动饮料行业技术环境分析  
　　第四节 中国功能饮料行业发展分析  
  
第三章 运动饮料行业发展现状调研  
　　第一节 国际运动饮料行业发展现状调研  
　　第二节 2025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  
　　第三节 2025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  
　　第四节 2025-2031年中国饮料产业发展中面临的挑战分析  
  
第四章 2020-2031年中国运动饮料所属行业市场供需分析  
　　第一节 中国运动饮料所属行业市场供给情况分析  
　　　　一、2020-2025年中国运动饮料产量分析  
　　　　二、2025-2031年中国运动饮料产量预测分析  
　　第二节 中国运动饮料所属行业市场需求情况分析  
　　　　一、2020-2025年中国运动饮料需求分析  
　　　　国家推出了《健康中国规划纲要》政策后，为中国运动营养市场发展提供了前所未有的发展机遇。从图可知，中国体育人口从的360万到的434万。其中在过去几年的“跑步热”的熏陶下，也出现了大大小小的马拉松赛事。由数据可知，中国各类规模马拉松赛事场次已达到1102场，而注册仅为22场，7年间赛事总量翻了50倍之多，年均复合增长率达到120%。而中国体育产业总规模达到1.7万亿，预计将翻3倍达到5万亿。这是中国体育市场的壮大刺激运动营养行业的发展。  
　　　　随着人们收入不断增加，生活水平提高，无论是中老年广场舞群体还是健身房锻炼的年轻人，他们越来越重视自己的健康和外表。不同的运动方式，专业健身也好，瘦身减肥也好，仅是跑步健康也好，不同的运动方式肯定对运动营养是不同的需求。而映射到饮料行业里，以能量饮料和运动饮料为代表的功能性饮料需求在不断上升。  
　　　　2017 年中国大陆功能饮料4人均消费量为2.2升，消费金额为6.2美元，人均消费金额不足中国香港的50%，与英国、日本和美国差距更大，约10%-20%。  
　　　　功能饮料人均消费金额状况分析  
　　　　二、2025-2031年中国运动饮料需求预测分析  
　　第三节 中国运动饮料市场价格分析  
  
第五章 中国运动饮料行业产业链分析  
　　第一节 运动饮料行业产业链概述  
　　第二节 运动饮料上游产业发展状况分析  
　　　　一、中国矿泉水资源开发利用情况分析  
　　　　二、中国包装饮用水产量统计  
　　　　三、中国成品糖产量统计  
　　　　四、塑料包装材料行业发展情况分析  
　　第三节 运动饮料下游应用需求市场调研  
　　　　一、运动饮料销售渠道分析  
　　　　二、便利店门店总数统计  
　　　　三、超市门店总数统计  
　　　　四、百货店门店总数统计  
  
第六章 2020-2025年运动饮料所属行业进出口数据分析  
　　第一节 2020-2025年运动饮料所属行业进口情况分析  
　　　　一、进口数量状况分析  
　　　　二、进口金额状况分析  
　　　　三、进口来源分析  
　　　　四、进口均价分析  
　　第二节 2020-2025年运动饮料所属行业出口情况分析  
　　　　一、出口数量状况分析  
　　　　二、出口金额状况分析  
　　　　三、出口流向分析  
　　　　四、出口均价分析  
  
第七章 2025年中国运动饮料市场竞争格局透析  
　　第一节 2025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 2025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 2025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 2025-2031年中国运动饮料行业竞争趋势预测  
  
第八章 国内运动饮料生产厂商竞争力分析  
　　第一节 红牛维他命饮料有限公司  
　　　　一、企业发展基本状况分析  
　　　　二、企业主要产品分析  
　　　　三、企业经营状况分析  
　　　　四、企业销售网络布局  
　　　　五、企业竞争优势分析  
　　第二节 农夫山泉股份有限公司  
　　　　一、企业发展基本状况分析  
　　　　二、企业主要产品分析  
　　　　三、企业经营状况分析  
　　　　四、企业销售网络布局  
　　　　五、企业竞争优势分析  
　　第三节 达能（中国）食品饮料有限公司  
　　　　一、企业发展基本状况分析  
　　　　二、企业主要产品分析  
　　　　三、企业经营情况分析  
　　　　四、企业销售网络分析  
　　　　五、企业竞争优势分析  
　　第四节 天津大冢饮料有限公司  
　　　　一、企业发展基本状况分析  
　　　　二、企业主要产品分析  
　　　　三、企业经营情况分析  
　　　　四、企业销售网络分析  
　　　　五、企业竞争优势分析  
　　第五节 华润怡宝饮料（中国）有限公司  
　　　　一、企业发展基本状况分析  
　　　　二、企业主要产品分析  
　　　　三、企业经营状况分析  
　　　　四、企业销售网络布局  
　　第六节 百事（中国）有限公司  
　　　　一、企业发展基本状况分析  
　　　　二、企业主要产品分析  
　　　　三、企业经营状况分析  
　　　　四、企业销售网络布局  
　　第七节 北京广东健力宝饮料有限公司  
　　　　一、企业发展基本状况分析  
　　　　二、企业主要产品分析  
　　　　三、企业销售网络分析  
　　　　四、企业竞争优势分析  
  
第九章 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、健力宝的品牌投资前景研究  
　　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 2025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、对运动饮料认知状况分析  
　　第二节 2025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 2025-2031年中国运动饮料行业发展趋势与前景展望  
　　第一节 2025-2031年中国运动饮料行业趋势预测分析  
　　　　一、中国饮料市场趋势预测展望  
　　　　二、中国功能饮料市场前景良好  
　　　　三、运动饮料市场趋势分析  
　　第二节 2025-2031年中国运动饮料行业发展趋势预测  
　　　　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 2025-2031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 2025-2031年中国运动饮料市场盈利预测分析  
  
第十二章 2025-2031年中国运动饮料行业趋势预测及投资前景研究  
　　第一节 2025-2031年中国运动饮料行业前景调研分析  
　　　　一、运动饮料行业趋势预测  
　　　　二、运动饮料发展趋势预测  
　　第二节 2025-2031年中国运动饮料行业投资前景分析  
　　　　一、产业政策风险  
　　　　二、食品安全风险  
　　　　三、市场竞争风险  
　　第三节 中⋅智林⋅：2025-2031年中国运动饮料行业投资前景研究及建议  
  
图表目录  
　　图表 2020-2025年中国社会消费品零售总额变化趋势图  
　　图表 2020-2025年中国居民人均可支配收入变化趋势图  
　　图表 2020-2025年中国功能饮料零售额  
　　图表 2020-2025年中国运动饮料产量统计  
　　图表 2025-2031年中国运动饮料产量趋势预测分析  
　　图表 2020-2025年中国运动饮料零售量统计  
　　图表 2025-2031年中国运动饮料零售量趋势预测分析  
　　图表 中国运动饮料零售价格  
　　图表 运动饮料行业产业链  
　　图表 2020-2025年中国包装饮用水产量统计  
　　图表 2020-2025年中国成品糖产量统计  
　　图表 2020-2025年中国便利店门店总数统计  
　　图表 2020-2025年超市门店总数及大型超市门店总数统计  
　　图表 2020-2025年百货门店总数统计  
略……

了解《[2025-2031年中国运动饮料市场深度调研与发展趋势分析报告](https://www.20087.com/8/37/YunDongYinLiaoHangYeQuShiFenXi.html)》，报告编号：2790378，

请致电：400-612-8668、010-66181099、66182099、66183099，

Email邮箱：[Kf@20087.com](mailto:Kf@20087.com)

详细介绍：<https://www.20087.com/8/37/YunDongYinLiaoHangYeQuShiFenXi.html>

热点：专业运动饮料、运动饮料特点不包括、常见的运动饮料、运动饮料和普通饮料的最大区别在于、中国运动饮料、运动饮料的好处和坏处、运动饮料哪个好、运动饮料的名词解释

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！