

# 2020年中国功能饮料行业分析报告- 市场竞争格局与未来趋势预测

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国功能饮料行业分析报告-市场竞争格局与未来趋势预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/yinliao/456556456556.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

### 一、行业管理体制及主管部门

目前国内功能饮料行业归属于饮料行业管辖，饮料行业遵循市场化发展模式，各企业面向市场自主经营，政府职能部门进行监管，行业协会进行自律规范。行业监管部门主要包括国务院食品安全委员会、国家卫生计生委、国家食品药品监督管理总局、国家质量监督检验检疫总局、国家工商行政管理总局。行业协会包括中国食品工业协会及中国饮料工业协会。

国务院食品安全委员会作为国务院食品安全工作的高层次议事协调机构，其主要职责是分析食品安全形势，研究部署、统筹指导食品安全工作，提出食品安全监管的重大政策措施，督促落实食品安全监管责任。

国家卫生计生委下设的食品安全标准与监测评估司负责食品安全标准制定、食品安全风险检测与评估，食品相关产品新品种的安全性审查，参与拟订食品安全检验机构资质认定的条件和检验规范；国家食品药品监督管理总局负责起草食品安全及监督管理的法律法规草案，拟订政策规划，负责制定食品行政许可的实施办法并监督实施；国家质量监督检验检疫总局下设的食品生产监管司负责对食品生产及检验进行监督管理；国家工商行政管理总局对流通环节食品安全进行监督管理。中国食品工业协会及中国饮料工业协会对行业进行自律性监管。

### 二、中国功能饮料行业竞争情况分析

一直以来，功能饮料市场潜力十分可观，对外部进入者具有较大的吸引力。经过多年的发展，功能饮料行业形成了红牛、东鹏特饮等知名品牌，其中红牛市占率一直都是一骑绝尘，尽管近年来被同行冲击，但是一超多强格局明显，领先的优势依旧巨大。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。

2016-2020年功能饮料行业龙头企业红牛市占率走势 资料来源：观研天下数据中心整理

### 三、中国功能饮料行业主要品牌分析

#### 我国功能饮料十大品牌

排行

品牌

所属公司

1

红牛

北京红牛饮料销售有限公司

2

东鹏特饮

东鹏饮料(集团)股份有限公司

3

脉动

达能(中国)食品饮料有限公司

4

佳得乐

百事(中国)投资有限公司

5

宝矿力水特

大冢(中国)投资有限公司

6

尖叫

农夫山泉股份有限公司

7

健力宝

广东健力宝集团有限公司

8

力量帝

农夫山泉股份有限公司

9

中沃体质能量

河南中沃实业有限公司

10

乐虎

福建达利食品集团有限公司资料来源：CNPP，观研天下数据中心整理

1、红牛

红牛（Red Bull）是全球较早推出且较成功的功能饮料品牌之一。1966年，红牛维生素功能饮料诞生于泰国，迄今已有近半个世纪的发展历史。凭着优秀的品质和卓越的声誉，红牛功能饮料已畅销全球160多个国家和地区。

1995年12月，红牛以全球战略眼光和对中国市场发展的信心来到中国，成立了红牛维他命饮料有限公司（下称红牛公司），大力开拓国内市场。“补充体力、精力十足”、“渴了喝红牛，困了、累了更要喝红牛”等广告语开始广为传诵，红牛品牌也为广大消费者所喜爱，为社会公众所熟知。

近二十年来，红牛公司构建了先进的企业理念和有效的管理模式，重在引导和培育消费者追求梦想、挑战自我的积极态度和行动。红牛公司不仅构建了覆盖全国的品牌推广、销售及分销网络及机构，确保为消费者提供高品质产品，随时随地享受能量生活；而且以“功能饮料市场先入者”的地位和优势，填补了国内饮料市场的空白，并迅速使产品遍布全国市场，逐步发展成为中国饮料行业的领军品牌。

红牛中国下设或委托了北京怀柔、湖北咸宁、广东佛山、江苏宜兴共四个现代化标准生产基地，满足消费者需求。红牛饮料生产制造的各个环节都严格按照GMP和SSOP管理规范进行，并先后通过了ISO9001：2000认证、ISO14001：2004认证、ISO 22000：2005认证以及安全饮品认证等认证，为红牛饮品的高品质和健康安全打下了坚实的基础。

2、东鹏特饮

东鹏饮料始创于1987年,20

03年9月完成国有企业向民营股份制企业改制。改制后企业高速发展，目前东鹏饮料集团以深圳东鹏为母公司，下设五个生产基地，已建成投产广州增城、东莞道滘、安徽滁州三个生产基地，年产能达118万吨，南宁、重庆生产基地也在筹建中。产品结构以“东鹏特饮”维生素功能饮料为主导，九制陈皮饮料为辅，纯净水、纸盒装清凉饮料为基础。

2013年开始，东鹏饮料进军全国市场，目前以深圳为营销计划中心，设立了广东、华南、华企业简介东、华北、西南、特通六大事业部，完成全国市场的基本布局。东鹏特饮是国家卫生部批准抗疲劳保健饮品，国外也叫能量饮料，富含牛磺酸、赖氨酸及多种B族维生素等营养成分，能为消费者提供充分的营养，补充能量。

四、中国功能饮料行业企业集中度分析  
一直以来，红牛是我国功能饮料行业的绝对领头羊，近年来以东鹏特饮为代表的国产功能饮料奋起直追，2020年红牛市场份额下降至52%。2020年我国功能饮料行业企业集中度分布 资料来源：观研天下数据中心整理（YM）

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国功能饮料行业分析报告-市场竞争格局与未来趋势预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

## 【报告大纲】

## 第一部分 产业环境透视

### 第一章 功能饮料行业发展综述

#### 第一节 软饮料的概述

##### 一、软饮料简介

##### 二、软饮料的国家标准分类

##### 三、软饮料的其他分类法介绍

#### 第二节 软饮料相关生产工艺介绍

##### 一、碳酸饮料加工技术

##### 二、果蔬汁的生产工艺介绍

##### 三、茶饮料加工工艺

#### 第三节 功能饮料的相关概述

##### 一、功能饮料简介

##### 二、功能饮料成分分类法

##### 三、运动饮料的概念及特点

##### 四、功能饮料的选择与饮用

#### 第四节 功能饮料行业经济指标分析

##### 一、赢利性

##### 二、成长速度

##### 三、附加值的提升空间

##### 四、进入壁垒 / 退出机制

##### 五、风险性

##### 六、行业周期

### 第二章 中国功能饮料行业发展环境分析

#### 第一节 经济环境分析

##### 一、国家宏观经济环境

##### 二、行业宏观经济环境

#### 第二节 政策环境分析

##### 一、行业法规及政策

##### 二、行业发展规划

#### 第三节 技术环境分析

##### 一、主要生产技术分析

##### 二、技术发展趋势分析

### 第三章 国际功能饮料行业发展分析及经验借鉴

#### 第一节 全球功能饮料市场总体情况分析

##### 一、全球功能饮料市场结构

## 二、全球功能饮料行业发展分析

### 三、全球功能饮料行业竞争格局

#### 第二节 美国功能饮料行业发展经验借鉴

##### 一、美国功能饮料行业发展历程分析

##### 二、美国功能饮料行业市场现状分析

##### 三、美国功能饮料行业发展趋势预测

##### 四、美国功能饮料行业对中国的启示

#### 第三节 日本功能饮料行业发展经验借鉴

##### 一、日本功能饮料行业发展历程分析

##### 二、日本功能饮料行业市场现状分析

##### 三、日本功能饮料行业发展趋势预测

##### 四、日本功能饮料行业对中国的启示

#### 第四节 德国功能饮料行业发展经验借鉴

##### 一、德国功能饮料行业发展历程分析

##### 二、德国功能饮料行业市场现状分析

##### 三、德国功能饮料行业发展趋势预测

##### 四、德国功能饮料行业对中国的启示

### 第二部分 市场深度调研

## 第四章 功能饮料细分市场分析

### 第一节 运动饮料市场发展分析

#### 一、中国运动饮料的市场状况

#### 二、我国运动饮料新国标解读

#### 三、我国运动饮料市场消费者分析

#### 四、中国运动饮料畅销品牌排行状况

#### 五、中国运动饮料市场格局分析

#### 六、运动饮料市场发展存在的问题

### 第二节 能量饮料市场发展分析

#### 一、国外能量饮料的发展状况

#### 二、美企掘金中国能量饮料市场

#### 三、能量饮料市场的问题分析

#### 四、二线能量饮料的市场突围路径

### 第三节 保健饮料市场发展分析

#### 一、国际保健饮料开发现状

#### 二、中国保健饮料市场发展分析

#### 三、中国保健饮料生产基地布局

## 四、中国保健饮料市场存在的问题分析

### 第四节 植物蛋白饮料市场发展分析

- 一、植物蛋白饮料市场再掀新热潮
- 二、我国植物蛋白饮料国标通过审定
- 三、中国植物蛋白饮料市场发展现状
- 四、植物蛋白饮料细分市场态势分析
- 五、阻碍我国植物蛋白饮料行业发展的因素
- 六、我国植物蛋白饮料行业的发展对策
- 七、“十三五”期间我国植物蛋白饮料将高速发展

## 第五章 功能饮料营销及案例分析

### 第一节 功能饮料的营销分析

- 一、功能饮料营销需要创新
- 二、功能饮料体验营销成发展主流
- 三、功能性饮料营销应重视长远效应
- 四、功能饮料营销的三大要点

### 第二节 功能饮料的营销模式综述

- 一、完全饮料型
- 二、高度饮料型
- 三、中度饮料型
- 四、低度饮料型
- 五、完全功能型

### 第三节 红牛营销策略分析

- 一、红牛品牌的内涵探析
- 二、红牛的强势品牌营销历程分析
- 三、独特的营销方式助力红牛快速崛起
- 四、红牛的立体化营销实践分析
- 五、红牛的内容营销策略及成效解析

### 第四节 王老吉营销分析

- 一、王老吉发展历程追溯
- 二、王老吉的市场定位及广告推广分析
- 三、王老吉的品牌营销创新手法
- 四、王老吉成功营销的策略解析
- 五、王老吉的亚运营营销发展解析

### 第五节 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

第六节 尖叫市场营销分析

一、尖叫市场营销概况

二、尖叫市场营销的创新分析

三、探析尖叫市场营销的“起伏”

四、尖叫市场营销的错位反弹

五、尖叫市场营销的思考

第七节 劲跑市场营销分析

一、劲跑的有效营销案例分析

二、劲跑营销策划存在的问题

三、劲跑提高竞争力的对策分析

第八节 启力营销分析

一、启力的娱乐营销策略分析

二、2020年启力向体育营销发力

三、娃哈哈启力的营销弊病分析

四、娃哈哈启力的营销对策探索

第六章 功能饮料市场替代产品的发展状况

第一节 碳酸饮料市场发展分析

一、泰国碳酸饮料市场面临的机遇与挑战

二、中国碳酸饮料市场份额呈下滑态势

三、我国碳酸饮料市场价格动态分析

四、中国碳酸饮料类（汽水）产量统计情况

五、中国碳酸饮料市场的挑战与机会

六、碳酸饮料市场消费分析及推广建议

第二节 果汁饮料市场发展分析

一、中国果汁饮料市场发展概况

二、中国果汁和蔬菜汁饮料的生产状况

三、国家提高果汁饮料行业准入门槛

四、国内果汁饮料行业发展现状

五、中国果汁饮料行业竞争形势严峻

六、中国果汁饮料行业面临的主要问题

七、中国果汁饮料行业发展的对策建议

### 第三节 茶饮料市场发展分析

- 一、茶饮料市场的新变化透析
- 二、茶饮料市场发展特点分析
- 三、茶饮料市场价格走势分析
- 四、中国茶饮料行业的竞争战略研究

### 第四节 乳饮料市场发展分析

- 一、中国乳饮料市场发展概况
- 二、我国含乳饮料市场主要品牌的发展
- 三、国内大型农牧企业试水乳饮行业
- 四、乳酸菌饮料市场竞争态势
- 五、我国乳饮料产业发展中的主要问题
- 六、含乳饮料的市场定位与品牌塑造策略
- 七、我国乳饮料行业的发展趋势及方向

### 第五节 瓶装水市场发展分析

- 一、中国瓶装水行业发展状况
- 二、我国瓶装水市场的发展
- 三、生活饮用水新国标全面实施
- 四、我国高端瓶装水市场潜力分析
- 五、我国瓶装水的发展方向

## 第三部分 竞争格局分析

### 第七章 功能饮料市场竞争格局及集中度分析

#### 第一节 功能饮料行业国际竞争格局分析

- 一、国际功能饮料市场发展状况
- 二、国际功能饮料市场竞争格局
- 三、国际功能饮料市场发展趋势分析
- 四、国际功能饮料重点企业竞争力分析

#### 第二节 功能饮料行业国内竞争格局分析

- 一、国内功能饮料行业市场规模分析
- 二、国内功能饮料行业竞争格局分析
- 三、国内功能饮料行业竞争力分析

#### 第三节 功能饮料行业集中度分析

- 一、企业集中度分析
- 二、区域集中度分析
- 三、市场集中度分析

### 第八章 功能饮料行业区域市场分析

## 第一节 行业总体区域结构特征分析

- 一、行业区域结构总体特征
- 二、行业区域集中度分析
- 三、行业区域分布特点分析
- 四、行业规模指标区域分布分析
- 五、行业效益指标区域分布分析
- 六、行业企业数的区域分布分析

## 第二节 华东地区功能饮料行业发展分析

- 一、行业发展现状分析
- 二、市场规模情况分析
- 三、市场需求情况分析
- 四、行业发展前景预测

## 第三节 华南地区功能饮料行业发展分析

- 一、行业发展现状分析
- 二、市场规模情况分析
- 三、市场需求情况分析
- 四、行业发展前景预测

## 第四节 华中地区功能饮料行业发展分析

- 一、行业发展现状分析
- 二、市场规模情况分析
- 三、市场需求情况分析
- 四、行业发展前景预测

## 第五节 华北地区功能饮料行业发展分析

- 一、行业发展现状分析
- 二、市场规模情况分析
- 三、市场需求情况分析
- 四、行业发展前景预测

## 第六节 东北地区功能饮料行业发展分析

- 一、行业发展现状分析
- 二、市场规模情况分析
- 三、市场需求情况分析
- 四、行业发展前景预测

## 第七节 西部地区功能饮料行业发展分析

- 一、行业发展现状分析
- 二、市场规模情况分析

### 三、市场需求情况分析

### 四、行业发展前景预测

## 第九章 中国功能饮料行业生产企业经营分析

### 第一节 红牛维他命饮料有限公司

#### 一、企业发展简况分析

#### 二、企业产品服务分析

#### 三、企业经营状况分析

##### 1、企业偿债能力分析

##### 2、企业运营能力分析

##### 3、企业盈利能力分析

#### 四、企业竞争优势分析

### 第二节 乐百氏(广东)食品饮料有限公司

#### 一、企业发展简况分析

#### 二、企业产品服务分析

#### 三、企业经营状况分析

##### 1、企业偿债能力分析

##### 2、企业运营能力分析

##### 3、企业盈利能力分析

#### 四、企业竞争优势分析

### 第三节 农夫山泉股份有限公司

#### 一、企业发展简况分析

#### 二、企业产品服务分析

#### 三、企业经营状况分析

##### 1、企业偿债能力分析

##### 2、企业运营能力分析

##### 3、企业盈利能力分析

#### 四、企业竞争优势分析

### 第四节 康师傅控股有限公司

#### 一、企业发展简况分析

#### 二、企业产品服务分析

#### 三、企业经营状况分析

##### 1、企业偿债能力分析

##### 2、企业运营能力分析

##### 3、企业盈利能力分析

#### 四、企业竞争优势分析

## 第五节 杭州娃哈哈集团有限公司

### 一、企业发展简况分析

### 二、企业产品服务分析

### 三、企业经营状况分析

#### 1、企业偿债能力分析

#### 2、企业运营能力分析

#### 3、企业盈利能力分析

### 四、企业竞争优势分析

## 第六节 深圳市东鹏饮料实业有限公司

### 一、企业发展简况分析

### 二、企业产品服务分析

### 三、企业经营状况分析

#### 1、企业偿债能力分析

#### 2、企业运营能力分析

#### 3、企业盈利能力分析

### 四、企业竞争优势分析

## 第七节 上海源倍春生物科技有限公司

### 一、企业发展简况分析

### 二、企业产品服务分析

### 三、企业经营状况分析

#### 1、企业偿债能力分析

#### 2、企业运营能力分析

#### 3、企业盈利能力分析

### 四、企业竞争优势分析

## 第八节 浙江李子园牛奶食品有限公司

### 一、企业发展简况分析

### 二、企业产品服务分析

### 三、企业经营状况分析

#### 1、企业偿债能力分析

#### 2、企业运营能力分析

#### 3、企业盈利能力分析

### 四、企业竞争优势分析

## 第九节 驻马店市豫粮生物科技有限公司

### 一、企业发展简况分析

### 二、企业产品服务分析

### 三、企业经营状况分析

#### 1、企业偿债能力分析

#### 2、企业运营能力分析

#### 3、企业盈利能力分析

### 四、企业竞争优势分析

## 第十节 佛山市穿越火线饮料有限公司

### 一、企业发展简况分析

### 二、企业产品服务分析

### 三、企业经营状况分析

#### 1、企业偿债能力分析

#### 2、企业运营能力分析

#### 3、企业盈利能力分析

### 四、企业竞争优势分析

## 第四部分发展前景展望

## 第十章 2021-2026年功能饮料行业前景及趋势预测

### 第一节 2021-2026年功能饮料市场发展前景

#### 一、功能饮料市场发展潜力

#### 二、功能饮料市场发展前景展望

#### 三、功能饮料细分行业发展前景分析

### 第二节 2021-2026年功能饮料市场发展趋势预测

#### 一、功能饮料行业发展趋势分析

##### 1、技术发展趋势分析

##### 2、产品发展趋势分析

#### 二、功能饮料行业市场规模预测

##### 1、功能饮料行业市场容量预测

##### 2、功能饮料行业销售收入预测

#### 三、功能饮料行业细分市场发展趋势预测

## 第十一章 2021-2026年功能饮料行业投资机会与风险防范

### 第一节 中国功能饮料行业投资特性分析

#### 一、功能饮料行业进入壁垒分析

#### 二、功能饮料行业盈利模式分析

#### 三、功能饮料行业盈利因素分析

### 第二节 中国功能饮料行业投资情况分析

#### 一、功能饮料行业总体投资及结构

#### 二、功能饮料行业投资规模情况

### 三、功能饮料行业投资项目分析

#### 第三节 中国功能饮料行业投资风险

- 一、功能饮料行业供求风险
- 二、功能饮料行业关联产业风险
- 三、功能饮料行业产品结构风险
- 四、功能饮料行业技术风险

#### 第四节 功能饮料行业投资机会

- 一、产业链投资机会
- 二、细分市场投资机会
- 三、重点区域投资机会
- 四、功能饮料行业投资机遇

### 第五部分发展战略研究

#### 第十二章 功能饮料行业发展战略研究

##### 第一节 功能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 对中国功能饮料品牌的战略思考

- 一、功能饮料品牌的重要性
- 二、功能饮料实施品牌战略的意义
- 三、功能饮料企业品牌的现状分析
- 四、中国功能饮料企业的品牌战略
- 五、功能饮料品牌战略管理的策略

##### 第三节 功能饮料行业经营策略分析

- 一、功能饮料市场细分策略
- 二、功能饮料市场创新策略
- 三、品牌定位与品类规划
- 四、功能饮料新产品差异化战略

##### 第四节 功能饮料行业投资战略研究

- 一、2020年功能饮料行业投资战略
- 二、2021-2026年功能饮料行业投资战略

### 三、2021-2026年细分行业投资战略

#### 图表目录

图表：功能饮料行业生命周期

图表：功能饮料行业产业链结构

图表：2017-2020年中国功能饮料行业盈利能力分析

图表：2017-2020年中国功能饮料行业运营能力分析

图表：2017-2020年中国功能饮料行业偿债能力分析

图表：2017-2020年中国功能饮料行业发展能力分析

图表：2017-2020年中国功能饮料行业经营效益分析

图表：2017-2020年不同规模企业利润总额分布

图表：2017-2020年功能饮料行业不同规模企业从业人员分布

图表：2017-2020年功能饮料行业不同规模企业销售收入分布

图表：2017-2020年功能饮料行业不同规模企业资产总额分布

图表：2017-2020年功能饮料行业不同规模企业数量分布

图表：2017-2020年功能饮料行业不同性质企业利润总额分布

图表：2017-2020年功能饮料行业不同性质企业从业人员分布

图表：2017-2020年功能饮料行业不同性质企业销售收入分布

图表：2017-2020年功能饮料行业不同性质企业资产总额分布

图表：2017-2020年功能饮料行业不同性质企业数量分布

图表：2017-2020年全球功能饮料行业市场规模

图表：2017-2020年中国功能饮料行业市场规模

图表：2017-2020年功能饮料行业重要数据指标比较

图表：2017-2020年中国功能饮料市场占全球份额比较

图表：2017-2020年功能饮料行业工业总产值

图表详见报告正文 . . . . . ( GYSYL )

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yinliao/456556456556.html>