

2020年中国功能饮料市场分析报告- 市场现状调查与发展商机研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国功能饮料市场分析报告-市场现状调查与发展商机研究》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/473240473240.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

在经历黄金发展后，近几年来我国功能饮料行业增速放缓，市场进入蓄势调整期。目前我国功能饮料市场竞争越来越激烈，但在自由竞争市场里，只有龙头企业市场、价格稳定并将蛋糕做得越来越大，行业的红利才会越来越具吸引力。

功能性饮料主要包括能量饮料和运动饮料。近几年来，虽然增速放缓，但这两种饮料均呈现稳定增长。数据显示，2018年，我国能量饮料市场规模达到了362亿元，运动饮料市场规模为105.8亿元，预计在2021年，能量饮料将达到486亿元，运动饮料将达到116.9亿元。综上所述，结合能量与运动饮料未来预测的市场规模，可知在2021年，我国功能性饮料的市场规模将至少有602.9亿元，可见未来这片市场规模是可观的，因此我国功能性饮料的发展极具潜力。

2011-2021年我国能量饮料市场规模预测情况 数据来源：中国饮料工业协会

2011-2021年我国运动饮料市场规模预测情况 数据来源：中国饮料工业协会（ww）

【报告大纲】

第一部分 功能饮料产业环境透视

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 功能饮料行业深度调研

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、我国植物蛋白饮料行业竞争格局分析
- 六、“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、功能饮料品牌营销的几大要点

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

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、尖叫市场营销及创新概况

二、探析尖叫市场营销的“起伏”

三、尖叫市场营销的错位反弹

四、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、启力的营销策略分析

二、启力向体育营销发力

三、娃哈哈启力的营销弊病分析

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规模
- 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策略分析
- 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、茶饮料市场面临的主要问题
- 四、中国茶饮料行业的市场竞争分析

第四节 含乳饮料市场发展分析

- 一、中国含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、乳酸菌饮料市场竞争态势
- 四、我国含乳饮料产业发展中的主要问题
- 五、我国含乳饮料行业竞争格局分析
- 六、我国含乳饮料行业的发展前景展望

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、生活饮用水新国标全面实施
- 三、我国高端瓶装水市场潜力分析
- 四、我国瓶装矿泉水市场的发展潜力分析
- 五、我国瓶装水的发展方向

第三部分 功能饮料行业竞争格局分析

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、企业发展现状分析

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、企业发展现状分析

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、企业发展现状分析

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、企业发展现状分析

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、企业发展现状分析

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、企业发展现状分析

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、企业发展现状分析

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、企业发展现状分析

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、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第十节 统一企业中国控股有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第四部分 功能饮料行业发展前景展望

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、功能饮料行业销售量预测
- 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、功能饮料行业投资结构
- 二、功能饮料行业投资规模情况

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 功能饮料行业发展战略展望

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

- 1、市场定位
- 2、品牌定位

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、2021-2026年功能饮料行业投资战略
- 二、2021-2026年细分行业投资战略

图表目录

图表：2017-2020年国内生产总值及其增长速度

图表：2017-2020年国内生产总值增长速度（累计同比）

图表：2020年消费价格指数

图表：2020年工业品出产价格指数（PPI）

图表：2017-2020中国居民人均收入实际增长速度

图表：世界各国恩格尔系数一览表

图表：2017-2020年中国居民恩格尔系数

图表：2017-2020年规模以上工业增加值增速

图表：2017-2020年建筑业增加值

图表：2017-2020年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2017-2020年全国规模以上工业增加值同比增长速度

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）

图表：2017-2020年社会消费品零售总额环比增速

图表：2017-2020年全年社会消费品零售总额主要数据

图表：2017-2020年货物进出口总额

图表：2017-2020年货物进出口总额及其增长速度

图表：2017-2020年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2017-2020年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表：2017-2020年非金融领域外商直接投资及其增长速度

图表详见报告正文……（GY YX）

【简介】

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。《2020年中国功能饮料市场分析报告-市场现状调查与发展商机研究》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。

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/473240473240.html>