

2017-2022年中国功能性饮料市场深度调查与行业前景预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国功能性饮料市场深度调查与行业前景预测报告》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/W918940Q7T.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

功能饮料是指通过调整饮料中天然营养素的成分和含量比例，以适应某些特殊人群营养需要的饮品，适宜于特定人群饮用，具有调节机体功能，不以治疗疾病为目的，包括营养素饮料、运动饮料和其它特殊用途饮料三类。功能饮料主要作用为抗疲劳和补充能量。据有关资料对功能性饮料的分类，认为广义的功能饮料包括运动饮料、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。行业刊物《饮料系列》编辑巴里·纳坦松说，功能性饮料的产业价值已高达15亿美元，产品类型超过150种。然而营养学家提醒消费者，面对功能性饮料，应三思而后“饮”。目前功能饮料在我国的受到越来越多的消费者喜爱，我国逐渐成为功能性饮料的消费大国。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国功能性饮料市场深度调查与行业前景预测报告》共十六章。首先介绍了功能性饮料产业相关概念及发展环境，接着分析了中国功能性饮料行业规模及消费需求，然后对中国功能性饮料行业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行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国功能性饮料行业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：

第一部分 发展现状与前景分析

第一章 全球功能性饮料行业发展分析 1

第一节 2014-2016年全球功能性饮料市场调研 1

一、2014-2016年全球功能性饮料市场调研 1

二、2014-2016年全球功能性饮料市场规模 1

三、2014-2016年全球功能性饮料市场需求 2

四、2017-2022年全球功能性饮料市场趋势 2

第二节 部分国家地区功能性饮料行业发展状况 3

- 一、美国功能性饮料行业调研 3
- 二、欧洲功能性饮料行业调研 5
- 三、日本功能性饮料行业调研 6
- 四、韩国功能性饮料行业调研 7

第二章 我国功能性饮料行业发展现状 9

第一节 我国功能性饮料行业发展现状 9

- 一、功能性饮料行业品牌发展现状 9
- 二、功能性饮料行业消费市场现状 9
- 三、功能性饮料市场消费层次分析 10
- 四、我国功能性饮料市场走向分析 10

第二节 我国功能性饮料行业发展状况 10

- 一、中国软饮料行业发展回顾 10
- 二、功能性饮料行业发展回顾 11
- 三、2014-2016年功能性饮料行业发展分析 16

第三节 中国功能性饮料行业供需分析 19

- 一、中国功能性饮料市场供给总量分析 19
- 二、中国功能性饮料市场需求总量分析 19
- 三、中国功能性饮料市场供需平衡分析 20
- 四、中国功能性饮料市场景气情况分析 20

第三章 中国功能性饮料行业经济运行分析 21

第一节 2014-2016年功能性饮料行业运行情况分析 21

- 一、2014-2016年软饮料行业经济指标分析 21
- 二、2014-2016年功能性饮料行业经济指标 21

第二节 功能性饮料行业产量分析 22

- 一、2015年我国功能性饮料产品产量分析 22
- 二、2016年我国功能性饮料产品产量分析 23

第三节 2016年功能性饮料行业进出口分析 40

- 一、2016年功能性饮料行业进口总量分析 40
- 二、2016年功能性饮料行业出口总量分析 40

第四章 中国功能性饮料消费市场调研 42

第一节 中国功能性饮料消费者收入分析 42

一、中国人口、人民生活分析 42

二、2014-2016年消费者收入水平 48

三、2014-2016年消费价格指数分析 52

第二节 功能性饮料消费市场状况分析 56

一、人均消费量 57

二、功能饮料认识度 57

三、功能饮料饮用率 57

四、功能饮料购买理由 57

第三节 功能性饮料行业产品的品牌市场运营状况分析 58

一、消费者年龄分布 58

二、消费者职业分布 59

三、消费者品牌认知度 59

四、消费者的偏好调查 60

五、消费者价格敏感度 61

六、消费者购买影响因素 61

七、消费者购买渠道调查 62

第五章 中国功能性饮料行业区域市场调研 63

第一节 华北地区功能性饮料行业调研 63

一、2014-2016年行业市场规模分析 63

二、2014-2016年行业销售情况分析 63

三、2014-2016年行业营收情况分析 63

四、2014-2016年行业利润情况分析 64

第二节 东北地区功能性饮料行业调研 64

一、2014-2016年行业市场规模分析 64

二、2014-2016年行业销售情况分析 64

三、2014-2016年行业营收情况分析 65

四、2014-2016年行业利润情况分析 65

第三节 华东地区功能性饮料行业调研 65

一、2014-2016年行业市场规模分析 65

- 二、2014-2016年行业销售情况分析 66
- 三、2014-2016年行业营收情况分析 66
- 四、2014-2016年行业利润情况分析 66
- 第四节 华南地区功能性饮料行业调研 67
 - 一、2014-2016年行业市场规模分析 67
 - 二、2014-2016年行业销售情况分析 67
 - 三、2014-2016年行业营收情况分析 67
 - 四、2014-2016年行业利润情况分析 68
- 第五节 华中地区功能性饮料行业调研 68
 - 一、2014-2016年行业市场规模分析 68
 - 二、2014-2016年行业销售情况分析 68
 - 三、2014-2016年行业营收情况分析 69
 - 四、2014-2016年行业利润情况分析 69
- 第六节 西南地区功能性饮料行业调研 69
 - 一、2014-2016年行业市场规模分析 69
 - 二、2014-2016年行业销售情况分析 70
 - 三、2014-2016年行业营收情况分析 70
 - 四、2014-2016年行业利润情况分析 70
- 第七节 西北地区功能性饮料行业调研 71
 - 一、2014-2016年行业市场规模分析 71
 - 二、2014-2016年行业销售情况分析 71
 - 三、2014-2016年行业营收情况分析 71
 - 四、2014-2016年行业利润情况分析 72

第六章 功能性饮料行业投资与趋势预测分析 73

第一节 2014-2016年功能性饮料行业投资情况分析 73

- 一、2014-2016年全社会固定资产投资情况分析 73
- 二、2014-2015年功能性饮料行业投资规模情况 75
- 三、2016年功能性饮料行业投资增速情况 75

第二节 功能性饮料行业投资机会分析 75

- 一、2014-2016年功能性饮料投资机会 75
- 二、2014-2016年功能性饮料市场潜力 76

- 三、功能性饮料投资新方向 76
- 第三节 功能性饮料行业趋势预测分析 80
 - 一、功能性饮料市场趋势预测分析 80
 - 二、我国功能性饮料市场蕴藏的商机 81
 - 三、功能性饮料市场面临的发展商机 82

第二部分 市场竞争格局与形势

- 第七章 功能性饮料行业竞争格局分析 85
 - 第一节 功能性饮料行业集中度分析 85
 - 一、功能性饮料市场集中度分析 85
 - 二、功能性饮料企业集中度分析 86
 - 三、功能性饮料区域集中度分析 87
 - 第二节 功能性饮料行业主要企业竞争力分析 87
 - 一、功能性饮料行业竞争力分析 87
 - 二、功能性饮料主要企业竞争力分析 89
 - 三、功能性饮料行业主要企业竞争动向 90
 - 第三节 功能性饮料行业竞争格局分析 90
 - 一、2014-2016年功能性饮料行业竞争分析 90
 - 二、2014-2016年中外功能性饮料产品竞争分析 92

第八章 2014-2016年中国功能性饮料行业发展形势分析 94

- 第一节 功能性饮料行业发展概况 94
 - 一、功能性饮料行业发展概述 94
 - 二、功能性饮料行业发展现状 94
 - 三、功能性饮料行业特征分析 95
- 第二节 2014-2016年功能性饮料行业市场情况分析 96
 - 一、功能性饮料市场规模分析 96
 - 二、功能性饮料市场存在的问题 97
 - 三、功能性饮料行业的发展对策 98
- 第三节 2014-2016年功能性饮料产销状况分析 100
 - 一、功能性饮料产量分析 100
 - 二、功能性饮料产能分析 100

三、功能性饮料市场需求状况分析 100

第四节 功能性饮料行业发展形势分析 101

一、影响功能饮料发展的因素 101

二、功能性饮料行业标准情况 102

三、功能性饮料行业发展形势 124

第三部分 盈利水平与企业分析

第九章 中国功能性饮料行业整体运行指标分析 131

第一节 2014-2016年中国功能性饮料行业总体规模分析 131

一、企业数量结构分析 131

二、行业生产规模分析 131

第二节 2014-2016年中国功能性饮料行业产销分析 132

一、行业产成品情况总体分析 132

二、行业产品销售收入总体分析 133

第三节 2014-2016年中国功能性饮料行业财务指标总体分析 133

一、行业盈利能力分析 133

二、行业偿债能力分析 135

三、行业营运能力分析 136

四、行业发展能力分析 137

第十章 功能性饮料行业赢利水平分析 138

第一节 成本分析 138

一、2014-2016年功能性饮料原材料价格走势 138

二、2014-2016年功能性饮料行业人工成本分析 141

第二节 产销运存分析 149

一、2014-2016年功能性饮料行业产销情况 149

二、2014-2016年功能性饮料行业库存情况 150

第三节 盈利水平分析 150

一、2014-2016年功能性饮料行业价格走势 150

二、2014-2016年功能性饮料行业营业收入情况 151

三、2014-2016年功能性饮料行业毛利率情况 152

四、2014-2016年功能性饮料行业盈利能力 153

第十一章 功能性饮料行业盈利能力分析 154

第一节 2016年中国功能性饮料行业利润总额分析 154

一、利润总额分析 154

二、不同规模企业利润总额比较分析 154

三、不同所有制企业利润总额比较分析 154

第二节 2016年中国功能性饮料行业资产负债率 155

一、资产负债率分析 155

二、不同规模企业资产负债率比较分析 155

三、不同所有制企业资产负债率比较分析 155

第三节 2016年中国功能性饮料行业产值利税率 156

一、产值利税率分析 156

二、不同规模企业产值利税率比较分析 156

三、不同所有制企业产值利税率比较分析 156

第四节 2016年中国功能性饮料行业资金利税率 157

一、资金利税率分析 157

二、不同规模企业资金利税率比较分析 157

三、不同所有制企业资金利税率比较分析 157

第十二章 功能性饮料重点企业发展分析 158

第一节 红牛 158

一、企业概况 158

二、2014-2016年企业经营状况 159

三、企业营销策略 160

第二节 宝矿力水特 164

一、企业概况 164

二、2014-2016年企业经营状况 165

三、企业投资前景 165

第三节 激活 167

一、企业概况 167

二、2014-2016年企业经营状况 168

三、企业发展目标 169

第四节 佳得乐 169

一、企业概况 169

二、2014-2016年企业经营状况 171

三、企业投资前景 172

第五节 雀巢能量e 172

一、企业概况 172

二、2014-2016年企业经营状况 173

三、企业投资策略 174

第六节 劲跑 176

一、企业概况 176

二、2014-2016年企业经营状况 178

三、企业投资前景 179

第七节 王老吉与加多宝 182

一、企业概况 182

二、2014-2016年企业经营状况 183

三、企业投资前景 184

第十三章 功能性饮料行业投资前景研究分析 187

第一节 行业发展特征 187

一、行业的周期性 187

二、行业的区域性 187

三、行业发展特征 187

第二节 行业投资形势分析 188

一、行业发展格局 188

二、行业进入壁垒 189

三、行业swot分析 194

第三节 功能性饮料行业投资规划建议研究 195

一、技术开发战略 195

二、产业战略规划 199

三、业务组合战略 200

四、营销战略规划 203

五、区域战略规划 205

第四部分 投资前景研究与风险预警

第十四章 功能性饮料行业投资前景预警 216

第一节 影响功能性饮料行业发展的主要因素 216

- 一、2016年影响功能性饮料行业运行的有利因素 216
- 二、2016年影响功能性饮料行业运行的稳定因素 216
- 三、2016年影响功能性饮料行业运行的不利因素 234

第二节 功能性饮料行业投资前景预警 237

- 一、2017-2022年功能性饮料行业市场风险预测 237
- 二、2017-2022年功能性饮料行业经济波动风险 237
- 三、2017-2022年功能性饮料行业竞争风险预测 239
- 四、2017-2022年功能性饮料行业管理风险预测 239

第五部分 发展趋势与规划建议

第十五章 功能性饮料行业发展趋势分析 241

第一节 2017-2022年中国功能性饮料市场趋势分析 241

- 一、2017-2022年我国功能性饮料市场趋势总结 241
- 二、2017-2022年我国功能性饮料发展趋势分析 242

第二节 2017-2022年功能性饮料产品发展趋势预测 243

- 一、2017-2022年我国功能性饮料市场趋势预测 243
- 二、2017-2022年功能性饮料产品技术趋势分析 252

第三节 功能性饮料行业规划建议 254

- 一、功能性饮料行业“十二五”整体回顾 254
- 二、功能性饮料行业“十三五”规划预测 255
- 三、2017-2022年功能性饮料行业规划建议 260

第十六章 功能性饮料企业管理策略建议 263 (ZY CW)

第一节 市场策略分析 263

- 一、功能性饮料营销模式分析 263
- 二、功能性饮料渠道策略分析 275

第二节 销售策略分析 279

- 一、媒介选择策略分析 279

| | |
|--------------------------|-----|
| 二、产品定位策略分析 | 281 |
| 三、企业宣传策略分析 | 282 |
| 第三节 提高功能性饮料企业竞争力的策略 | 285 |
| 一、提高中国功能性饮料企业核心竞争力的对策 | 285 |
| 二、影响功能性饮料企业核心竞争力的因素及提升途径 | 287 |
| 三、提高功能性饮料企业竞争力的策略 | 290 |
| 第四节 对我国功能性饮料品牌的战略思考 | 292 |
| 一、功能性饮料品牌的特性和作用 | 292 |
| 二、功能性饮料品牌价值战略研究 | 296 |
| 三、我国功能性饮料品牌竞争趋势 | 302 |
| 四、功能性饮料企业品牌投资前景 | 303 |

图表目录：

| | |
|----------------------------------|----|
| 图表：2016年中国饮料行业品牌网络广告投放top10广告主排名 | 18 |
| 图表：2014-2016年我国功能性饮料需求量 | 19 |
| 图表：2014-2016年我国凉茶需求量 | 19 |
| 图表：2014-2016年我国功能性饮料需求量 | 19 |
| 图表：2014-2016年我国凉茶需求量 | 19 |
| 图表：2014-2016年功能性饮料等软饮料制造业经济指标 | 21 |
| 图表：2014-2016年茶饮料及功能性饮料制造业经济指标 | 21 |
| 图表：2016年我国功能性饮料产量 | 22 |
| 图表：2016年我国凉茶产量 | 22 |
| 图表：2016年我国软饮料产量 | 23 |
| 图表：2016年软饮料产量全国合计 | 25 |
| 图表：2016年软饮料产量北京市合计 | 25 |
| 图表：2016年软饮料产量天津市合计 | 25 |
| 图表：2016年软饮料产量河北省合计 | 25 |
| 图表：2016年软饮料产量山西省合计 | 25 |
| 图表：2016年软饮料产量内蒙古合计 | 25 |
| 图表：2016年软饮料产量辽宁省合计 | 25 |
| 图表：2016年软饮料产量吉林省合计 | 26 |
| 图表：2016年软饮料产量黑龙江合计 | 26 |

图表：2016年软饮料产量上海市合计 26
图表：2016年软饮料产量江苏省合计 26
图表：2016年软饮料产量浙江省合计 26
图表：2016年软饮料产量安徽省合计 26
图表：2016年软饮料产量福建省合计 26
图表：2016年软饮料产量江西省合计 26
图表：2016年软饮料产量山东省合计 27
图表：2016年软饮料产量河南省合计 27
图表：2016年软饮料产量湖北省合计 27
图表：2016年软饮料产量湖南省合计 27
图表：2016年软饮料产量广东省合计 27
图表：2016年软饮料产量广西区合计 27
图表：2016年软饮料产量海南省合计 27
图表：2016年软饮料产量重庆市合计 27

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yinliao/W918940Q7T.html>