

# 2020-2026年中国功能饮料 市场评估与产业竞争格局报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2020-2026年中国功能饮料市场评估与产业竞争格局报告》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.cction.com/report/202003/157559.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

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、“十三五”期间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、2015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 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

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

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

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、企业技术水平分析

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

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

第七节 上海源倍春生物科技有限公司一、企业发展概况二、企业经营状况分析三、企业产品结构分析四、企业技术水平分析

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

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

第十节 佛山市穿越火线饮料有限公司一、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

第四部分 发展前景展望

第十章 2020-2026年功能饮料行业前景及趋势预测

第一节 2020-2026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 2020-2026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

第十一章 2020-2026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年功能饮料行业投资战略二、2020-2026年功能饮料行业投资战略三、2020-2026年细分行业投资战略 部分图表目录：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：2015-2019年中国功能饮料行业盈利能力分析图表：2015-2019年中国功能饮料行业运营能力分析图表：2015-2019年中国功能饮料行业偿债能力分析图表：2015-2019年中国功能饮料行业发展能力分析图表：2015-2019年中国功能饮料行业经营效益分析图表：2015-2019年不同规模企业利润总额分布图表：2015-2019年功能饮料行业不同规模企业从业人员分布图表：2015-2019年功能饮料行业不同规模企业销售收入分布图表：2015-2019年功能饮料行业不同规模企业资产总额分布图表：2015-2019年功能饮料行业不同规模企业数量分布图表：2015-2019年功能饮料行业不同性质企业利润总额分布图表：2015-2019年功能饮料行业不同性质企业从业人员分布图表：2015-2019年功能饮料行业不同性质企业销售收入分布图表：2015-2019年功能饮料行业不同性质企业资产总额分布图表：2015-2019年功能饮料行业不同性质企业数量分布图表：2015-2019年全球功能饮料行业市场规模图表：2015-2019年中国功能饮料行业市场规模图表：2015-2019年功能饮料行业重要数据指标比较图表：2015-2019年中国功能饮料市场占全球份额比较图表：2015-2019年功能饮料行业工业总产值图表：2015-2019年功能饮料行业销售收入图表：2015-2019年功能饮料行业利润总额图表：2015-2019年功能饮料行业资产总计更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202003/157559.html>