

2024-2030年中国功能饮料 市场深度分析与市场全景评估报告

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年中国功能饮料市场深度分析与市场全景评估报告》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/202310/418303.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《2024-2030年中国功能饮料市场深度分析与市场全景评估报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：第一章 饮料及功能饮料概述 1

第一节 饮料的概述 1 一、饮料的定义 1 二、饮料的国家标准分类 1 三、饮料的其他分类法介绍 2

第二节 软饮料行业特点分析 3 一、市场特点分析 3 经济的持续高速增长及城乡居民收入的稳步提高为我国消费产品的增长奠定了坚实的基础。近年来，我国国民经济整体保持了平稳健康的发展态势。伴随着宏观经济的增长，我国广大居民的收入水平和生活质量也有了较大幅度的提高，消费活动日趋活跃，成为国内饮料行业强大的需求动力。饮料作为快速消费品，随着我国居民消费水平的提高，中国软饮料行业的市场规模也在不断地扩大，我国软饮料行业呈持续增长态势。 二、行业经济特性 3 三、行业发展周期分析 4 四、行业进入风险 4

第三节 功能饮料的相关概述 4 一、功能饮料简介 4 功能饮料是指通过调整饮料中营养素的成分和含量比例，在一定程度上调节人体功能的饮料。对比《饮料通则》（GB/T 10789—2015），可将功能饮料等同于特殊用途饮料。

图表 3：功能饮料的主要分类

分类	定义
运动饮料	营养成分及含量能适应运动或体力劳动人群的生理特点，能为机体补充水分、电解质和能量，可被迅速吸收的制品
营养素饮料	添加适量的食品营养强化剂，以补充机体营养需要的制品，如营养补充液
能量饮料	含有一定能量并添加适量营养成分或其他特定成分，能为机体补充能量，或加速能量释放和吸收的制品
电解质饮料	添加机体所需要的矿物质及其他营养成分，能为机体补充新陈代谢的消耗的电解质、水分的制品。
其他	上述之外的特殊用途饮料

资料来源：《饮料通则》（GB/T 10789—2015），中企顾问网

二、功能饮料的主要分类 4

第二章 2015-2019年世界功能饮料行业运行状况分析 6

第一节 2015-2019年国际饮料市场发展概况 6 一、中国饮料市场规模分析 6 二、美国饮料市场需求趋势分析 6 三、中国饮料市场趋势分析 8

第二节 2015-2019年国际功能饮料行业发展状况分析 8 一、中国功能饮料开发现状调研 8 二、中国功能饮料市场参与者 9 三、欧美功能饮料发展现状 9

第三节 2019-2025年世界功能饮料产业发展趋势预测 9

第三章 2015-2019年中国功能饮料产业运行环境分析 11

第一节 2015-2019年中国功能饮料产业政策分析 11 一、行业监管环境 11 二、行业政策分析 12 三、政策环境对行业的影响分析 14

第二节 2015-2019年中国宏观经济环境分析 14

第三节 2015-2019年中国功能饮料产业社会环境分析 14

第四章 中国功能饮料产业运行形势分析 16

第一节 2015-2019年中国功能饮料行业发展综述 16 一、功能饮料市场增速较高 16 数据显示：2018年我国功能饮料市场规模为651亿元，2011-2018年CAGR为18.2%，在饮料分类别

中增速位列第二位。 图表 9：中国功能饮料市场销售规模 资料来源：中企顾问网 二、消费升级助推功能饮料市场 17 三、健康理念助推功能饮料市场 18 四、中国功能性饮料行业发展的取向 19 第二节 2015-2019 年中国功能饮料的发展策略分析 20 一、依托功能饮料产业链条受益 20 二、依托品牌力构建护城河 22 三、多元市场推广方式 23 四、盯准客户需求深化产品细分 25 第五章 2015-2019 年中国功能饮料产业运行动态分析 27 第一节 中国功能饮料市场解读 27 一、功能逐步成为现代饮品的一大重要需求 27 二、功能饮料消费群体持续扩大 27 三、功能饮料消费场景多元化 28 第二节 中国功能饮料市场配方分析 29 一、传统配方以矿物质等人工合成的营养剂为主 29 二、天然植物成分成为后起之秀 30 三、低糖、低热量、少添加趋势 31 第三节 中国功能饮料市场渠道推广分析 32 一、功能饮料市场营销渠道分析 32 二、功能饮料市场营销推广分析 33 第六章 2015-2019 年中国功能饮料细分市场运行态势分析 35 第一节 2015-2019 年中国运动饮料市场概况 35 一、运动饮料的作用 35 二、世界运动饮料市场分析 36 三、中国运动饮料的市场情况分析 36 四、我国运动饮料新团体标准出台 37 五、我国运动饮料市场发展面临的问题 38 六、我国运动饮料发展趋向 38 第二节 2015-2019 年中国能量饮料市场概况 39 一、欧洲能量饮料市场持续看好 39 二、中国能量饮料市场的竞争 39 四、本土企业竞争策略分析 39 五、市场新进者不断涌现 41 第三节 中国保健饮料市场状况分析 44 一、我国保健饮料开发火热 44 二、我国保健饮料市场发展现状调研 44 三、保健饮料功能创新趋势 45 四、保健饮料原料创新趋势 45 五、保健饮料工艺形态创新趋势 46 第七章 中国饮料制造行业规模以上企业经济运行数据监测 47 第一节 2015-2019 年中国饮料制造行业数据监测回顾 47 一、竞争企业数量 47 二、市场销售额增长 48 三、利润总额增长 48 四、总资产增长 49 第二节 2015-2019 年中国饮料制造行业投资价值测算 49 一、销售利润率 49 二、销售毛利率 50 三、资产利润率 50 第三节 2015-2019 年中国饮料制造行业产销率调查 51 一、工业总产值 51 二、工业销售产值 51 三、产销率调查 52 第四节 2015-2019 年饮料制造出口交货值数据 52 一、出口交货值增长 52 二、出口交货值占工业产值的比重 53 第八章 2015-2019 年中国功能饮料营销及案例分析 54 第一节 2015-2019 年中国功能饮料的营销分析 54 一、功能饮料营销需首抓产品安全 54 二、功能饮料营销需创新产品 54 三、功能性饮料营销需善用新媒体 54 四、功能饮料纷纷布局电竞营销 55 第二节 功能饮料营销案例分析 55 一、红牛营销策略分析 55 二、健力宝的营销策略 56 三、脉动营销分析 56 第九章 2015-2019 年中国功能饮料产业市场竞争格局分析 59 第一节 2015-2019 年中国功能饮料产业竞争现状分析 59 一、功能饮料品牌竞争分析 59 二、功能饮料价格竞争分析 60 第二节 2015-2019 年中国功能饮料产业提升竞争力策略分析 60 第十章 中国功能饮料产业优势企业竞争力分析 62 第一节 红牛维他命饮料有限公司（红牛） 62 一、公司简介 62 二、公司主要经营数据指标分析 62 三、公司竞争力分析 62 四、公司未来战略分析 63 第二节 杭州娃哈哈集团有限公司（启力） 64 一、公司简

介 64 二、公司主要经营数据指标分析 64 三、公司竞争力分析 65 四、公司未来战略分析 65

第三节 达利食品集团（乐虎） 66 一、公司简介 66 二、公司主要经营数据指标分析 66 三、公司竞争力分析 66 四、公司未来战略分析 67

第四节 东鹏饮料（集团）股份有限公司（东鹏特饮） 68 一、公司简介 68 二、公司主要经营数据指标分析 68 三、公司竞争力分析 68 四、公司未来战略分析 68

第五节 广东健力宝集团有限公司（健力宝） 69 一、公司简介 69 二、公司主要经营数据指标分析 69 三、公司竞争力分析 69 四、公司未来战略分析 70

第六节 可口可乐公司（水动乐） 71 一、公司简介 71 二、公司主要经营数据指标分析 71 三、公司竞争力分析 71

第七节 百事公司（佳得乐） 71 一、公司简介 71 二、公司主要经营数据指标分析 71 三、公司竞争力分析 72

第八节 达能饮料公司（脉动） 72 一、公司简介 72 二、公司主要经营数据指标分析 72 三、公司竞争力分析 73

第十一章 2019-2025年中国功能饮料的相关行业运行态势分析 74

第一节 碳酸饮料 74 一、碳酸饮料生产情况 74 二、碳酸饮料行业竞争情况 75 三、碳酸饮料行业发展前景 75

第二节 果汁饮料 76 一、中国果汁饮料行业发展现状调研 76 二、果汁饮料市场竞争现状分析 76 三、果汁饮料市场逐渐走向细分 77

第三节 茶饮料 77 一、茶饮料国际市场情况分析 77 二、中国茶饮料市场发展概述 77 三、中国茶饮料市场竞争进一步加剧 78 四、茶饮料产品的发展方向 78

第四节 乳饮料 79 一、中国乳饮料市场发展概况 79 二、乳饮料市场亟需治理 79 三、乳饮料市场竞争格局 79 四、中国乳饮料市场发展趋势探析 80

第五节 瓶装水 80 一、我国瓶装水生产情况 80 二、我国瓶装水行掀起激烈竞争 81 三、我国高端矿泉水市场竞争现状 81 四、我国天然矿泉水市场前景广阔 82

第十二章 2019-2025年中国功能饮料的前景及趋势预测分析 83

第一节 2019-2025年中国饮料行业的发展前景预测 83 一、中国饮料行业前景展望 83 二、中国饮料行业竞争格局变化 83 三、中国饮料行业市场趋势分析 83 四、中国饮料行业投资机会分析 85 五、我国本土饮料企业的发展潜力分析 85

第二节 2019-2025年中国功能饮料行业的前景展望 86 一、国内功能性饮料增长潜力广阔 86 二、人均需求量有较大提升空间 86 三、看好的中国本土玩家 87

第三节 2019-2025年中国功能饮料行业市场盈利预测分析 89

第十三章 2019-2025年中国功能饮料产业投资机会与风险分析 90

第一节 2019-2025年中国功能饮料产业投资环境分析 90

第二节 2019-2025年中国功能饮料产业投资机会分析 90

第三节 2019-2025年中国功能饮料产业投资风险分析 90 一、市场竞争风险 90 二、政策风险 90 三、其他风险 91

第四节 投资建议 91

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/418303.html>