

# 2018-2024年中国功能性饮料行业分析与发展战略研究报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

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

## 一、报告报价

《2018-2024年中国功能性饮料行业分析与发展战略研究报告》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.abaogao.com/b/yinliao/1585326PLS.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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。随着消费者健康需求的升级，功能饮料的增速超越其他饮料，在巨大市场潜力的驱动下，生产商也在不断建厂加码中国市场。

目前，我国功能饮料正处于一个加速发展期，上市品种不断增加，品类进一步丰富，消费者认可度稳步提升，销售量增长迅速，行业呈现出良好的发展势头。由于人们对营养、健康、保健意识的增强，对这部分需求的人群也随之扩大，而且在今后选择饮用营养、健康、保健等功能的饮料的人群也在不断增长，因此功能型饮料市场发展前景是令人期待的。

市场上的功能饮品竞争十分激烈，不仅行业内各品牌之间存在竞争，功能饮料代理与其他饮料品种之间的竞争也十分激烈。功能饮料行业集中度较高，排名前四位的品牌总市场份额超过50%。整体上来看，目前功能饮料品牌做得比较好的企业有红牛、脉动、尖叫等。受益于良好的营销宣传，近两年来酷我、东鹏特饮等新兴饮料品牌表现十分抢眼。资料来源：公开资料整理

从市场份额看，功能性饮料只占饮料市场的7.6%，具有非常大的发展空间。功能饮料市场巨大的发展潜力和相对其他饮品更高的盈利能力，让众多饮料企业开始涉足功能饮料，更有其他行业的企业借功能饮料开拓新市场，开展跨界经营，使得功能饮料市场上的新产品层出不穷。功能饮料的滚动年度金额增长率为24%，远超全国快消食品5%的平均增长率。

报告目录：

### 第一章 中国功能饮料产品品牌市场实地调研

#### 第一节 中国功能饮料产品品牌市场价格走势

##### 一、价格形成机制分析

##### 二、功能饮料产品品牌平均价格趋势分析

##### 三、中国功能饮料产品品牌价格走势预测

#### 第二节 影响中国功能饮料产品品牌价格因素分析

##### 一、消费税调整对功能饮料产品品牌价格的影响

##### 二、零售环境的变化对功能饮料产品品牌价格的影响

#### 第三节 中国功能饮料产品品牌市场消费状况分析

- 一、中国功能饮料产品品牌市场消费结构
- 二、中国功能饮料产品品牌市场消费特点
- 三、影响中国功能饮料产品品牌市场消费因素

## 第二章 中国功能饮料产品品牌市场结构调研

### 第一节 中国功能饮料市场主要品牌发展分析

- 一、中国功能饮料市场主要品牌所占市场份额
- 二、中国功能饮料市场各品牌新动向监测

### 第二节 中国功能饮料市场品牌排名调查

- 一、按照销售额排名
- 二、按市场份额排名
- 三、按品牌知名度排名
- 四、按消费者认可度排名

### 第三节 中国功能饮料市场品牌发展新特色分析

## 第三章 中国功能饮料行业供需预测与发展趋势

### 第二节 2018-2024中国功能饮料行业未来发展趋势研究

### 第二节 2012-2017年功能饮料行业市场供需状况分析

- 一、供给能力分析
- 二、市场需求分析
- 三、进出口形势分析

### 第三节 2012-2017年功能饮料行业总资产分析

### 第四节 2012-2017年功能饮料行业工业总产值分析

### 第五节 2018-2024年功能饮料行业销售收入预测

### 第六节 2018-2024年中国功能饮料行业盈利能力预测

## 第四章 中国功能饮料行业区域市场需求状况预测

### 第一节 华北地区功能饮料市场需求分析

- 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
- 四、发展前景预测

## 第二节东北地区功能饮料市场需求分析

### 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

### 四、发展前景预测

## 第三节华东地区功能饮料市场需求分析

### 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

### 四、发展前景预测

## 第四节华南地区功能饮料市场需求分析

### 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

### 四、发展前景预测

## 第五节华中地区功能饮料市场需求分析

### 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

### 四、发展前景预测

## 第六节西南地区功能饮料市场需求分析

### 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

### 四、发展前景预测

## 第七节西北地区功能饮料市场需求分析

### 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

### 四、发展前景预测

## 第五章 中国功能饮料行业需求用户调研结果

## 第一节 功能饮料行业用户认知程度分析

### 一、不同收入用户认知程度分析

### 二、不同年龄用户认知程度分析

### 三、不同地区用户认知程度分析

### 四、不同学历用户认知程度分析

## 第二节 中国功能饮料行业用户需求特点

### 一、不同收入用户需求特点分析

### 二、不同年龄用户需求特点分析

### 三、不同地区用户需求特点分析

### 四、不同学历用户需求特点分析

## 第六章 中国功能饮料产品品牌上游市场调查情况

### 第一节 中国功能饮料产品原材料生产情况调查

### 第二节 中国功能饮料产品原材料价格走势调查

### 第三节 上游行业对功能饮料产业行业的影

## 第七章 中国功能饮料产品品牌下游经销商调查

### 第一节 代理商

#### 一、畅销产品品牌调查分析

#### 二、不同品牌产品市场占有率分析

#### 三、营销渠道分析研究

#### 四、营销策略探讨

### 第二节 加盟店

#### 一、畅销产品品牌调查分析

#### 二、不同品牌产品市场占有率分析

#### 三、营销渠道分析研究

#### 四、营销策略探讨

### 第三节 连锁店

#### 一、畅销产品品牌调查分析

#### 二、不同品牌产品市场占有率分析

#### 三、营销渠道分析研究

#### 四、营销策略探讨

## 第四节 经销商

## 第八章 中国功能饮料产品品牌销售渠道与营销策略解析

### 第一节 中国功能饮料产品品牌销售渠道模式研究

- 一、中国功能饮料产品品牌渠道销售现状调查
- 二、中国功能饮料产品品牌营销渠道调研
- 三、中国功能饮料产品品牌渠道发展机遇
- 四、中国功能饮料产品品牌发展策略
- 五、渠道策略及营销策略运作案例讲解
- 六、品牌新品研发多元化趋势探析

### 第二节 中国功能饮料产品品牌市场策略点评

- 一、价格策略专家点评
- 二、渠道策略专家点评

### 第三节 中国功能饮料产品品牌销售策略研究

- 一、媒介选择策略
- 二、产品定位策略
- 三、企业宣传策略

### 第四节 中国功能饮料产品品牌营销渠道探讨

- 一、市场营销战术及管理
- 二、功能饮料产品品牌营销的发展之道
- 三、中国功能饮料品牌市场营销渠道探讨

## 第九章 中国功能饮料行业竞争力与发展态势研究

### 第一节 中国功能饮料行业集中度分析

- 一、企业数量及地区分布
- 二、行业集中度分析
- 三、地域分布情况

### 第二节 中国功能饮料企业竞争状况

- 一、领导企业的市场力量
- 二、品牌竞争格局分析
- 三、企业竞争组群分析
- 四、各竞争组群的SWOT分析

## 五、各竞争组群竞争成功的关键因素分析

### 第三节 中国功能饮料行业竞争力分析

#### 一、功能饮料行业竞争分析

#### 二、中外功能饮料产品竞争力比较分析

#### 三、中国功能饮料市场竞争格局分析

#### 四、2018-2024年国内主要功能饮料企业动向研究

### 第三节 2018-2024年中国功能饮料行业竞争态势展望

## 第十章 中国功能饮料行业重点品牌企业经营策略(zyllys)

### 第一节 品牌A

#### 一、企业发展基本情况

#### 二、企业主要产品分析

#### 三、企业经营状况分析

#### 四、企业销售网络布局

#### 五、企业发展战略分析

### 第二节 品牌B

#### 一、企业发展基本情况

#### 二、企业主要产品分析

#### 三、企业经营状况分析

#### 四、企业销售网络布局

#### 五、企业发展战略分析

### 第三节 品牌C

#### 一、企业发展基本情况

#### 二、企业主要产品分析

#### 三、企业经营状况分析

#### 四、企业销售网络布局

#### 五、企业发展战略分析

### 第四节 品牌D

#### 一、企业发展基本情况

#### 二、企业主要产品分析

#### 三、企业经营状况分析

#### 四、企业销售网络布局



## 五、企业发展战略分析

### 第五节 品牌E

#### 一、企业发展基本情况

#### 二、企业主要产品分析

#### 三、企业经营状况分析

#### 四、企业销售网络布局

#### 五、企业发展战略分析

## 第十一章 2018-2024年中国功能饮料行业投资价值与投资策略研究

### 第一节 中国功能饮料行业SWOT模型分析

### 第二节 中国功能饮料行业投资价值分析

#### 一、行业盈利能力

#### 二、行业偿债能力

#### 三、行业发展能力

### 第三节 2018-2024年中国功能饮料行业投资风险预警

#### 一、金融危机风险预警

#### 二、行业竞争风险预警

#### 三、技术风险预警

#### 四、经营管理风险预警

### 第四节 中国功能饮料行业投资策略研究

#### 一、重点投资品牌研究

#### 二、重点投资地区分析

### 第五节 投资观点及建议

### 图表目录：

图表 2012-2017年中国功能饮料市场主要品牌所占市场份额统计

图表 2012-2017年中国功能饮料市场各品牌新动向监测数据

图表 2012-2017年中国功能饮料市场品牌排名调查情况

图表 2012-2017年中国功能饮料品牌按照销售额排名

图表 2012-2017年中国功能饮料品牌按市场份额排名

图表 2012-2017年中国功能饮料品牌按品牌知名度排名

图表 2012-2017年中国功能饮料品牌按消费者认可度排名

图表：2012-2017年中国功能饮料行业市场规模调研  
图表：2012-2017年全球功能饮料行业市场规模调研  
图表：2012-2017年中国功能饮料重要数据指标比较  
图表：2012-2017年中国功能饮料行业销售数据统计  
图表：2012-2017年中国功能饮料行业利润走势表  
图表：2012-2017年中国功能饮料行业资产数据情况  
图表：2012-2017年中国功能饮料行业进口数据统计  
图表：2012-2017年中国功能饮料行业出口数据统计  
图表：2012-2017年中国功能饮料品牌竞争力前十名排名  
图表：2012-2017年中国功能饮料品牌发展潜力前十名排名  
图表：中国消费者收入水平调查  
图表：2012-2017年中国消费者信心指数数据  
图表：2012-2017年中国功能饮料市场的消费需求变化  
图表：2012-2017年中国功能饮料行业的需求情况分析  
图表：2012-2017年功能饮料品牌市场消费需求分析  
图表：2012-2017年中国功能饮料产品行业消费特点  
图表：2012-2017年中国功能饮料产品消费者实地调查数据  
图表：2012-2017年中国功能饮料产品消费结构表  
图表：2012-2017年中国功能饮料产品消费的市场变化图  
图表：2012-2017年中国功能饮料产品市场的消费方向走势图  
图表：2012-2017年中国功能饮料行业品牌市场占有率调查数据  
图表：2012-2017年中国华南区域产品供应与销售数据  
图表：2012-2017年中国华东区域产品供应与销售数据  
图表：2012-2017年中国东北区域产品供应与销售数据  
图表：2012-2017年中国中南区域产品供应与销售数据  
图表：2012-2017年中国华北区域产品供应与销售数据  
图表：2012-2017年中国西南区域产品供应与销售数据  
图表：2012-2017年中国西北区域产品供应与销售数据  
图表：中国十大功能饮料产品品牌排行榜  
图表：中国功能饮料产品品牌行业生命周期趋势图  
图表：2018-2024年中国功能饮料行业市场需求状况预测  
图表：2018-2024年中国功能饮料行业市场供给状况预测

图表：2018-2024年中国功能饮料行业市场价格走势预测

图表：2018-2024年中国功能饮料行业产能状况预测

图表：2018-2024年中国功能饮料行业消费量预测

图表：2018-2024年中国功能饮料行业发展趋势图

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yinliao/1585326PLS.html>