

2021-2027年中国功能性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

《2021-2027年中国功能性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/202010/190991.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

功能性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。据有关资料对功能性饮料的分类，认为广义的功能性饮料包括运动饮料、能量饮料和其他有保健作用的饮料。功能性饮料是2000年来风靡于欧美和日本等发达国家的一种健康饮品。它含有钾、钠、钙、镁等电解质，成分与人体体液相似，饮用后更能迅速被身体吸收，及时补充人体因大量运动出汗所损失的水分和电解质（盐分），使体液达到平衡状态。当饮用功能性饮料成为一种时尚，这一产业也随之欣欣向荣。然而营养学家提醒消费者，面对功能性饮料，应三思而后“饮”。功能性饮料在中国的受到越来越多的消费者喜爱，中国逐渐成为功能性饮料的消费大国。欧美特殊用途饮料主要以红牛、怪兽等品牌为主，美国市场怪兽、红牛、Rockstar、Fullthrottle、Nqfuir为销售前五位的能量饮料品牌，其中增长最为快速的是超强配方的能量补充液，如先锋5小时、红牛、6-hourPower、MonsterHitman等。欧洲市场也相继推出了全天然的能量饮料。欧美特殊用途饮料的效用：激发能量，如美国怪兽能量饮料；对咖啡因和尼克酸敏感的疲劳人群；提供工作族的精力和清醒；补充维生素，适合年轻人尤其是女性群体。与世界发达国家相比，中国功能性饮料的人均消费量每年仅为0.6公斤，距离全世界人均7公斤的消费量尚有较大空间，因此中国的功能性饮料市场潜力巨大。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国功能性饮料市场深度分析与发展前景报告》共十四章。首先介绍了功能性饮料相关概念及发展环境，接着分析了中国功能性饮料规模及消费需求，然后对中国功能性饮料市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国功能性饮料面临的机遇及发展前景。您若想对中国功能性饮料有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 功能性饮料行业相关基础概述及研究机构

1.1 功能性饮料的定义及分类

1.1.1 功能性饮料的界定

1.1.2 功能性饮料的分类

- 1、 营养素饮料
- 2、 运动饮料
- 3、 其它特殊用途饮料
- 1.1.3 功能性饮料的特性
- 1.2 功能性饮料行业特点分析
- 1.2.1 市场特点分析
- 1.2.2 行业经济特性
- 1.2.3 行业发展周期分析
- 1.2.4 行业进入风险
- 1.2.5 行业成熟度分析
- 1.3 功能性饮料行业研究机构
- 1.3.1 功能性饮料行业介绍
- 1.3.2 功能性饮料行业研究优势
- 1.3.3 功能性饮料行业研究范围

第二章 2016-2019年中国功能性饮料行业市场发展环境分析

- 2.1 中国功能性饮料行业经济环境分析
- 2.1.1 中国经济运行情况
- 1、 国民经济运行情况GDP
- 2、 消费价格指数CPI、 PPI
- 3、 全国居民收入情况
- 4、 恩格尔系数
- 5、 饮料工业发展形势
- 2.1.2 经济环境对行业的影响分析
- 2.2 中国功能性饮料行业政策环境分析
- 2.2.1 行业监管环境
- 1、 国务院食品安全委员会
- 2、 国家卫生计生委
- 3、 国家食品药品监督管理总局
- 4、 国家质量监督检验检疫总局
- 5、 国家工商行政管理总局
- 6、 中国食品工业协会及中国饮料工业协会

2.2.2 行业法规政策分析

- 1、《中华人民共和国食品安全法》
- 2、《食品经营许可证管理办法》
- 3、《食品生产许可管理办法》
- 4、《饮料行业“十三五”发展规划建议》

2.2.3 政策环境对行业的影响分析

2.3 中国功能性饮料行业社会环境分析

2.3.1 行业社会环境

- 1、人口环境分析
- 2、教育环境分析
- 3、文化环境分析
- 4、生态环境分析
- 5、中国城镇化率
- 6、消费升级发展趋势
- 7、个性化消费趋势

2.3.2 社会环境对行业的影响分析

2.4 中国功能性饮料行业技术环境分析

2.4.1 功能性饮料技术分析

- 1、技术水平总体发展情况
- 2、中国功能性饮料行业新技术研究

2.4.2 功能性饮料技术发展水平

- 1、中国功能性饮料行业技术水平所处阶段
- 2、与国外功能性饮料行业的技术差距

2.4.3 行业主要技术发展趋势

2.4.4 技术环境对行业的影响

第三章 中国功能性饮料行业上、下游产业链分析

3.1 功能性饮料行业产业链概述

3.1.1 产业链定义

3.1.2 功能性饮料行业产业链

3.2 功能性饮料行业上游-原材料产业发展分析

3.2.1 原材料产业发展现状

- 3.2.2 原材料产业供给分析
- 3.2.3 原材料供给区域分析
- 3.2.4 原材料供给价格分析
- 3.3 功能性饮料行业下游-经销商发展情况分析
 - 3.3.1 经销商发展现状分析
 - 3.3.2 经销商发展规模分析
 - 3.3.3 经销商区域分布情况
 - 3.3.4 经销商发展趋势分析

第四章 国际功能性饮料行业市场发展分析

- 4.1 2016-2019年国际功能性饮料行业发展现状
 - 4.1.1 国际功能性饮料行业发展现状
 - 4.1.2 国际功能性饮料行业发展规模
 - 4.1.3 国际功能性饮料主要技术水平
- 4.2 2016-2019年国际功能性饮料市场需求研究
 - 4.2.1 国际功能性饮料市场需求特点
 - 4.2.2 国际功能性饮料市场需求结构
 - 4.2.3 国际功能性饮料市场需求规模
- 4.3 2016-2019年国际区域功能性饮料行业研究
 - 4.3.1 欧洲功能性饮料市场
 - 1、市场现状分析
 - 2、市场规模分析
 - 3、发展趋势分析
 - 4.3.2 美国功能性饮料市场
 - 1、市场现状分析
 - 2、市场规模分析
 - 3、发展趋势分析
 - 4.3.3 日韩功能性饮料市场
 - 1、市场现状分析
 - 2、市场规模分析
 - 3、发展趋势分析
- 4.4 2021-2027年国际功能性饮料行业发展展望

- 4.4.1 国际功能性饮料行业发展趋势
- 4.4.2 国际功能性饮料行业规模预测
- 4.4.3 国际功能性饮料行业发展机会

第五章 2016-2019年中国功能性饮料行业发展概述

- 5.1 中国功能性饮料行业发展状况分析
 - 5.1.1 中国功能性饮料行业发展阶段
 - 5.1.2 中国功能性饮料行业发展总体概况
 - 5.1.3 中国功能性饮料行业发展特点分析
- 5.2 2016-2019年功能性饮料行业发展现状
 - 5.2.1 2016-2019年中国功能性饮料行业发展热点
 - 1、国内外功能性饮料市场竞争进入白热化
 - 2、功能性饮料市场诸多问题有待解决
 - 3、红牛仍占鳌头
 - 4、红牛、东鹏特饮、脉动这三个品牌遥遥领先
 - 5、必须紧抓“90后”;
 - 5.2.2 2016-2019年中国功能性饮料行业发展现状
 - 5.2.3 2016-2019年中国功能性饮料企业发展分析
- 5.3 中国功能性饮料市场品牌存活率分析
 - 5.3.1 中国功能性饮料市场品牌数量
 - 5.3.2 中国功能性饮料市场品牌存活率
- 5.4 中国功能性饮料行业细分市场概况
 - 5.4.1 功能性饮料细分市场分析
 - 1、多糖类饮料市场分析
 - 2、维生素饮料市场分析
 - 3、矿物质饮料市场分析
 - 4、运动类饮料市场分析
 - 5、益生菌饮料市场分析
 - 6、免疫类饮料市场分析
 - 7、低能量饮料市场分析
 - 5.4.2 功能性饮料细分市场投资机遇分析
- 5.5 中国功能性饮料行业发展问题及对策建议

- 5.5.1 中国功能性饮料行业发展制约因素
- 5.5.2 中国功能性饮料行业存在问题分析
- 5.5.3 中国功能性饮料行业发展对策建议

第六章 中国功能性饮料行业运行指标分析及预测

- 6.1 中国功能性饮料行业企业数量分析
 - 6.1.1 2016-2019年中国功能性饮料行业企业数量情况
 - 6.1.2 2016-2019年中国功能性饮料行业企业竞争结构
- 6.2 2016-2019年中国功能性饮料行业财务指标总体分析
 - 6.2.1 行业盈利能力分析
 - 6.2.2 行业偿债能力分析
 - 6.2.3 行业营运能力分析
 - 6.2.4 行业发展能力分析
- 6.3 中国功能性饮料行业市场规模分析及预测
 - 6.3.1 2016-2019年中国功能性饮料行业市场规模分析
 - 6.3.2 2021-2027年中国功能性饮料行业市场规模预测
- 6.4 中国功能性饮料行业市场供需分析及预测
 - 6.4.1 中国功能性饮料行业市场供给分析
 - 1、2016-2019年中国功能性饮料行业供给规模分析
 - 2、2021-2027年中国功能性饮料行业供给规模预测
 - 6.4.2 中国功能性饮料行业市场需求分析
 - 1、2016-2019年中国功能性饮料行业需求规模分析
 - 2、2021-2027年中国功能性饮料行业需求规模预测

第七章 中国互联网+功能性饮料行业发展现状及前景

- 7.1 互联网给功能性饮料行业带来的冲击和变革分析
 - 7.1.1 互联网时代功能性饮料行业大环境变化分析
 - 7.1.2 互联网时代功能性饮料行业挑战与机遇分析
 - 7.1.3 互联网时代功能性饮料行业营销模式变革分析
 - 7.1.4 互联网时代功能性饮料行业销售渠道变革分析
 - 7.1.5 互联网+功能性饮料行业融合创新机会分析
- 7.2 中国互联网+功能性饮料行业市场发展现状分析

7.2.1 中国互联网+功能性饮料行业投资布局分析

- 1、 中国互联网+功能性饮料行业投资切入方式
- 2、 中国互联网+功能性饮料行业投资规模分析
- 3、 中国互联网+功能性饮料行业投资业务布局

7.2.2 功能性饮料行业目标客户互联网渗透率分析

7.2.3 中国互联网+功能性饮料行业市场规模分析

7.2.4 中国互联网+功能性饮料行业竞争格局分析

- 1、 中国互联网+功能性饮料行业参与者结构
- 2、 中国互联网+功能性饮料行业竞争者类型
- 3、 中国互联网+功能性饮料行业市场占有率

7.3 中国互联网营销平台分析

7.3.1 微信公众号

7.3.2 微博

7.3.3 电商平台

- 1、 天猫
- 2、 京东
- 3、 苏宁

7.3.4 百度

7.3.5 视频网站

- 1、 腾讯视频
- 2、 优酷视频
- 3、 爱奇艺视频
- 4、 乐视视频

7.4 中国互联网+功能性饮料行业市场前景分析

7.4.1 中国互联网+功能性饮料行业市场增长动力分析

7.4.2 中国互联网+功能性饮料行业市场发展瓶颈剖析

7.4.3 中国互联网+功能性饮料行业市场发展趋势分析

7.5 互联网+时代功能性饮料企业发展战略分析

第八章 中国功能性饮料行业消费市场调查

8.1 功能性饮料市场消费需求分析

8.1.1 功能性饮料市场的消费需求变化

- 8.1.2 功能性饮料行业的需求情况分析
- 8.1.3 功能性饮料品牌市场消费需求分析
- 8.1.4 功能性饮料市场渗透率分析
- 8.2 功能性饮料消费市场状况分析
 - 8.2.1 功能性饮料行业消费特点
 - 8.2.2 功能性饮料行业产品消费结构分析
 - 8.2.3 功能性饮料行业消费群体分析
 - 8.2.4 功能性饮料市场的消费方向
- 8.3 功能性饮料行业产品的品牌市场调查
 - 8.3.1 消费者对行业品牌认知度宏观调查
 - 8.3.2 消费者对行业产品的品牌偏好调查
 - 8.3.3 消费者对行业品牌的首要认知渠道
 - 8.3.4 功能性饮料行业品牌忠诚度调查
 - 8.3.5 消费者的消费理念调研

第九章 中国功能性饮料行业市场竞争格局分析

- 9.1 中国功能性饮料行业竞争格局分析
 - 9.1.1 功能性饮料行业区域分布格局
 - 9.1.2 功能性饮料行业企业规模格局
 - 9.1.3 功能性饮料行业企业性质格局
 - 9.1.4 功能性饮料行业企业竞争格局
- 9.2 中国功能性饮料行业竞争五力分析
 - 9.2.1 功能性饮料行业上游议价能力
 - 9.2.2 功能性饮料行业下游议价能力
 - 9.2.3 功能性饮料行业新进入者威胁
 - 9.2.4 功能性饮料行业替代产品威胁
 - 9.2.5 功能性饮料行业现有企业竞争
- 9.3 中国功能性饮料行业竞争SWOT分析
 - 9.3.1 功能性饮料行业优势分析（S）
 - 9.3.2 功能性饮料行业劣势分析（W）
 - 9.3.3 功能性饮料行业机会分析（O）
 - 9.3.4 功能性饮料行业威胁分析（T）

9.4 中国功能性饮料行业投资兼并重组整合分析

9.4.1 投资兼并重组现状

9.4.2 投资兼并重组案例

9.5 中国功能性饮料行业竞争策略建议

第十章 功能性饮料行业领先企业竞争力分析

10.1 杭州娃哈哈集团有限公司竞争力分析

10.1.1 企业发展基本情况

10.1.2 企业主要产品分析

10.1.3 企业竞争优势分析

10.1.4 企业经营状况分析

10.1.5 企业最新发展动态

10.1.6 企业发展战略分析

10.2 红牛维他命饮料有限公司竞争力分析

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

10.2.5 企业最新发展动态

10.2.6 企业发展战略分析

10.3 乐百氏（广东）食品饮料有限公司竞争力分析

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

10.3.5 企业最新发展动态

10.3.6 企业发展战略分析

10.4 广东健力宝集团有限公司竞争力分析

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

- 10.4.5 企业最新发展动态
- 10.4.6 企业发展战略分析
- 10.5 大冢（中国）投资有限公司竞争力分析
 - 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
 - 10.5.5 企业最新发展动态
 - 10.5.6 企业发展战略分析
- 10.6 农夫山泉股份有限公司竞争力分析
 - 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
 - 10.6.5 企业最新发展动态
 - 10.6.6 企业发展战略分析
- 10.7 百事（中国）投资有限公司竞争力分析
 - 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
 - 10.7.5 企业最新发展动态
 - 10.7.6 企业发展战略分析
- 10.8 深圳市东鹏饮料实业有限公司竞争力分析
 - 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
 - 10.8.5 企业最新发展动态
 - 10.8.6 企业发展战略分析
- 10.9 统一企业（中国）投资有限公司竞争力分析
 - 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
- 10.9.5 企业最新发展动态
- 10.9.6 企业发展战略分析
- 10.10 日加满饮品（上海）有限公司竞争力分析
- 10.10.1 企业发展基本情况
- 10.10.2 企业主要产品分析
- 10.10.3 企业竞争优势分析
- 10.10.4 企业经营状况分析
- 10.10.5 企业最新发展动态
- 10.10.6 企业发展战略分析

第十一章 2021-2027年中国功能性饮料行业发展趋势与投资机会研究

- 11.1 2021-2027年中国功能性饮料行业市场发展潜力分析
- 11.1.1 中国功能性饮料行业市场空间分析
- 11.1.2 中国功能性饮料行业竞争格局变化
- 11.1.3 中国功能性饮料行业互联网+前景
- 11.2 2021-2027年中国功能性饮料行业发展趋势分析
- 11.2.1 中国功能性饮料行业品牌格局趋势
- 11.2.2 中国功能性饮料行业渠道分布趋势
- 11.2.3 中国功能性饮料行业市场趋势分析
- 11.3 2021-2027年中国功能性饮料行业投资机会与建议
- 11.3.1 中国功能性饮料行业投资前景展望
- 11.3.2 中国功能性饮料行业投资机会分析
- 11.3.3 中国功能性饮料行业投资建议

第十二章 2021-2027年中国功能性饮料行业投资分析与风险规避

- 12.1 中国功能性饮料行业关键成功要素分析
- 12.2 中国功能性饮料行业投资壁垒分析
- 12.3 中国功能性饮料行业投资风险与规避
- 12.3.1 宏观经济风险与规避

- 12.3.2 行业政策风险与规避
- 12.3.3 上游市场风险与规避
- 12.3.4 市场竞争风险与规避
- 12.3.5 技术风险分析与规避
- 12.3.6 下游需求风险与规避
- 12.4 中国功能性饮料行业融资渠道与策略
- 12.4.1 功能性饮料行业融资渠道分析
- 12.4.2 功能性饮料行业融资策略分析

第十三章 2021-2027年中国功能性饮料行业盈利模式与投资战略规划分析

- 13.1 国外功能性饮料行业投资现状及经营模式分析
- 13.1.1 境外功能性饮料行业成长情况调查
- 13.1.2 经营模式借鉴
- 13.1.3 国外投资新趋势动向
- 13.2 中国功能性饮料行业商业模式探讨
- 13.2.1 行业主要商业模式分析
- 13.2.2 功能性饮料行业商业模式创新分析
- 13.3 中国功能性饮料行业投资发展战略规划
- 13.3.1 战略优势分析
- 13.3.2 战略机遇分析
- 13.3.3 战略规划目标
- 13.3.4 战略措施分析
- 13.4 最优投资路径设计
- 13.4.1 投资对象
- 13.4.2 投资模式
- 13.4.3 预期财务状况分析
- 13.4.4 风险资本退出方式

第十四章 研究结论及建议

- 14.1 研究结论
- 14.2 建议
- 14.2.1 行业发展策略建议

14.2.2 行业投资方向建议

14.2.3 行业投资方式建议

图表目录：

图表：功能性饮料行业特点

图表：功能性饮料行业生命周期

图表：功能性饮料行业产业链分析

图表：中国GDP增长情况

图表：中国CPI增长情况

图表：中国人口数量及其构成

图表：中国工业增加值及其增长速度

图表：中国城镇居民可支配收入情况

图表：中国功能性饮料行业市场渗透率分析

图表：中国功能性饮料市场消费群体分析

图表：中国功能性饮料细分产品消费结构分析

图表：中国功能性饮料行业渠道分析

图表：中国功能性饮料行业十大品牌

图表：中国功能性饮料行业互联网营销模式

图表：中国功能性饮料企业竞争格局分析

图表：中国功能性饮料市场品牌存活率分析

图表：中国功能性饮料行业区域市场分布格局

图表：2016-2019年功能性饮料行业市场规模分析

图表：2021-2027年功能性饮料行业市场规模预测

图表：2016-2019年中国功能性饮料行业供给规模分析

图表：2021-2027年中国功能性饮料行业供给规模预测

图表：2016-2019年中国功能性饮料行业需求规模分析

图表：2021-2027年中国功能性饮料行业需求规模预测

图表：2016-2019年中国功能性饮料行业企业数量情况

图表：2016-2019年中国功能性饮料行业企业竞争结构

图表：中国功能性饮料行业盈利能力分析

图表：中国功能性饮料行业运营能力分析

图表：中国功能性饮料行业偿债能力分析

图表：中国功能性饮料行业发展能力分析

图表：中国功能性饮料行业经营效益分析

图表：2016-2019年功能性饮料行业重要数据指标比较

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202010/190991.html>