

# 2021年中国功能饮料行业分析报告- 行业深度研究与前景评估预测

报告大纲

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国功能饮料行业分析报告-行业深度研究与前景评估预测》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/553136553136.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

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。功能饮料产业链上游为基础原料，主要包括水、天然植物、色素、食品添加剂等；中游为各类型的功能饮料制造，下游为各消费渠道，最后到达终端消费者。

功能饮料行业产业链 资料来源：观研天下整理

### 一、上游分析

#### 1.山泉水

山泉水具有水质零污染、人体饮用后不会给代谢造成负担、富含天然微量元素等优点，可以用来作为功能饮料的水原料。根据数据显示，2019年我国山泉水行业产量达196.5万吨，2020年我国山泉水行业产量达213.5万吨，同比增长8.65%；预计2021年我国山泉水行业水产量可达230.6万吨。

2016-2021年我国山泉水行业产量、增速及预测数据来源：观研天下整理

#### 2.食品添加剂

食品添加剂是为改善食品色、香、味等品质，以及为防腐和加工工艺的需要而加入食品中的人工合成或者天然物质。近几年，由于国家对食品添加剂的管理力度加强，导致我国食品添加剂产量有所下滑。根据数据显示，2019年我国食品添加剂产量为838万吨，2020年我国食品添加剂产量为974，同比增长16.23%；预计2021年我国食品添加剂产量将有所上升至1080万吨。

2016-2021年我国食品添加剂产量、增速及预测 数据来源：观研天下整理

#### 3.塑料加工

塑料加工一般包括塑料的配料、成型、机械加工、接合、修饰和装配等。后四个工序是在塑料已成型为制品或半制品后进行的，又称为塑料二次加工。目前，我国软饮料市场中瓶装包材有易拉罐、塑料等。根据数据显示，2020年我国塑料加工专用设备产量达37.2万台，较2019年同比下降2.36%；据推测，2021年我国塑料加工专用设备产量可达38.9万台。

2016-2021年我国塑料加工专用设备产量、增速及预测 数据来源：观研天下整理

#### 4.企业优势分析

现阶段，我国功能饮料行业产业链上游优秀企业主要包括北控水务集团有限公司、北京首创股份有限公司、沧州东盛塑料有限公司、浙江振华塑业有限公司等。

我国功能饮料行业产业链上游代表企业优势分析

类别

企业名称

优势分析

山泉水

北控水务集团有限公司

业务优势：截至2020年12月31日，北控水务拥有水厂及乡镇污水处理设施共计1334座，其中包括1115座污水处理厂、174 座供水厂、43 座再生水厂及2 座海水淡化厂，总设计能力为4212.5万吨/日。北控水务拥有水环境综合治理项目30+个，治理河流长度1500+公里，管网长度超4000+公里，流域治理面积超过7000+平方公里。

#### 北京首创股份有限公司

企业规模优势：目前已初步完成了对国内重点城市的战略布局，参股控股的水务项目遍及国内8个省区和13个城市，服务人口超过1500万，发展潜力相当可观。作为为国内污水处理领域的龙头，公司控股的京城水务公司污水处理能力120万吨，占北京市目前总处理能力的近80%，是目前国内污水处理能力最大的公司

#### 塑料瓶

#### 沧州东盛塑料有限公司

企业规模优势：沧州东盛塑料有限公司成立于1988年，是一家民营企业，公司位处于河北沧州工业区，毗邻京沪高速和沧保公路，占地面积38000平方米。本公司每月产量达至1000万套塑料制品。其中，耐高温PP塑料瓶是主要产品，在北方的生产规模是较大之一，同时也是较早开发该产品的企业，所以技术之精湛在同行中取得地位。

产品优势：已批获《食品包装容器生产许可证》，符合食品及饮品行业对具备「热灌装，耐高温」的需求，开发出新一代既透明又经济且环保的包装瓶。产品采用BOPP注拉吹技术生产，更适用于超过121oC以上高温直接灌装和二次灭菌工艺的要求；原料采购力求较好、，确保产质量素和卫生安全，满足高端市场的需求。此产品具有不易破碎、易运输、易保管等优点，生产过程更符合环保要求，更可延长产品的保质期。

#### 浙江振华塑业有限公司

技术优势：药品包装材料和容器注册证号：国药包字20020184,国药包字20020274振华塑业，引进先进的设备，高品质的模具，配有完善的检测设备和雄厚技术力量，拥有国际水平的全自动注、拉、吹三工位一步法成型塑料机，采用全自动微电脑控制，整个生产流程按照GMP标准设计，达到10万级标准净化车间。

企业规模优势：创建于1992年，占地面积100亩，建筑面积18800平方米，其中十万级净化车间面积2240平方米，系台州市专业生产医药包装的骨干企业。资料来源：观研天下整理

## 二、中游分析

### 1.分类

我国功能饮料主要细分为七大类别，分别为多糖类饮料、维生素饮料、矿物质饮料、运动类饮料、益生菌饮料、免疫类饮料和低能量饮料。

#### 我国功能饮料细分类型概述

#### 类型

#### 概述

#### 多糖类饮料

大多指含有膳食纤维的饮料，可以调节肠胃。一般在饭前或饭后喝，能帮助消化，排除体内毒素。便秘的人长期饮用，可慢慢调节肠道，缓解和治疗便秘。

#### 维生素饮料

能补充身体所需多种营养成分。维生素饮料除了补充人体所需的维生素外,其中的抗氧化成分还能清除体内垃圾，起到抗衰老的作用。

#### 矿物质饮料

与维生素饮料功能相似，用于补充人体所需的铁、锌、钙等各种矿物质元素，增强人体免疫功能和身体素质，改善骨质疏松，有效抗疲劳。适合容易疲劳的成人，儿童不宜。

#### 运动类饮料

运动类饮料是营养素的成分和含量能适应运动员或参加体育锻炼人群的运动生理特点、特殊营养需要的软饮料。运动饮料属于功能性特殊饮料中具有特定功用，能使运动员或参加体育运动的人员在饮用后迅速补充水分和多种营养元素的饮品。

#### 益生菌饮料

能促进

人体肠胃中有益菌生长,改善肠道功能，帮助消化、养颜，尤其适合老人和消化不良的人。

#### 免疫类饮料

免疫功能饮料，如添加了虫草多糖、香菇多糖、氨基酸和多肽类的饮料。香菇多糖具有免疫调节、抗肿瘤、抗感染、增强机体的排毒能力、降血脂、抗衰老、抗病毒等功能。

#### 低能量饮料

饮用低能量功能饮料就可以补充我们身体所需营养,可以饮用氨康源氨基酸固体功能饮料，氨基酸是蛋白质的基本组成单位，能够帮助人体提供营养，饮用氨康源氨基酸饮料不仅不会导致亚健康问题，反而还能补充人体所需营养，增强抵抗力。资料来源：观研天下整理

### 2.市场规模

根据数据显示，2019年我国功能饮料市场规模达1119亿元，2020年我国功能饮料市场规模达1224亿元，同比增长9.38%；预计2021年我国功能饮料市场规模可达到1339亿元。2016-2021年我国功能饮料市场规模、增速及预测 数据来源：观研天下整理

### 3.细分种类

#### (1) 能量饮料

我国能量饮料市场起步较晚，但能量饮料目前已发展成为饮料行业重要的细分品类，并呈持续稳定的发展态势。根据数据显示，我国能量饮料市场规模由2016年284亿元增至2019年404亿元，年均复合增长率为12.5%；预计2021年我国能量饮料市场规模分别可达到486亿元。

2016-2021年我国能量饮料市场规模、增速及预测 数据来源：观研天下整理

#### (2) 运动饮料

近几年，我国运动饮料市场规模也呈缓慢增长的趋势。根据数据显示，2019年我国运

动饮料市场规模达109亿元，2020年我国运动饮料市场规模达113亿元，同比增长3.67%；据推测，2021年我国运动饮料市场规模可达到117亿元。

2016-2021年我国运动饮料市场规模、增速及预测 数据来源：观研天下整理

#### 4.企业优势分析

现阶段，我国功能饮料行业产业链中游优秀企业主要包括广东健力宝股份有限公司、东鹏饮料（集团）股份有限公司、日加满饮品(上海)有限公司、上海大正力保健有限公司、泰国天丝医药保健有限公司等。

我国功能饮料行业产业链中游代表企业优势分析

企业名称

优势分析

广东健力宝股份有限公司

企业规模优势：公司总部设在广东省佛山市三水区，拥有现代化厂房26万多平方米，是国内最大的饮料生产基地之一。公司从美国、瑞典等国引进具有世界先进水平的罐装、塑瓶装、软包装生产线，并在北京怀柔、江苏镇江、陕西西安、云南昆明等地设有子公司，年生产各类饮料能力达150多万吨。

东鹏饮料（集团）股份有限公司

企业规模优势：东鹏饮料（集团）股份有限公司是深圳老字号饮料生产企业，2003年完成全民所有制企业改制，改制后高速发展。目前，设立了广东、广西、华中、华东等事业部，并形成广东、安徽、广西等辐射全国主要地区的生产基地，销售网络覆盖全国约179万家终端门店。

日加满饮品(上海)有限公司

企业规模优势：国内能量饮料领军企业日加满饮品（上海）有限公司成立于2001年，公司隶属于上海东锦食品集团，是一家中外合资的大型食品饮料生产企业。十年来，日加满一直致力于研发和生产“自然、愉悦、健康、功效”的功能性饮品，行销网络遍布全国。创立十年，日加满饮品以为国人提供健康生活理念为己任，在专业的研发和严格的生产管理下，先后荣获多项国际专业认证。产品和品牌荣获“国家保健食品”、“中国食品行业十大影响力品牌”等殊荣，获得行业一致认可。

上海大正力保健有限公司

企业规模优势：于1997年8月进入中国上海，注册资金1600万美金。工场设在上海市嘉定区，是一家以科技为先导，集科研、生产、销售为一体的外资企业。占地面积24亩，生产车间面积2700余平方米，同时拥有10万级净化车间。现以开发、生产、销售以牛磺酸和维生素B族为主要成分的“力保健”保健饮料系列，产品主要销售在上海、北京、广州等大中型沿海城市，同时担负香港市场。

泰国天丝医药保健有限公司

企业规模优势：天丝医药总部位于泰国曼谷，是红牛功能饮料的创始公司、全球红牛配方的

独家持有人以及东南亚最大的功能饮料制造商之一。天丝医药旗下拥有九大品牌、四个产品种类、逾30条产品线。公司旗下拥有能量饮料、电解质饮料以及其他功能饮料等多种产品，并自2005年起开始生产小食品。资料来源：观研天下整理

### 三、下游分析

#### 1.自动售货机

随着我国经济的迅速发展，我国自动售货机行业发展态势良好。根据数据显示，2018年我国自动售货机行业市场规模为190亿元，2019年自动售货机行业市场规模为285亿元，同比增长50%。

2014-2019年我国自动售货机行业市场规模及增速 数据来源：观研天下整理

#### 2.便利店

近几年，我国连锁便利店门店数量扩张迅速。根据数据显示，2020年我国便利店门店规模达到19.3万家，其中传统便利店14.4万家，增速约9%，基本维持2019年水平，规模门店增速放缓，其余门店贡献更高增速。

2015-2020年我国品牌连锁便利店门店数量及增速 数据来源：观研天下整理

#### 3.消费者消费情况

我国能量饮料市场起步晚，能量饮料的人均消费水平仍显著偏低，成长空间广阔。根据数据显示，2019年我国大陆功能饮料人均消费量为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、日本和美国差距大。（TJL）

2019年全球部分国家功能饮料人均消费量情况 数据来源：观研天下整理

2019年全球部分国家功能饮料人均消费金额情况 数据来源：观研天下整理

观研报告网发布的《2021年中国功能饮料行业分析报告-行业深度研究与前景评估预测》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。

行业报告是业内企业、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。

## 【目录大纲】

### 第一章 2017-2021年中国功能饮料行业发展概述

#### 第一节 功能饮料行业发展情况概述

- 一、功能饮料行业相关定义
- 二、功能饮料行业基本情况介绍
- 三、功能饮料行业发展特点分析
- 四、功能饮料行业经营模式
  - 1、生产模式
  - 2、采购模式
  - 3、销售模式
- 五、功能饮料行业需求主体分析

#### 第二节 中国功能饮料行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、功能饮料行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
  - (1) 沟通协调机制
  - (2) 风险分配机制
  - (3) 竞争协调机制
- 四、中国功能饮料行业产业链环节分析
  - 1、上游产业
  - 2、下游产业

#### 第三节 中国功能饮料行业生命周期分析

- 一、功能饮料行业生命周期理论概述
- 二、功能饮料行业所属的生命周期分析

#### 第四节 功能饮料行业经济指标分析

- 一、功能饮料行业的赢利性分析
- 二、功能饮料行业的经济周期分析



### 三、功能饮料行业附加值的提升空间分析

#### 第五节 中国功能饮料行业进入壁垒分析

##### 一、功能饮料行业资金壁垒分析

##### 二、功能饮料行业技术壁垒分析

##### 三、功能饮料行业人才壁垒分析

##### 四、功能饮料行业品牌壁垒分析

##### 五、功能饮料行业其他壁垒分析

### 第二章 2017-2021年全球功能饮料行业市场发展现状分析

#### 第一节 全球功能饮料行业发展历程回顾

#### 第二节 全球功能饮料行业市场区域分布情况

#### 第三节 亚洲功能饮料行业地区市场分析

##### 一、亚洲功能饮料行业市场现状分析

##### 二、亚洲功能饮料行业市场规模与市场需求分析

##### 三、亚洲功能饮料行业市场前景分析

#### 第四节 北美功能饮料行业地区市场分析

##### 一、北美功能饮料行业市场现状分析

##### 二、北美功能饮料行业市场规模与市场需求分析

##### 三、北美功能饮料行业市场前景分析

#### 第五节 欧洲功能饮料行业地区市场分析

##### 一、欧洲功能饮料行业市场现状分析

##### 二、欧洲功能饮料行业市场规模与市场需求分析

##### 三、欧洲功能饮料行业市场前景分析

#### 第六节 2021-2026年世界功能饮料行业分布走势预测

#### 第七节 2021-2026年全球功能饮料行业市场规模预测

### 第三章 中国功能饮料产业发展环境分析

#### 第一节 我国宏观经济环境分析

##### 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、城乡居民收入增长分析

##### 六、居民消费价格变化分析

##### 七、对外贸易发展形势分析

## 第二节 中国功能饮料行业政策环境分析

### 一、行业监管体制现状

### 二、行业主要政策法规

## 第三节 中国功能饮料产业社会环境发展分析

### 一、人口环境分析

### 二、教育环境分析

### 三、文化环境分析

### 四、生态环境分析

### 五、消费观念分析

## 第四章 中国功能饮料行业运行情况

### 第一节 中国功能饮料行业发展状况情况介绍

#### 一、行业发展历程回顾

#### 二、行业创新情况分析

##### 1、行业技术发展现状

##### 2、行业技术专利情况

##### 3、技术发展趋势分析

#### 三、行业发展特点分析

### 第二节 中国功能饮料行业市场规模分析

### 第三节 中国功能饮料行业供应情况分析

### 第四节 中国功能饮料行业需求情况分析

### 第五节 我国功能饮料行业细分市场分析

#### 1、细分市场一

#### 2、细分市场二

#### 3、其它细分市场

### 第六节 中国功能饮料行业供需平衡分析

### 第七节 中国功能饮料行业发展趋势分析

## 第五章 中国功能饮料所属行业运行数据监测

### 第一节 中国功能饮料所属行业总体规模分析

#### 一、企业数量结构分析

#### 二、行业资产规模分析

### 第二节 中国功能饮料所属行业产销与费用分析

#### 一、流动资产

#### 二、销售收入分析

### 三、负债分析

### 四、利润规模分析

### 五、产值分析

## 第三节 中国功能饮料所属行业财务指标分析

### 一、行业盈利能力分析

### 二、行业偿债能力分析

### 三、行业营运能力分析

### 四、行业发展能力分析

## 第六章 2017-2021年中国功能饮料市场格局分析

### 第一节 中国功能饮料行业竞争现状分析

#### 一、中国功能饮料行业竞争情况分析

#### 二、中国功能饮料行业主要品牌分析

### 第二节 中国功能饮料行业集中度分析

#### 一、中国功能饮料行业市场集中度影响因素分析

#### 二、中国功能饮料行业市场集中度分析

### 第三节 中国功能饮料行业存在的问题

### 第四节 中国功能饮料行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国功能饮料行业钻石模型分析

#### 一、生产要素

#### 二、需求条件

#### 三、支援与相关产业

#### 四、企业战略、结构与竞争状态

#### 五、政府的作用

## 第七章 2017-2021年中国功能饮料行业需求特点与动态分析

### 第一节 中国功能饮料行业消费市场动态情况

### 第二节 中国功能饮料行业消费市场特点分析

#### 一、需求偏好

#### 二、价格偏好

#### 三、品牌偏好

#### 四、其他偏好

### 第三节 功能饮料行业成本结构分析

### 第四节 功能饮料行业价格影响因素分析

#### 一、供需因素

## 二、成本因素

## 三、渠道因素

## 四、其他因素

### 第五节 中国功能饮料行业价格现状分析

### 第六节 中国功能饮料行业平均价格走势预测

#### 一、中国功能饮料行业价格影响因素

#### 二、中国功能饮料行业平均价格走势预测

#### 三、中国功能饮料行业平均价格增速预测

## 第八章 2017-2021年中国功能饮料行业区域市场现状分析

### 第一节 中国功能饮料行业区域市场规模分布

### 第二节 中国华东地区功能饮料市场分析

#### 一、华东地区概述

#### 二、华东地区经济环境分析

#### 三、华东地区功能饮料市场规模分析

#### 四、华东地区功能饮料市场规模预测

### 第三节 华中地区市场分析

#### 一、华中地区概述

#### 二、华中地区经济环境分析

#### 三、华中地区功能饮料市场规模分析

#### 四、华中地区功能饮料市场规模预测

### 第四节 华南地区市场分析

#### 一、华南地区概述

#### 二、华南地区经济环境分析

#### 三、华南地区功能饮料市场规模分析

#### 四、华南地区功能饮料市场规模预测

## 第九章 2017-2021年中国功能饮料行业竞争情况

### 第一节 中国功能饮料行业竞争结构分析（波特五力模型）

#### 一、现有企业间竞争

#### 二、潜在进入者分析

#### 三、替代品威胁分析

#### 四、供应商议价能力

#### 五、客户议价能力

### 第二节 中国功能饮料行业SCP分析

## 一、理论介绍

## 二、SCP范式

## 三、SCP分析框架

### 第三节 中国功能饮料行业竞争环境分析（PEST）

#### 一、政策环境

#### 二、经济环境

#### 三、社会环境

#### 四、技术环境

### 第十章 功能饮料行业企业分析（随数据更新有调整）

#### 第一节 企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、运营情况

##### 1、主要经济指标情况

##### 2、企业盈利能力分析

##### 3、企业偿债能力分析

##### 4、企业运营能力分析

##### 5、企业成长能力分析

#### 四、公司优劣势分析

#### 第二节 企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、运营情况

#### 四、公司优劣势分析

#### 第三节 企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、运营情况

#### 四、公司优劣势分析

#### 第四节 企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、运营情况

#### 四、公司优劣势分析

## 第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

## 第十一章 2021-2026年中国功能饮料行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国功能饮料行业未来发展前景分析

- 一、功能饮料行业国内投资环境分析
- 二、中国功能饮料行业市场机会分析
- 三、中国功能饮料行业投资增速预测

### 第二节 中国功能饮料行业未来发展趋势预测

### 第三节 中国功能饮料行业市场发展预测

- 一、中国功能饮料行业市场规模预测
- 二、中国功能饮料行业市场规模增速预测
- 三、中国功能饮料行业产值规模预测
- 四、中国功能饮料行业产值增速预测
- 五、中国功能饮料行业供需情况预测

### 第四节 中国功能饮料行业盈利走势预测

- 一、中国功能饮料行业毛利润同比增速预测
- 二、中国功能饮料行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2021-2026年中国功能饮料行业投资风险与营销分析

### 第一节 功能饮料行业投资风险分析

- 一、功能饮料行业政策风险分析
- 二、功能饮料行业技术风险分析
- 三、功能饮料行业竞争风险
- 四、功能饮料行业其他风险分析

### 第二节 功能饮料行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

## 第十三章 2021-2026年中国功能饮料行业发展战略及规划建议

### 第一节 中国功能饮料行业品牌战略分析

- 一、功能饮料企业品牌的重要性
- 二、功能饮料企业实施品牌战略的意义
- 三、功能饮料企业品牌的现状分析
- 四、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
- 第二节 中国功能饮料行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

### 第三节 中国功能饮料行业战略综合规划分析

- 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

## 第十四章 2021-2026年中国功能饮料行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国功能饮料行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

### 第二节 中国功能饮料行业营销渠道策略

- 一、功能饮料行业渠道选择策略
- 二、功能饮料行业营销策略

### 第三节 中国功能饮料行业价格策略

### 第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国功能饮料行业重点投资区域分析
- 二、中国功能饮料行业重点投资产品分析

图表详见报告正文 · · · · ·

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/553136553136.html>