

2020-2026年中国功能饮料 市场深度分析与发展前景报告

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年中国功能饮料市场深度分析与发展前景报告》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/202008/180889.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

中国快消品行业零售网点大概有500万个，其中中国偏远地区以及加油站、传统百货等渠道不计入此数据，对于功能饮料市场来说此数据有差异。例如，卡拉宝有40%左右销量出自加油站，并不在尼尔森的统计范畴中。中国功能饮料市场份额（分月）

2018年功能饮料行业中脉动、红牛和农夫山泉尖叫分别以642.8、510.1和379.9的品牌力指数成为最热销的三大品牌。健力宝、佳得乐、娃哈哈启力、宝矿力水特、力保健、水动乐以及日加满也纷纷挤进前十。总体来看，行业的品牌认知度比较高，脉动功能饮料最受大众的喜爱!2018年度中国功能饮料品牌力指数排行情况

中企顾问网发布的《2020-2026年中国功能饮料市场深度分析与发展前景报告》共十二章。首先介绍了中国功能饮料行业市场发展环境、功能饮料整体运行态势等，接着分析了中国功能饮料行业市场运行的现状，然后介绍了功能饮料市场竞争格局。随后，报告对功能饮料做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国功能饮料行业发展趋势与投资预测。您若想对功能饮料产业有个系统的了解或者想投资中国功能饮料行业，本报告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：

第一章 饮料及功能饮料相关概述

1.1 饮料简述念

1.1.1 饮料成份

1.1.2 饮料细分类别划分

1.1.3 饮料对身体的影响

1.1.4 饮料的加工工艺

1.2 功能饮料的相关概述

1.2.1 功能饮料特点

1.2.2 功能饮料成分

1.2.3 功能饮料的选择与饮用

1.3 功能饮料行业的分类

- 1.3.1 营养素饮料
- 1.3.2 运动饮料
- 1.3.3 其它特殊用途饮料
- 1.4 功能饮料行业的发展历程

第二章 2014-2018年中国功能性饮料所属行业经济指标分析

- 2.1 2014-2018年功能性饮料所属行业发展概述
- 2.2 2014-2018年功能性饮料所属行业经济运行状况
 - 2.2.1 功能性饮料行业企业数量分析
 - 2.2.2 功能性饮料行业资产规模分析
 - 2.2.3 功能性饮料行业销售收入分析
 - 2.2.4 功能性饮料行业利润总额分析
- 2.3 2014-2018年功能性饮料所属行业成本费用分析
 - 2.3.1 功能性饮料行业销售成本分析
 - 2.3.2 功能性饮料行业销售费用分析
 - 2.3.3 功能性饮料行业管理费用分析
 - 2.3.4 功能性饮料行业财务费用分析
- 2.4 2014-2018年功能性饮料所属行业运营效益分析
 - 2.4.1 功能性饮料行业盈利能力分析
 - 2.4.2 功能性饮料行业运营能力分析
 - 2.4.3 功能性饮料行业偿债能力分析
 - 2.4.4 功能性饮料行业成长能力分析

第三章 2014-2018年中国功能饮料所属行业发展环境分析

- 3.1 中国功能饮料行业政策环境分析
 - 3.1.1 行业监管部门及管理体制
 - 3.1.2 产业相关政策分析
 - 3.1.3 上下游产业政策影响
 - 3.1.4 进出口政策影响分析
- 3.2 功能饮料行业经济环境分析
 - 3.2.1 国民经济运行情况与GDP
 - 3.2.2 消费价格指数CPI、PPI

- 3.2.3 固定资产投资情况
- 3.2.4 全国居民收入情况
- 3.3 功能饮料行业社会环境分析
 - 3.3.1 功能饮料产业社会环境
 - 3.3.2 社会环境对行业的影响
- 3.4 功能饮料行业技术环境分析
 - 3.4.1 功能饮料技术分析
 - 3.4.2 功能饮料技术发展水平
 - 3.4.3 行业技术特点分析
 - 3.4.4 行业技术动态分析

第四章国际功能饮料行业发展分析及经验借鉴

- 4.1 全球功能饮料市场总体情况分析
 - 4.1.1 全球功能饮料市场结构
 - 4.1.2 全球功能饮料行业发展分析
 - 4.1.3 全球功能饮料行业竞争格局
- 4.2 美国功能饮料行业发展经验借鉴
 - 4.2.1 美国功能饮料行业发展经验借鉴
 - 4.2.2 美国功能饮料行业市场现状分析
 - 4.2.3 美国功能饮料行业发展趋势预测
 - 4.2.4 美国功能饮料行业对中国的启示
- 4.3 日本功能饮料行业发展经验借鉴
 - 4.3.1 日本功能饮料行业发展历程分析
 - 4.3.2 日本功能饮料行业市场现状分析
 - 4.3.3 日本功能饮料行业发展趋势预测
 - 4.3.4 日本功能饮料行业对中国的启示
- 4.4 德国功能饮料行业发展经验借鉴
 - 4.4.1 德国功能饮料行业发展历程分析
 - 4.4.2 德国功能饮料行业市场现状分析
 - 4.4.3 德国功能饮料行业发展趋势预测
 - 4.4.4 德国功能饮料行业对中国的启示

第五章中国功能饮料所属行业运行现状分析

5.1 中国功能饮料行业特征分析

5.1.1 中国功能饮料正处于市场起步阶段

5.1.2 中国功能饮料的目标客户群狭窄

5.1.3 中国功能饮料的品牌忠诚度低

5.1.4 中国功能饮料产品同质化严重

5.2 2014-2018年功能饮料行业发展现状

5.2.1 2014-2018年中国功能饮料行业市场规模

功能饮料其实是一个泛保健品市场，它以保健产品的特性来获取消费者，这潜藏着很多需求机会，如果能够激活企业，会获得一些意外的成长机会。而且，功能饮料市场的细分领域才刚刚开始，利润空间很大。2013-2018年中国功能饮料市场规模走势

5.2.2 2014-2018年中国功能饮料所属行业发展分析

- 1、功能性饮料成为药企利润新增长点
- 2、功能性饮料相关国家标准依然不完善
- 3、企业对于功能性饮料要有选择性营销
- 4、功能性饮料即将成为消费热点
- 5、功能性饮料的市场需求不断增多

5.2.3 2014-2018年中国功能饮料企业发展分析

5.3 2014-2018年中国功能性饮料市场动态分析

5.3.1 济南：功能性饮料市场“药味十足”

5.3.2 娃哈哈牵手曼联欲拓展功能饮料市场

5.3.3 复制王老吉：贵州百灵进军功能性饮料

5.3.4 功能性饮料成为韩饮品市场“宠儿”

5.3.5 健力宝引领中国运动饮料市场再创辉煌

5.3.6 农夫山泉试水功能性水产品

第六章中国功能饮料所属行业市场供需指标分析

6.1 中国功能饮料行业供给分析

6.1.1 2014-2018年中国功能饮料企业数量结构

6.1.2 2014-2018年中国功能饮料企业数量结构

6.1.3 中国功能饮料行业区域供给分析

6.2 2014-2018年中国功能饮料行业需求情况

- 6.2.1 中国功能饮料行业需求市场
- 6.2.2 中国功能饮料行业客户结构
- 6.2.3 中国功能饮料行业需求的地区差异
- 6.3 中国功能饮料市场应用及需求预测
 - 6.3.1 中国功能饮料市场应用及需求预测
 - 1、中国功能饮料应用市场需求特征
 - 2、中国功能饮料应用市场需求总规模
 - 6.3.2 2020-2026年中国年功能饮料行业领域需求量预测
 - 1、2020-2026年中国功能饮料行业领域需求产品/服务功能预测
 - 2、2020-2026年中国功能饮料行业领域需求产品/服务市场格局预测

第七章中国功能饮料行业细分市场分析

- 7.1 植物蛋白饮料市场发展分析
 - 7.1.1 植物蛋白饮料市场再掀新热潮
 - 7.1.2 我国植物蛋白饮料国标通过审定
 - 7.1.3 中国植物蛋白饮料市场发展现状
 - 7.1.4 植物蛋白饮料细分市场态势分析
 - 7.1.5 阻碍我国植物蛋白饮料行业发展的因素
 - 7.1.6 我国植物蛋白饮料行业的发展对策
 - 7.1.7 十三五期间我国植物蛋白饮料将高速发展
- 7.2 运动饮料市场发展分析
 - 7.2.1 中国运动饮料的市场状况
 - 7.2.2 我国运动饮料新国标解读析
 - 7.2.3 我国运动饮料市场消费者分析
 - 7.2.4 中国运动饮料市场格局分析
- 7.3 能量饮料市场发展分析
 - 7.3.1 国外能量饮料的发展状况
 - 7.3.2 美企掘金中国能量饮料市场
 - 7.3.3 能量饮料市场的问题分析
 - 7.3.4 二线能量饮料的市场突围路径
- 7.4 保健饮料市场发展分析
 - 7.4.1 国际保健饮料开发现状

- 7.4.2 中国保健饮料市场发展分析
- 7.4.3 中国保健饮料生产基地布局
- 7.4.4 中国保健饮料市场存在的问题分析

第八章中国功能饮料行业上、下游产业链分析

- 8.1 功能饮料行业产业链概述
 - 8.1.1 产业链定义
 - 8.1.2 功能饮料行业产业链
- 8.2 功能饮料行业主要上游产业发展分析
 - 8.2.1 上游产业发展现状
 - 8.2.2 上游产业供给分析
 - 8.2.3 上游供给价格分析
 - 8.2.4 主要供给企业分析
- 8.3 功能饮料行业主要下游产业发展分析
 - 8.3.1 下游（应用行业）产业发展现状
 - 8.3.2 下游（应用行业）产业需求分析
 - 8.3.3 下游（应用行业）主要需求企业分析
 - 8.3.4 下游（应用行业）最具前景产品/行业分析

第九章中国功能饮料行业市场竞争格局分析

- 9.1 中国功能饮料市场竞争状况分析
 - 9.1.1 功能饮料市场竞争加剧
 - 9.1.2 功能饮料：非产品层面的竞争透析
 - 9.1.3 功能饮料：非产品层面的竞争透析
 - 9.1.4 各大商家转变策略进军功能饮料
 - 9.1.5 功能饮料市场洋影重重
- 9.2 中国功能饮料市场品牌竞争分析
 - 9.2.1 功能饮料品牌状况透析
 - 9.2.2 品牌与品质成未来功能饮料市场主宰
 - 9.2.3 功能饮料亟需突破区域品牌强化概念
- 9.3 中国功能饮料产业集中度分析
 - 9.3.1 产品产量区域分布

9.3.2 生产企业的集中分布

9.3.3 市场集中度分析

第十章中国功能饮料行业领先企业竞争力分析

10.1 红牛维他命饮料有限公司

10.1.1 企业发展基本情况

10.1.2 企业主要产品分析

作为中国红牛最大的两个竞争对手，东鹏特饮和乐虎在努力的去追赶红牛的步伐。据了解，2018年，东鹏特饮销售额逾40亿元。作为从广东东莞起家的东鹏特饮来说，近年来在华南市场发展势头较好，2016年销售已经突破30亿，虽然尚不及红牛年销售的一个零头，但市场潜力不容小觑。

2016年开始，红牛的销售额连续走低，2016年销售额为210亿元，较2015年下滑9%，2018年红牛销售额再降7%，销售额跌破200亿元。预计2018年，红牛销售额还会持续降低。

此外，从市场份额来看，根据相关数据，红牛在功能饮料市场上的份额从63%下降至58%。
。2013-2018年中国红牛销售额及同比增速走势2013-2018年中国红牛市场份额走势

10.1.3 企业竞争优势分析

10.1.4 企业经营状况分析

10.2 乐百氏(广东)食品饮料有限公司

10.2.1 企业发展基本情况

10.2.2 企业主要产品分析

10.2.3 企业竞争优势分析

10.2.4 企业经营状况分析

10.3 广州王老吉药业股份有限公司

10.3.1 企业发展基本情况

10.3.2 企业主要产品分析

10.3.3 企业竞争优势分析

10.3.4 企业经营状况分析

10.4 佛山市三水健力宝贸易有限公司

10.4.1 企业发展基本情况

10.4.2 企业主要产品分析

10.4.3 企业竞争优势分析

10.4.4 企业经营状况分析

10.5 三得利（上海）食品有限公司

10.5.1 企业发展基本情况

10.5.2 企业主要产品分析

10.5.3 企业竞争优势分析

10.5.4 企业经营状况分析

10.6 杭州娃哈哈饮料有限公司

10.6.1 企业发展基本情况

10.6.2 企业主要产品分析

10.6.3 企业竞争优势分析

10.6.4 企业经营状况分析

10.7 深圳万和制药有限公司

10.7.1 企业发展基本情况

10.7.2 企业主要产品分析

10.7.3 企业竞争优势分析

10.7.4 企业经营状况分析

10.8 广东大冢制药有限公司

10.8.1 企业发展基本情况

10.8.2 企业主要产品分析

10.8.3 企业竞争优势分析

10.8.4 企业经营状况分析

10.9 上海锦江麒麟饮料食品有限公司

10.9.1 企业发展基本情况

10.9.2 企业主要产品分析

10.9.3 企业竞争优势分析

10.9.4 企业经营状况分析

第十一章 2020-2026年中国功能饮料行业发展趋势与前景分析

11.1 2020-2026年中国功能饮料市场发展前景

11.1.1 2020-2026年功能饮料市场发展潜力

11.1.2 2020-2026年功能饮料市场发展前景展望

11.1.3 2020-2026年功能饮料细分行业发展前景分析

11.2 2020-2026年中国功能饮料市场发展趋势预测

- 11.2.1 2020-2026年功能饮料行业发展趋势
- 11.2.2 2020-2026年功能饮料市场规模预测
- 11.2.3 2020-2026年功能饮料行业应用趋势预测
- 11.2.4 2020-2026年细分市场发展趋势预测
- 11.3 2020-2026年中国功能饮料行业供需预测
 - 11.3.1 2020-2026年中国功能饮料行业供给预测
 - 11.3.2 2020-2026年中国功能饮料行业需求预测
 - 11.3.3 2020-2026年中国功能饮料供需平衡预测
- 11.4 中国功能饮料市场的发展策略
 - 11.4.1 功能饮料发展须众强联合
 - 11.4.2 功能饮料的成功策略分析
 - 11.4.3 功能饮料的创新策略分析
 - 11.4.4 功能饮料的长销策略探索
 - 11.4.5 功能饮料新进入者发展对策

第十二章 2020-2026年中国功能饮料行业投资前景预测

- 12.1 2020-2026年中国功能饮料行业投资概况
 - 12.1.1 功能饮料投资环境利好
 - 12.1.2 饮料业投资价值链研究
- 12.2 2020-2026年中国功能饮料行业投资机会分析
 - 12.2.1 投资潜力分析
 - 12.2.2 全民健身热为功能饮料发展提供契机
 - 12.2.3 与产业链相关的投资机会分析
- 12.3 2020-2026年中国功能饮料行业投资风险预警
 - 12.3.1 宏观调控政策风险
 - 12.3.2 市场竞争风险
 - 12.3.3 市场运营机制风险

第十三章 研究结论及建议

- 13.1 研究结论
- 13.2 建议
 - 13.2.1 行业发展策略建议

13.2.2 行业投资方向建议

13.2.3 行业投资方式建议

图表目录：

图表：2014-2018年国内生产总值

图表：2014-2018年居民消费价格涨跌幅度

图表：2018年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2014-2018年国家外汇储备

图表：2014-2018年财政收入

图表：2014-2018年全社会固定资产投资

图表：2018年分行业城镇固定资产投资及其增长速度

图表：2018年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2014-2018年功能饮料行业市场规模分析

图表：2020-2026年功能饮料行业市场规模预测

图表：中国功能饮料行业盈利能力分析

图表：中国功能饮料行业运营能力分析

图表：中国功能饮料行业偿债能力分析

图表：中国功能饮料行业发展能力分析

图表：中国功能饮料行业经营效益分析

图表：2014-2018年功能饮料重要数据指标比较

图表：2014-2018年中国功能饮料行业销售情况分析

图表：2014-2018年中国功能饮料行业利润情况分析

图表：2014-2018年中国功能饮料行业资产情况分析

图表：2014-2018年中国功能饮料竞争力分析

图表：2020-2026年中国功能饮料产能预测

图表：2020-2026年中国功能饮料消费量预测

图表：2020-2026年中国功能饮料市场前景预测

图表：2020-2026年中国功能饮料市场价格走势预测

图表：2020-2026年中国功能饮料发展前景预测

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202008/180889.html>