

2024-2029年中国功能饮料行业全景调研与发展战略研究咨询报告

报告简介

中国功能饮料行业竞争激烈，细分行业龙头占据大部分市场，小品牌生存空间有限。未来功能饮料逐渐被更多的人认可，各种功能性饮料将涌入中国市场，打破现有的竞争格局。同时，我国功能饮料自主品牌也将逐渐崛起，与国外品牌共享功能饮料这块大蛋糕。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家工程院、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国饮料工业协会、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对中国功能饮料行业及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了中国功能饮料行业发展状况和特点，以及中国功能饮料行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球功能饮料行业发展态势作了详细分析，并对功能饮料行业进行了趋向研判，是功能饮料生产、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前功能饮料行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 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、行业监管体制

二、行业法规及政策

三、行业发展规划

第三节 社会环境分析

一、我国人口环境分析

二、我国居民消费观念分析

三、社会环境对行业的影响

第四节 技术环境分析

一、功能饮料行业技术发展现状

二、功能饮料行业技术人才现状

三、功能饮料行业技术发展动态

四、行业主要技术发展趋势

五、技术环境对行业的影响

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 市场深度调研

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、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、十四五期间我国植物蛋白饮料发展分析

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、功能饮料营销的三大要点

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

五、红牛的内容营销策略及成效解析

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、脉动营销中的问题分析

五、脉动持续发展的思路

第六节 尖叫市场营销分析

一、尖叫市场营销概况

二、尖叫市场营销的创新分析

三、探析尖叫市场营销的起伏

四、尖叫市场营销的错位反弹

五、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、启力的娱乐营销策略分析

二、2019-2023年启力向体育营销发力

三、娃哈哈启力的营销弊病分析

四、娃哈哈启力的营销对策探索

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、中国茶饮料行业的竞争战略研究

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、国内大型农牧企业试水乳饮行业
- 四、乳酸菌饮料市场竞争态势
- 五、我国乳饮料产业发展中的主要问题
- 六、含乳饮料的市场定位与品牌塑造策略
- 七、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

第三部分 竞争格局分析

第七章 2024-2029年功能饮料行业竞争形势分析

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、功能饮料行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

二、功能饮料行业集中度分析

1、市场集中度分析

2、企业集中度分析

3、区域集中度分析

三、功能饮料行业SWOT分析

1、功能饮料行业优势分析

2、功能饮料行业劣势分析

3、功能饮料行业机会分析

4、功能饮料行业威胁分析

第二节 中国功能饮料行业竞争格局综述

一、功能饮料行业竞争概况

1、行业品牌竞争格局

2、行业企业竞争格局

3、行业产品竞争格局

二、中国功能饮料行业竞争力分析

1、我国功能饮料行业竞争力剖析

2、我国功能饮料企业市场竞争的优势

3、国内功能饮料企业竞争能力提升途径

三、中国功能饮料竞争力优势分析

1、整体产品竞争力评价

2、产品竞争力评价结果分析

3、竞争优势评价及构建建议

第三节 功能饮料行业并购重组分析

一、行业并购重组现状及其重要影响

二、跨国公司在华投资兼并与重组分析

三、本土企业投资兼并与重组分析

四、企业升级途径及并购重组风险分析

五、行业投资兼并与重组趋势分析

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、行业效益指标区域分布分析

六、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 达能(中国)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 上海大正力保健有限公司

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 广东健力宝集团有限公司

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

第八节 百事(中国)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 大冢慎昌(广东)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

第十节 达利食品集团有限公司

- 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

第四部分 发展前景展望

第十章 2024-2029年功能饮料行业前景及趋势预测

第一节 2024-2029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 2024-2029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、功能饮料行业销售收入预测

三、功能饮料行业细分市场发展趋势预测

第三节 影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

四、科研开发趋势及替代技术进展

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十一章 2024-2029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、功能饮料行业总体投资及结构

二、功能饮料行业投资规模情况

三、功能饮料行业投资项目分析

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 发展战略研究

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

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、2019-2023年功能饮料行业投资战略

二、2024-2029年功能饮料行业投资战略

三、2024-2029年细分行业投资战略

图表目录

图表：功能饮料行业生命周期

图表：功能饮料行业产业链结构

图表：2019-2023年中国功能饮料行业盈利能力分析

图表：2019-2023年中国功能饮料行业运营能力分析

图表：2019-2023年中国功能饮料行业偿债能力分析

图表：2019-2023年中国功能饮料行业发展能力分析

图表：2019-2023年中国功能饮料行业经营效益分析

图表：2019-2023年功能饮料行业工业总产值

图表：2019-2023年功能饮料行业销售收入

图表：2019-2023年功能饮料行业利润总额

图表：2019-2023年功能饮料行业资产总计

图表：2019-2023年功能饮料行业负债总计

图表：2019-2023年功能饮料行业竞争力分析

图表：2019-2023年功能饮料市场价格走势

图表：2019-2023年功能饮料行业主营业务收入

图表：2019-2023年功能饮料行业主营业务成本

图表：2019-2023年功能饮料行业销售费用分析

图表：2019-2023年功能饮料行业管理费用分析

图表：2019-2023年功能饮料行业财务费用分析

图表：2019-2023年功能饮料行业销售毛利率分析

图表：2019-2023年功能饮料行业销售利润率分析

图表：2019-2023年功能饮料行业成本费用利润率分析

图表：2019-2023年功能饮料行业总资产利润率分析

图表：2019-2023年功能饮料行业产能分析

图表：2019-2023年功能饮料行业产量分析

图表：2019-2023年功能饮料行业需求分析

图表：2019-2023年功能饮料行业进口数据

图表：2019-2023年功能饮料行业出口数据

图表：2019-2023年功能饮料行业集中度

图表：2024-2029年功能饮料行业市场规模预测

图表：2024-2029年功能饮料行业销售收入预测

图表：2024-2029年功能饮料行业产量预测

图表：2024-2029年功能饮料行业竞争格局预测

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/bg/20170112/9684.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)