

## 2024-2029年中国功能饮料行业竞争格局与投资价值研究咨询报告

## 报告简介

功能饮料是指在饮料中加入一定功能因子，使其在解渴的同时具有调节肌体功能、增强免疫力等保健作用的饮料。目前市场上的功能饮料大致可以分为3类，即运动饮料、能量饮料和保健饮料。新的《饮料通则》于2008年12月初正式实施，功能饮料这种叫法被取消，取而代之的是特殊用途饮料类。

目前市面上常见的功能饮料大致可分为：一是以红牛、力保健、黑卡、乐虎为代表的能量饮料，卖点是抗疲劳，增加动力；二是以佳得乐、尖叫、宝矿力水特为代表的运动饮料，卖点是解体渴，补充电解质；三是以脉动、水溶C100、酷乐仕为代表的维生素饮料，卖点是补充维生素等各种营养物质；四是以葛根、罗汉果等为代表的含植物药物成分的饮料，卖点是清肺、降火；五是以益力多等为代表的益生菌饮料，卖点是增加肠蠕动，预防消化不良；六是以九朵玫瑰、娇源为代表的美容饮料，卖点是可补充胶原蛋白，美容养颜。

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。与世界发达国家相比，中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，在这个背景下，功能饮料市场潜力巨大。

报告共八章。首先介绍了饮料及功能饮料的概念、分类、特点等，接着深入分析了国际国内软饮料行业和功能饮料行业的状况，然后具体解析了运动饮料、能量饮料、保健饮料市场及植物蛋白饮料的发展。随后，报告对功能饮料市场的主要品牌营销案例、重点企业运营状况和替代品发展做了详细剖析，最后科学地预测了功能饮料行业的发展前景和趋势。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、商务部、财政部、产业研究中心、市场调查中心、中国饮料工业协会以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对功能饮料市场有个系统深入的了解、或者想投资功能饮料行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

## 报告目录

## 第一章 软饮料及功能饮料概述

## 1.1 软饮料的概述

## 1.1.1 软饮料简介

## 1.1.2 软饮料的国家标准分类

## 1.1.3 软饮料的其他分类法介绍

## 1.2 软饮料相关生产工艺介绍

## 1.2.1 碳酸饮料加工技术

### 1.2.2 果蔬汁的生产工艺介绍

### 1.2.3 茶饮料加工工艺

## 1.3 功能饮料的相关概述

### 1.3.1 功能饮料简介

### 1.3.2 功能饮料成分分类法

### 1.3.3 运动饮料的概念及特点

### 1.3.4 功能饮料的选择与饮用

## 第二章 2019-2023年软饮料行业分析

### 2.1 2019-2023年国际软饮料市场发展概况

#### 2.1.1 主要品类分析

#### 2.1.2 市场增长现状

#### 2.1.3 品牌价值分析

#### 2.1.4 区域市场现状

### 2.2 2019-2023年中国软饮料行业发展现状

#### 2.2.1 行业基本特征

#### 2.2.2 市场格局分析

#### 2.2.3 行业供给现状

#### 2.2.4 市场规模现状

#### 2.2.5 市场运行态势

#### 2.2.6 行业影响因素

### 2.3 2019-2023年中国软饮料市场竞争分析

#### 2.3.1 行业竞争模型

#### 2.3.2 行业竞争态势

#### 2.3.3 市场竞争现状

#### 2.3.4 企业战略动向

### 2.4 2019-2023年中国软饮料市场营销分析

#### 2.4.1 行业营销特征

#### 2.4.2 广告投放状况

#### 2.4.3 市场营销新趋向

#### 2.4.4 娱乐化营销现状

#### 2.4.5 品牌营销问题及对策

#### 2.4.6 差异化营销策略分析

### 2.5 中国软饮料行业存在的问题及策略

#### 2.5.1 市场面临八大挑战

#### 2.5.2 企业市场制胜要素

#### 2.5.3 本土品牌竞争策略

#### 2.5.4 企业攻克技术壁垒途径

## 第三章 2019-2023年功能饮料行业分析

### 3.1 2019-2023年国际功能饮料行业的发展

#### 3.1.1 行业发展现状

#### 3.1.2 产品开发状况

#### 3.1.3 主流品牌介绍

#### 3.1.4 市场发展趋势

#### 3.1.5 美国市场现状

### 3.2 中国功能饮料行业的发展阶段

#### 3.2.1 1984-2002年

#### 3.2.2 2003-2004年

#### 3.2.3 2005-2007年

3.2.4 2019-2023年

3.2.5 2019-2023年

3.3 中国功能饮料行业发展综述

3.3.1 行业概念层次

3.3.2 行业基本特征

3.3.3 市场细分趋势

3.3.4 影响因素分析

3.3.5 行业发展取向

3.4 2019-2023年中国功能饮料市场分析

3.4.1 2019-2023年功能饮料市场需求状况

3.4.2 2019-2023年功能饮料广告投放状况

3.4.3 2019-2023年功能饮料市场品牌格局

3.4.4 2019-2023年功能饮料市场运行分析

3.5 2019-2023年中国功能饮料市场新品动态

3.5.1 娃哈哈推出健康型功能饮料“启力”；

3.5.2 顺牌公司推出多种口味氨基酸饮料

3.5.3 “真田”打造绿色健康功能饮料品牌

3.5.4 达利集团推出乐虎饮料抢占市场

3.5.5 瑞年国际研发营养素饮料“优劲”；

3.5.6 今麦郎开发功能性饮料V5

3.5.7 华润怡宝加入功能饮料争夺战

3.6 中国功能饮料市场存在的问题

3.6.1 行业发展困境

3.6.2 行业不足之处

### 3.6.3 市场挑战分析

### 3.6.4 市场监管缺失

## 3.7 中国功能饮料市场的发展策略

### 3.7.1 众强联合策略

### 3.7.2 差异化策略分析

### 3.7.3 创新策略分析

### 3.7.4 长销策略探索

### 3.7.5 新进入者对策

## 第四章 2019-2023年功能饮料细分市场分析

### 4.1 运动饮料

#### 4.1.1 市场运行概况

#### 4.1.2 行业国标解读

#### 4.1.3 主导品牌评价

#### 4.1.4 主要产品比较

#### 4.1.5 市场消费者分析

#### 4.1.6 市场格局分析

#### 4.1.7 市场制约因素

### 4.2 能量饮料

#### 4.2.1 国外发展状况

#### 4.2.2 中国市场空间

#### 4.2.3 中国市场现状

#### 4.2.4 企业战略动向

#### 4.2.5 市场问题分析

#### 4.2.6 市场突围路径

## 4.3 保健饮料

### 4.3.1 国际市场概况

### 4.3.2 中国市场空间

### 4.3.3 药企扎堆加入

### 4.3.4 产品开发情况

### 4.3.5 市场问题分析

## 4.4 植物蛋白饮料

### 4.4.1 市场发展现状

### 4.4.2 市场需求环境

### 4.4.3 行业格局分析

### 4.4.4 行业国标出台

### 4.4.5 细分市场态势

### 4.4.6 行业制约因素

### 4.4.7 行业发展对策

### 4.4.8 行业未来趋势

## 第五章 2019-2023年功能饮料营销及案例分析

### 5.1 功能饮料的营销模式综述

#### 5.1.1 完全饮料型

#### 5.1.2 高度饮料型

#### 5.1.3 中度饮料型

#### 5.1.4 低度饮料型

#### 5.1.5 完全功能型

### 5.2 功能饮料的营销策略分析

#### 5.2.1 产品销售卖点分类

- 5.2.2 营销存在的问题分析
- 5.2.3 营销应重视长远效应
- 5.2.4 营销的三大要点分析
- 5.2.5 营销手段提升途径
- 5.3 红牛营销策略分析
  - 5.3.1 红牛强势品牌营销历程分析
  - 5.3.2 红牛的立体化营销实践分析
  - 5.3.3 红牛的内容营销策略及成效
  - 5.3.4 红牛的本地化营销策略介绍
  - 5.3.5 红牛O2O移动营销策略分析
  - 5.3.6 红牛电影植入营销策略解析
- 5.4 王老吉营销策略分析
  - 5.4.1 王老吉的营销创新方法
  - 5.4.2 王老吉媒体组合拳营销
  - 5.4.3 王老吉的体育营销策略
  - 5.4.4 王老吉多元化营销策略
  - 5.4.5 王老吉布局“互联网+”营销
  - 5.4.6 王老吉态度罐换装营销
- 5.5 脉动营销策略分析
  - 5.5.1 脉动饮料市场环境分析
  - 5.5.2 脉动的内部传播机制
  - 5.5.3 脉动成功营销策略透析
  - 5.5.4 脉动打造趣味视频营销
  - 5.5.5 脉动社交平台互动营销

## 5.6 尖叫营销策略分析

### 5.6.1 尖叫市场营销创新分析

### 5.6.2 尖叫市场营销的“起伏”

### 5.6.3 尖叫市场营销错位反弹

## 5.7 启力营销策略分析

### 5.7.1 启力的娱乐营销策略

### 5.7.2 启力向体育营销发力

### 5.7.3 启力营销弊病分析

### 5.7.4 启力营销对策探索

## 5.8 佳得乐营销策略分析

### 5.8.1 佳得乐中国市场新策略

### 5.8.2 佳得乐的体育营销策略

### 5.8.3 佳得乐在华的战略失误

### 5.8.4 佳得乐本土化策略探讨

## 第六章 2019-2023年功能饮料主要经营分析

### 6.1 可口可乐

#### 6.1.1 公司简介

#### 6.1.2 2019-2023年可口可乐经营状况分析

#### 6.1.3 2019-2023年可口可乐经营状况分析

#### 6.1.4 2019-2023年可口可乐经营状况分析

#### 6.1.5 可口可乐功能饮料发展情况

### 6.2 百事可乐

#### 6.2.1 公司简介

#### 6.2.2 2017财年百事可乐经营状况分析



### 6.2.3 2019-2023财年百事可乐经营状况分析

### 6.2.4 2017财年百事可乐经营状况分析

### 6.2.5 百事公司功能饮料发展情况

## 6.3 统一企业

### 6.3.1 公司简介

### 6.3.2 2019-2023年统一企业经营状况分析

### 6.3.3 2019-2023年统一企业经营状况分析

### 6.3.4 2019-2023年统一企业经营状况分析

### 6.3.5 统一企业功能饮料发展情况

## 6.4 红牛

### 6.4.1 公司简介

### 6.4.2 红牛在中国建设新生产基地

### 6.4.3 红牛引领中国功能饮料市场的秘诀

### 6.4.4 红牛在中国市场的发展前景

## 6.5 大冢制药

### 6.5.1 公司简介

### 6.5.2 宝矿力水特产品介绍

### 6.5.3 宝矿力水抢占功能饮料市场

### 6.5.4 宝矿力水特热衷于体育营销

## 6.6 北京汇源集团

### 6.6.1 公司简介

### 6.6.2 汇源的静态市场细分策略简析

### 6.6.3 汇源大举进军健康饮料市场

### 6.6.4 汇源引领健康消费趋势

## 6.6.5 汇源进军运动饮料市场

## 6.7 杭州娃哈哈

### 6.7.1 公司简介

### 6.7.2 娃哈哈公司的核心竞争力

### 6.7.3 娃哈哈功能饮料新品发展

## 6.8 江西润田

### 6.8.1 公司简介

### 6.8.2 润田功能型饮料市场环境分析

### 6.8.3 润田怡冠饮料市场促销手段

## 第七章 2019-2023年功能饮料市场替代产品的发展状况

### 7.1 碳酸饮料

#### 7.1.1 行业供给现状

#### 7.1.2 行业规模现状

#### 7.1.3 市场态势分析

#### 7.1.4 市场消费分析

### 7.2 果汁饮料

#### 7.2.1 行业重要政策

#### 7.2.2 行业发展回顾

#### 7.2.3 行业运行现状

#### 7.2.5 行业发展建议

#### 7.2.6 产品发展方向

### 7.3 茶饮料

#### 7.3.1 行业发展现状

#### 7.3.2 市场格局分析

### 7.3.3 市场新势力分析

### 7.3.4 市场运行现状

### 7.3.5 消费者满意度

### 7.3.6 行业SWOT剖析

## 7.4 乳饮料

### 7.4.1 市场发展概况

### 7.4.2 主要品牌发展

### 7.4.3 行业经营现状

### 7.4.4 细分市场分析

### 7.4.5 市场前景广阔

### 7.4.6 行业发展趋势

## 7.5 包装饮用水

### 7.5.1 行业供给态势

### 7.5.2 行业生产现状

### 7.5.3 行业格局生变

### 7.5.4 行业新标出台

### 7.5.5 市场潜力看好

## 第八章 功能饮料市场的前景及趋势分析

### 8.1 软饮料行业发展前景分析

#### 8.1.1 行业未来发展动力

#### 8.1.2 市场消费潜力分析

#### 8.1.3 市场发展趋势预测

#### 8.1.4 市场竞争趋势分析

### 8.2 2024-2029年中国功能饮料行业预测分析

8.2.1 产业发展契机

8.2.2 行业影响因素

8.2.3 市场规模预测

8.2.4 产品产量预测

图表目录

图表 碳酸饮料的感官指标

图表 碳酸饮料的理化指标

图表 各种饮料的糖酸及香精用量

图表 配料中甜酸比数据

图表 某种桔子汽水配方设计

图表 果蔬汁的工艺流程

图表 果汁的灌装方法、杀菌温度、灌装温度、包装容器、流通温度及货架期

图表 运动饮料与其它饮料的比较

图表 2019-2023年全球饮料品牌价值排行榜

图表 2019-2023年不同年龄段日常饮用饮料占比情况

图表 2019-2023年中国软饮料行业10大领军企业

图表 2019-2023年我国软饮料产量增长走势图

图表 2019-2023年我国软饮料产量分省市统计

图表 2019-2023年中国软饮料行业产量区域集中度

图表 2019-2023年我国软饮料产量分省市统计

图表 2019-2023年我国主要软饮料产量增长情况

图表 2019-2023年我国软饮料产量分省市统计

图表 2019-2023年中国软饮料行业市场规模变化趋势

图表 2019-2023年软饮料市场产品占比情况

图表 软饮料行业竞争模型

图表 2019-2023年软饮料行业中标项目统计

图表 2019-2023年软饮料行业广告投放量对比

图表 2019-2023年软饮料行业五大媒体到达率

图表 2019-2023年软饮料行业媒介选择对比

图表 2019-2023年软饮料行业TOP5子行业广告投放占比

图表 2019-2023年软饮料品牌广告投资费用

图表 2019-2023年奶类饮品子行业媒介级别选择对比

图表 2019-2023年奶类饮品广告投资费用

图表 2019-2023年茶饮料子行业媒介级别选择对比

图表 2019-2023年茶饮料品牌广告投资费用

图表 2019-2023年果蔬汁饮料品牌广告投资费用

图表 2019-2023年植物蛋白饮料品牌广告投资费用

图表 2019-2023年碳酸饮料子行业广告投放量对比

图表 2019-2023年碳酸饮料品牌广告投资费用

图表 2019-2023年矿泉水品牌广告投资费用

图表 2019-2023年咖啡饮料品牌广告投资费用

图表 2019-2023年各类软饮料广告投资规模

图表 消费者对饮料细分市场的心理

图表 2019-2023年功能饮料子行业广告投放量对比

图表 2019-2023年功能饮料品牌广告投资费用

图表 2019-2023年功能饮料行业上榜品牌C-BPI得分

图表 2019-2023年功能饮料行业上榜品牌排名变化

图表 2019-2023年中国功能饮料行业上榜品牌趋势分析

图表 2019-2023年C-BPI功能饮料行业细分指标

图表 运动饮料市场消费者购买普及率

图表 我国运动饮料市场消费者购买考虑因素

图表 我国运动饮料市场消费者购买频率

图表 我国运动饮料购买场所

图表 我国运动饮料消费者购买价格

图表 我国运动饮料消费者购买类型

图表 2019-2023年含乳及植物蛋白饮料行业企业数量

图表 2019-2023年含乳及植物蛋白饮料行业毛利率及利润率情况

图表 2019-2023年植物蛋白饮料行业主要参与者规模

图表 植物蛋白饮料主要参与者企业战略

图表 按市场类型对植物蛋白饮料细分行业的划分

图表 核桃露行业主要公司

图表 植物蛋白饮料各龙头企业产品定位

图表 2019-2023年可口可乐综合收益表

图表 2019-2023年可口可乐不同地区销售情况表

图表 2019-2023年可口可乐综合收益表

图表 2019-2023年可口可乐不同地区销售情况表

图表 2019-2023年可口可乐综合收益表

图表 2019-2023年财年百事可乐综合收益表

图表 2019-2023年财年百事可乐收入分地区资料

图表 2019-2023财年百事可乐综合收益表

图表 2019-2023财年百事可乐收入分地区资料

图表 2019-2023财年百事可乐综合收益表

图表 2019-2023财年百事可乐收入分地区资料

图表 2019-2023年统一企业综合收益表

图表 2019-2023年统一企业收入分产品资料

图表 2019-2023年统一企业综合收益表

图表 2019-2023年统一企业收入分产品资料

图表 2019-2023年统一企业综合收益表

图表 2019-2023年统一企业收入分产品资料

图表 2019-2023年中国碳酸饮料产量分省市统计

图表 2019-2023年中国碳酸饮料行业产量区域集中度

图表 2019-2023年中国碳酸饮料产量分省市统计

图表 2019-2023年中国碳酸饮料产量分省市统计

图表 2019-2023年全国碳酸饮料产量区域集中度

图表 2019-2023年中国碳酸饮料制造行业总资产及营收情况

图表 2019-2023年中国果菜汁及果菜汁饮料制造行业总资产及营收情况

图表 茶饮料业的优势分析——基于波特的“五力模型”框架

图表 茶饮料业的劣势分析——基于波特的“五力模型”框架

图表 茶饮料产业核心竞争力SWOT分析

图表 营养快线与果粒奶优的对比分析

图表 2019-2023年中国含乳饮料和植物蛋白饮料制造行业规模以上企业数量变动趋势

图表 2019-2023年中国含乳饮料和植物蛋白饮料制造行业总资产及营收概况

图表 2019-2023年我国含乳饮料和植物蛋白饮料制造行业三费概况

图表 2019-2023年我国含乳饮料和植物蛋白饮料制造行业效益变化

图表 2019-2023年中国包装饮用水类产量数据

图表 2019-2023年中国包装饮用水类产量数据

图表 2019-2023年中国包装饮用水产量月度增长情况

图表 2019-2023年中国包装饮用水类产量分省市统计

图表 2019-2023年中国包装饮用水类产量分省市统计

图表 2019-2023年中国包装饮用水类产量分省市统计

图表 2019-2023年中国国民收入水平增长情况

图表 2019-2023年国民收入水平与GDP增速对比

图表 2019-2023年我国居民软饮料年人均消费量情况

图表 2024-2029年中国功能饮料市场规模预测

图表 2024-2029年中国功能饮料产量预测

图表 运动饮料理化指标

图表 饮料生产基本技术指标或要求

图表 饮料分类一览表

图表 饮料基本技术要求

图表 饮料分类一览表(新)

**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](mailto:kf@51baogao.cn)

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/bg/20170214/43973.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)