

# 2016-2022年中国功能饮料 行业发展分析及前景策略研究报告

## 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

《2016-2022年中国功能饮料行业发展分析及前景策略研究报告》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/O1165179LA.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

自2000年以来，功能性饮料成为风靡于欧美和日本等发达国家的一种健康功能饮品。健康是消费者的最大诉求，维生素、矿物质、天然咖啡因、植物提取物、不含防腐剂、天然、有机、低含量定位（低糖、低胆固醇、低热量）的产品以及有利于心脏、肠胃健康的有机保健果汁、添加膳食纤维的产品将继续流行并呈增长趋势。经过20多年的发展，中国功能饮料市场已取得了巨大的市场，产品种类不断增加，由2000年之前的红牛一枝独秀到2005年后的脉动、激活、尖叫等百花齐放的格局，品类进一步增加，消费者的认可度也逐步提升，销售量更是迅速增长。

功能性饮料在中国的消费量同比其他市场份额还不算高，但是前景非常可观。在2013-2015年，中国功能饮料市场规模年均增速在15%以上，从121亿元增长至161亿元。预计在2015年市场规模达到185亿元，同比增长14.9%。目前，中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。

中国功能饮料市场前景主要体现在三个方面：一、与世界发达国家相比，我国功能饮料的人均消费量每年仅为0.5公斤，距离全世界人均7公斤的消费量尚有较大空间，这意味着我国功能饮料存在巨大的发展空间；二、随着功能饮料市场的进一步完善和行业标准的规范化，我国功能饮料市场的发展环境将得到进一步的改善，这将为我国功能饮料的健康发展创造良好发展空间；三、近年来，随着居民消费能力的不断提高，尤其是乡镇居民的消费能力的提升，未来功能饮料将被赋予更多健康功能的概念，这将为功能饮料的发展提供强劲动力。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国功能饮料行业发展分析及前景策略研究报告》。内容严谨、数据翔实，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研究分析。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。

智研数据研究中心是中国权威的产业研究机构之一，提供各个行业分析，市场分析，市场预测，行业发展趋势，行业发展现状，及各行业产量、进出口，经营状况等统计数据，中国产业研究、中国研究报告，具体产品有行业分析报告，市场分析报告，年鉴，名录等。

报告目录：

## 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

##### 1、2015年中国宏观经济运行概况

##### 2、2016年中国宏观经济运行概况

##### 3、2016-2022年投资趋势及其影响预测

#### 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、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、茶饮料市场面临的主要问题
- 五、中国茶饮料行业的市场竞争分析

## 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、乳酸菌饮料市场竞争态势
- 四、我国乳饮料产业发展中的主要问题
- 五、含乳饮料的市场定位与品牌塑造策略
- 六、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、企业发展概况

##### 二、企业经营状况分析

##### 三、企业产品结构分析

##### 四、企业技术水平分析

##### 五、企业盈利能力分析

##### 六、企业销售渠道与网络

##### 七、企业优势与劣势分析

##### 八、企业最新发展动向分析

## 第二节 乐百氏（广东）食品饮料有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业技术水平分析
- 五、企业盈利能力分析
- 六、企业销售渠道与网络
- 七、企业优势与劣势分析
- 八、企业最新发展动向分析

## 第三节 农夫山泉股份有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业技术水平分析
- 五、企业盈利能力分析
- 六、企业销售渠道与网络
- 七、企业优势与劣势分析
- 八、企业最新发展动向分析

## 第四节 康师傅控股有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业销售渠道与网络
- 五、企业优势与劣势分析
- 六、企业最新发展动向分析

## 第五节 杭州娃哈哈集团有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业技术水平分析
- 五、企业盈利能力分析
- 六、企业销售渠道与网络

七、企业优势与劣势分析

八、企业最新发展动向分析

#### 第六节 深圳市东鹏饮料实业有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业产品结构分析

四、企业技术水平分析

五、企业盈利能力分析

六、企业销售渠道与网络

七、企业优势与劣势分析

八、企业最新发展动向分析

#### 第七节 上海源倍春生物科技有限公司

一、企业发展概况

二、企业产品结构分析

三、企业技术水平分析

四、企业盈利能力分析

五、企业销售渠道与网络

六、企业优势与劣势分析

七、企业最新发展动向分析

#### 第八节 浙江李子园牛奶食品有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业产品结构分析

四、企业技术水平分析

五、企业盈利能力分析

六、企业销售渠道与网络

七、企业优势与劣势分析

八、企业最新发展动向分析

#### 第九节 驻马店市豫粮生物科技有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业产品结构分析

四、企业技术水平分析

五、企业盈利能力分析

六、企业销售渠道与网络

七、企业优势与劣势分析

八、企业最新发展动向分析

#### 第十节 统一企业中国控股有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业产品结构分析

四、企业技术水平分析

五、企业盈利能力分析

六、企业销售渠道与网络

七、企业优势与劣势分析

八、企业最新发展动向分析

### 第十章 2016-2022年功能饮料行业前景及趋势预测

#### 第一节 2016-2022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 2016-2022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

三、功能饮料行业细分市场发展趋势预测

### 第十一章 2016-2022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、2016年功能饮料行业投资战略

##### 二、2016-2022年功能饮料行业投资战略

##### 三、2016-2022年细分行业投资战略

#### 图表目录：

图表：2010-2015年国内生产总值及其增长速度

图表：2010-2015年全部工业增加值及其增长速度

图表：2010-2015年全社会固定资产投资

图表：2014-2015年中国国内生产总值增长速度

图表：2014-2015年中国其他指标环比数据表

图表：2014-2015年中国规模以上工业增加值增速

图表：2014-2015年中国固定资产投资及房地产开发投资名义增速

图表：2014-2015年中国社会消费品零售总额名义增速

图表：2014-2015年中国居民消费价格上涨情况

图表：2014-2015年中国工业生产者出厂价格涨跌情况

图表：2015年食品工业月度增加值增速

图表：2015年食品工业主要产品产量（万吨、万千升、亿支）

图表：2015年食品工业经济效益指标（亿元）

图表：2015年分地区的食品工业经济效益

图表：2015年食品制造业固定资产投资情况

图表：2012-2015年美国功能饮料市场规模

图表：2012-2015年中国运动饮料行业市场规模分析

图表：运动饮料行业不同年龄的消费者偏好调查分析

图表：运动饮料行业不同性别的消费者偏好调查

图表：&quot;脉动&quot;产品定位一览表

图表：2012-2015年中国碳酸饮料市场份额占比分析

图表：2012-2015年中国碳酸饮料类产量情况

图表：2012-2015年中国果汁饮料产量

图表：中国果汁行业现有企业的竞争分析

图表：中国果汁行业竞争层次分析

图表：茶饮料市场产品价格

图表：2012-2015年中国含乳饮料行业市场规模及增速

图表：2016-2022年含乳饮料行业市场规模及增速预测

图表：2013-2015年我国瓶装水产量与销售额分析

图表：2012-2015年中国功能饮料行业市场规模分析

图表：国内功能饮料行业竞争格局分析

图表：2015年功能饮料企业排名

图表：中国功能饮料区域集中度分析

图表：功能性饮料市场集中度分析

图表：中国功能饮料区域集中度分析

图表：2013-2015年华东地区软饮料产量分析

图表：2013-2015年华东地区功能饮料行业市场规模分析

图表：2010-2015年上海市生产总值及其增长速度

图表：2010-2015年浙江生产总值及增速分析

图表：2015年浙江生产总值及第三产业增加值构成

图表：2015年浙江居民消费价格变动情况（上年=100）

图表：2013-2015年浙江居民人均可支配收入、中位数及其增幅

图表：2013-2015年华南地区软饮料产量分析

图表：2013-2015年华南地区功能饮料行业市场规模分析

图表：2010-2015年地区生产总值及其增长速度

图表：2015年广东分区域主要指标

图表：2013-2015年华中地区软饮料产量分析

图表：2013-2015年华中地区功能饮料行业市场规模分析

图表：2010-2015年湖南地区生产总值及其增长速度

图表：2010-2015年江西地区生产总值及其增速

图表：2015年江西居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2015年河南居民消费价格指数

图表：2013-2015年华北地区软饮料产量分析

图表：2013-2015年华北地区功能饮料行业市场规模分析



图表：2010-2015年地区生产总值及增长速度  
图表：2010-2015年天津市GDP情况  
图表：2013-2015年东北地区软饮料产量分析  
图表：2013-2015年东北地区功能饮料行业市场规模分析  
图表：2010-2015年吉林省地区生产总值及其增长速度  
图表：2010-2015年城镇居民人均可支配收入及农民人均纯收入分析  
图表：2013-2015年西南地区软饮料产量分析  
图表：2013-2015年西北地区软饮料产量分析  
图表：2013-2015年西南地区功能饮料行业市场规模分析  
图表：2013-2015年西北地区功能饮料行业市场规模分析  
图表：西南地区投资吸引力前10名城市及区域规划  
图表：2015年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）  
图表：2010-2015年地区生产总值及其增长速度  
图表：按收入来源分的全市常住居民人均可支配收入及占比  
图表：2011-2015年贵州地区生产总值及其增长速度  
图表：2012-2015年红牛经营状况分析  
图表：2012-2015年乐百氏经营状况  
图表：2010-2015年农夫山泉经营状况分析  
图表：2010-2015年哇哈哈经营状况分析  
图表：2010-2015年哇哈哈盈利能力分析  
图表：2016-2022年中国功能饮料行业市场规模预测分析  
图表：2015年我国功能饮料行业在各地区投资结构  
图表：2012-2015年我国功能饮料行业总体投资  
图表：四种基本的品牌战略

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yinliao/O1165179LA.html>