

2017-2022年中国功能饮料行业市场竞争格局及投资方向研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国功能饮料行业市场竞争格局及投资方向研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。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态势、市场商机动向、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市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/301709.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

功能饮料是指通过调整饮料中营养素的成分和含量比例，在一定程度上调节人体功能的饮料。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。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”。功能饮料在中国的受到越来越多的消费者喜爱，中国逐渐成为功能性饮料的消费大国。《中国软饮料分类标准》中的功能性饮料，又称健康饮料，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。保健/功能性饮料是由食品和药物管理局（FDA）监管。

中国功能饮料市场在高速发展的同时也存在一些问题，如企业缺乏创新，市场跟随严重，导致产品趋同化，而且中国功能饮料行业缺乏具体标准，市场进入门槛低，行业的竞争无序。为此，中国应加快出台功能饮料行业标准，加强对该行业的监督和管理，同时饮料生产企业应正确进行产品的市场定位，积极进行技术和营销的创新，寻找差异化卖点。目前，功能性饮料在我国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，2015年功能饮料实现销售额 606 亿元，其中能量饮料 410 亿元，运动型饮料 196 亿元。功能饮料整体市场增速为 15.16%。其中能量饮料的销售增速较快，到达16%，运动型饮料的销售增速为10%以上。两者虽然受软饮料整体行业不景气的影响，增速较 2014年有所下滑，但是仍旧远高于软饮料整体 2015年 6%左右的增长速度。2009-2015年间，我国功能饮料行业零售量年均复合增长率约为13.3%，我国功能饮料年均零售额增长率16.59%，预计到2020年，我国功能饮料零售量将达到150.37亿升，零售额将达到1635.28亿元。

功能饮料销售额情况（亿元）

功能饮料销售额增长率情况

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：

第一章 饮料及功能饮料相关概述

1.1 饮料简述

1.1.1 饮料成份

1.1.2 饮料细分类别划分

1.1.3 饮料对身体的影响

1.1.4 饮料的加工工艺

1.2 功能饮料的相关概述

1.2.1 功能饮料特点

1.2.2 功能饮料成分

1.2.3 功能饮料的选择与饮用

1.3 功能饮料行业的分类

1.3.1 营养素饮料

1.3.2 运动饮料

1.3.3 其它特殊用途饮料

1.4 功能饮料行业的发展历程

第二章 2014-2016年中国功能性饮料行业经济指标分析

2.1 2014-2016年功能性饮料行业发展概述

2.2 2014-2016年功能性饮料行业经济运行状况

2.2.1 功能性饮料行业企业数量分析

2.2.2 功能性饮料行业资产规模分析

2.2.3 功能性饮料行业销售收入分析

2.2.4 功能性饮料行业利润总额分析

2.3 2014-2016年功能性饮料行业成本费用分析

2.3.1 功能性饮料行业销售成本分析

2.3.2 功能性饮料行业销售费用分析

2.3.3 功能性饮料行业管理费用分析

2.3.4 功能性饮料行业财务费用分析

2.4 2014-2016年功能性饮料行业运营效益分析

2.4.1 功能性饮料行业盈利能力分析

2.4.2 功能性饮料行业运营能力分析

2.4.3 功能性饮料行业偿债能力分析

2.4.4 功能性饮料行业成长能力分析

第三章 2014-2016年中国功能饮料行业发展环境分析

3.1 中国功能饮料行业政策环境分析

3.1.1 行业监管部门及管理体制

3.1.2 产业相关政策分析

3.1.3 上下游产业政策影响

3.1.4 进出口政策影响分析

3.2 功能饮料行业经济环境分析

3.2.1 国民经济运行情况与GDP

3.2.2 消费价格指数CPI、PPI

3.2.3 固定资产投资情况

3.2.4 全国居民收入情况

3.3 功能饮料行业社会环境分析

3.3.1 功能饮料产业社会环境

3.3.2 社会环境对行业的影响

3.4 功能饮料行业技术环境分析

3.4.1 功能饮料技术分析

3.4.2 功能饮料技术发展水平

3.4.3 行业技术特点分析

3.4.4 行业技术动态分析

第四章国际功能饮料行业发展分析及经验借鉴

4.1 全球功能饮料市场总体情况分析

4.1.1 全球功能饮料市场结构

4.1.2 全球功能饮料行业发展分析

4.1.3 全球功能饮料行业竞争格局

4.2 美国功能饮料行业发展经验借鉴

4.2.1 美国功能饮料行业发展经验借鉴

4.2.2 美国功能饮料行业市场现状分析

4.2.3 美国功能饮料行业发展趋势预测

4.2.4 美国功能饮料行业对中国的启示

4.3 日本功能饮料行业发展经验借鉴

4.3.1 日本功能饮料行业发展历程分析

4.3.2 日本功能饮料行业市场现状分析

4.3.3 日本功能饮料行业发展趋势预测

4.3.4 日本功能饮料行业对中国的启示

4.4 德国功能饮料行业发展经验借鉴

4.4.1 德国功能饮料行业发展历程分析

4.4.2 德国功能饮料行业市场现状分析

4.4.3 德国功能饮料行业发展趋势预测

4.4.4 德国功能饮料行业对中国的启示

第五章中国功能饮料行业运行现状分析

5.1 中国功能饮料行业特征分析

5.1.1 中国功能饮料正处于市场起步阶段

5.1.2 中国功能饮料的目标客户群狭窄

5.1.3 中国功能饮料的品牌忠诚度低

5.1.4 中国功能饮料产品同质化严重

5.2 2014-2016年功能饮料行业发展现状

5.2.1 2014-2016年中国功能饮料行业市场规模

5.2.2 2014-2016年中国功能饮料行业发展分析

1、功能性饮料成为药企利润新增长点

2、功能性饮料相关国家标准依然不完善

3、企业对于功能性饮料要有选择性营销

4、功能性饮料即将成为消费热点

5、功能性饮料的市场需求不断增多

5.2.3 2014-2016年中国功能饮料企业发展分析

5.3 2014-2016年中国功能性饮料市场动态分析

5.3.1 济南：功能性饮料市场“药味十足”

5.3.2 娃哈哈牵手曼联欲拓展功能饮料市场

5.3.3 复制王老吉：贵州百灵进军功能性饮料

5.3.4 功能性饮料成为韩饮品市场“宠儿”

5.3.5 健力宝引领中国运动饮料市场再创辉煌

5.3.6 农夫山泉试水功能性水产品

第六章中国功能饮料行业市场供需指标分析

6.1 中国功能饮料行业供给分析

6.1.1 2014-2016年中国功能饮料企业数量结构

6.1.2 2014-2016年中国功能饮料企业数量结构

6.1.3 中国功能饮料行业区域供给分析

6.2 2014-2016年中国功能饮料行业需求情况

- 6.2.1 中国功能饮料行业需求市场
- 6.2.2 中国功能饮料行业客户结构
- 6.2.3 中国功能饮料行业需求的地区差异
- 6.3 中国功能饮料市场应用及需求预测
 - 6.3.1 中国功能饮料市场应用及需求预测
 - 1、中国功能饮料应用市场需求特征
 - 2、中国功能饮料应用市场需求总规模
 - 6.3.2 2016-2020中国年功能饮料行业领域需求量预测
 - 1、2017-2022年中国功能饮料行业领域需求产品/服务功能预测
 - 2、2017-2022年中国功能饮料行业领域需求产品/服务市场格局预测

第七章中国功能饮料行业细分市场分析

- 7.1 植物蛋白饮料市场发展分析
 - 7.1.1 植物蛋白饮料市场再掀新热潮
 - 7.1.2 我国植物蛋白饮料国标通过审定
 - 7.1.3 中国植物蛋白饮料市场发展现状
 - 7.1.4 植物蛋白饮料细分市场态势分析
 - 7.1.5 阻碍我国植物蛋白饮料行业发展的因素
 - 7.1.6 我国植物蛋白饮料行业的发展对策
 - 7.1.7 十三五期间我国植物蛋白饮料将高速发展
- 7.2 运动饮料市场发展分析
 - 7.2.1 中国运动饮料的市场状况
 - 7.2.2 我国运动饮料新国标解读析
 - 7.2.3 我国运动饮料市场消费者分析
 - 7.2.4 中国运动饮料市场格局分析
- 7.3 能量饮料市场发展分析
 - 7.3.1 国外能量饮料的发展状况
 - 7.3.2 美企掘金中国能量饮料市场
 - 7.3.3 能量饮料市场的问题分析
 - 7.3.4 二线能量饮料的市场突围路径
- 7.4 保健饮料市场发展分析
 - 7.4.1 国际保健饮料开发现状
 - 7.4.2 中国保健饮料市场发展分析
 - 7.4.3 中国保健饮料生产基地布局
 - 7.4.4 中国保健饮料市场存在的问题分析

7.5 建议

7.5.1 细分市场研究结论

7.5.2 细分市场建议

第八章中国功能饮料行业上、下游产业链分析

8.1 功能饮料行业产业链概述

8.1.1 产业链定义

8.1.2 功能饮料行业产业链

8.2 功能饮料行业主要上游产业发展分析

8.2.1 上游产业发展现状

8.2.2 上游产业供给分析

8.2.3 上游供给价格分析

8.2.4 主要供给企业分析

8.3 功能饮料行业主要下游产业发展分析

8.3.1 下游（应用行业）产业发展现状

8.3.2 下游（应用行业）产业需求分析

8.3.3 下游（应用行业）主要需求企业分析

8.3.4 下游（应用行业）最具前景产品/行业分析

第九章中国功能饮料行业市场竞争格局分析

9.1 中国功能饮料市场竞争状况分析

9.1.1 功能饮料市场竞争加剧

9.1.2 功能饮料：非产品层面的竞争透析

9.1.3 功能饮料：非产品层面的竞争透析

9.1.4 各大商家转变策略进军功能饮料

9.1.5 功能饮料市场洋影重重

9.2 中国功能饮料市场品牌竞争分析

9.2.1 功能饮料品牌状况透析

9.2.2 品牌与品质成未来功能饮料市场主宰

9.2.3 功能饮料亟需突破区域品牌强化概念

9.3 中国功能饮料产业集中度分析

9.3.1 产品产量区域分布

9.3.2 生产企业的集中分布

9.3.3 市场集中度分析

第十章中国功能饮料行业领先企业竞争力分析

10.1 红牛维他命饮料有限公司

10.1.1 企业发展基本情况

10.1.2 企业主要产品分析

10.1.3 企业竞争优势分析

10.1.4 企业经营状况分析

10.1.5 企业最新发展动态

10.1.6 企业发展战略分析

10.2 乐百氏(广东)食品饮料有限公司

10.2.1 企业发展基本情况

10.2.2 企业主要产品分析

10.2.3 企业竞争优势分析

10.2.4 企业经营状况分析

10.2.5 企业最新发展动态

10.2.6 企业发展战略分析

10.3 广州王老吉药业股份有限公司

10.3.1 企业发展基本情况

10.3.2 企业主要产品分析

10.3.3 企业竞争优势分析

10.3.4 企业经营状况分析

10.3.5 企业最新发展动态

10.3.6 企业发展战略分析

10.4 佛山市三水健力宝贸易有限公司

10.4.1 企业发展基本情况

10.4.2 企业主要产品分析

10.4.3 企业竞争优势分析

10.4.4 企业经营状况分析

10.4.5 企业最新发展动态

10.4.6 企业发展战略分析

10.5 三得利(上海)食品有限公司

10.5.1 企业发展基本情况

10.5.2 企业主要产品分析

10.5.3 企业竞争优势分析

10.5.4 企业经营状况分析

10.5.5 企业最新发展动态

- 10.5.6 企业发展战略分析
- 10.6 杭州娃哈哈饮料有限公司
 - 10.6.1 企业发展基本情况
 - 10.6.2 企业主要产品分析
 - 10.6.3 企业竞争优势分析
 - 10.6.4 企业经营状况分析
 - 10.6.5 企业最新发展动态
 - 10.6.6 企业发展战略分析
- 10.7 深圳万和制药有限公司
 - 10.7.1 企业发展基本情况
 - 10.7.2 企业主要产品分析
 - 10.7.3 企业竞争优势分析
 - 10.7.4 企业经营状况分析
 - 10.7.5 企业最新发展动态
 - 10.7.6 企业发展战略分析
- 10.8 广东大冢制药有限公司
 - 10.8.1 企业发展基本情况
 - 10.8.2 企业主要产品分析
 - 10.8.3 企业竞争优势分析
 - 10.8.4 企业经营状况分析
 - 10.8.5 企业最新发展动态
 - 10.8.6 企业发展战略分析
- 10.9 上海锦江麒麟饮料食品有限公司
 - 10.9.1 企业发展基本情况
 - 10.9.2 企业主要产品分析
 - 10.9.3 企业竞争优势分析
 - 10.9.4 企业经营状况分析
 - 10.9.5 企业最新发展动态
 - 10.9.6 企业发展战略分析

第十一章2017-2022年中国功能饮料行业发展趋势与前景分析

- 11.1 2017-2022年中国功能饮料市场发展前景
 - 11.1.1 2017-2022年功能饮料市场发展潜力
 - 11.1.2 2017-2022年功能饮料市场发展前景展望
 - 11.1.3 2017-2022年功能饮料细分行业发展前景分析

11.2 2017-2022年中国功能饮料市场发展趋势预测

11.2.1 2017-2022年功能饮料行业发展趋势

11.2.2 2017-2022年功能饮料市场规模预测

11.2.3 2017-2022年功能饮料行业应用趋势预测

11.2.4 2017-2022年细分市场发展趋势预测

11.3 2017-2022年中国功能饮料行业供需预测

11.3.1 2017-2022年中国功能饮料行业供给预测

11.3.2 2017-2022年中国功能饮料行业需求预测

11.3.3 2017-2022年中国功能饮料供需平衡预测

11.4 中国功能饮料市场的发展策略

11.4.1 功能饮料发展须众强联合

11.4.2 功能饮料的成功策略分析

11.4.3 功能饮料的创新策略分析

11.4.4 功能饮料的长销策略探索

11.4.5 功能饮料新进入者发展对策

第十二章2017-2022年中国功能饮料行业投资前景预测

12.1 2017-2022年中国功能饮料行业投资概况

12.1.1 功能饮料投资环境利好

12.1.2 饮料业投资价值链研究

12.2 2017-2022年中国功能饮料行业投资机会分析

12.2.1 投资潜力分析

12.2.2 全民健身热为功能饮料发展提供契机

12.2.3 与产业链相关的投资机会分析

12.3 2017-2022年中国功能饮料行业投资风险预警

12.3.1 宏观调控政策风险

12.3.2 市场竞争风险

12.3.3 市场运营机制风险

第十三章研究结论及建议

13.1 研究结论

13.2 建议

13.2.1 行业发展策略建议

13.2.2 行业投资方向建议

13.2.3 行业投资方式建议

图表目录：

- 图表：2014-2016年国内生产总值
- 图表：2014-2016年居民消费价格涨跌幅度
- 图表：2016年居民消费价格比上年涨跌幅度
- 图表：2014-2016年国家外汇储备
- 图表：2014-2016年财政收入
- 图表：2014-2016年全社会固定资产投资
- 图表：2016年分行业城镇固定资产投资及其增长速度
- 图表：2016年固定资产投资新增主要生产能力
- 图表：2014-2016年功能饮料行业市场规模分析
- 图表：2017-2022年功能饮料行业市场规模预测
- 图表：中国功能饮料行业盈利能力分析
- 图表：中国功能饮料行业运营能力分析
- 图表：中国功能饮料行业偿债能力分析
- 图表：中国功能饮料行业发展能力分析
- 图表：中国功能饮料行业经营效益分析
- 图表：2014-2016年功能饮料重要数据指标比较
- 图表：2014-2016年中国功能饮料行业销售情况分析
- 图表：2014-2016年中国功能饮料行业利润情况分析
- 图表：2014-2016年中国功能饮料行业资产情况分析
- 图表：2014-2016年中国功能饮料竞争力分析
- 图表：2017-2022年中国功能饮料产能预测
- 图表：2017-2022年中国功能饮料消费量预测
- 图表：2017-2022年中国功能饮料市场前景预测
- 图表：2017-2022年中国功能饮料市场价格走势预测
- 图表：2017-2022年中国功能饮料发展前景预测
- 图表：投资建议 图表：区域发展战略规划

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/301709.html>