

# 2022-2028年中国功能性饮料行业发展趋势与投资前景分析报告

## 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

《2022-2028年中国功能性饮料行业发展趋势与投资前景分析报告》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/202208/314876.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

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，具有调节机体功能作用，不以治疗疾病为目的。

功能饮料主要作用为抗疲劳和补充能量。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。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国功能性饮料行业发展趋势与投资前景分析报告》共十六章。首先介绍了功能性饮料行业市场发展环境、功能性饮料整体运行态势等，接着分析了功能性饮料行业市场运行的现状，然后介绍了功能性饮料市场竞争格局。随后，报告对功能性饮料做了重点企业经营状况分析，最后分析了功能性饮料行业发展趋势与投资预测。您若想对功能性饮料产业有个系统的了解或者想投资功能性饮料行业，本报告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

第一节 2016-2020年全球功能性饮料市场分析

一、2016-2020年全球功能性饮料市场分析

二、2016-2020年全球功能性饮料市场规模

三、2016-2020年全球功能性饮料市场需求

四、2022-2028年全球功能性饮料市场趋势

第二节 部分国家地区功能性饮料行业发展状况

一、美国功能性饮料行业分析

二、欧洲功能性饮料行业分析

三、日本功能性饮料行业分析

四、韩国功能性饮料行业分析

第二章 我国功能性饮料行业发展现状

## 第一节 我国功能性饮料行业发展现状

### 一、功能性饮料行业品牌发展现状

### 二、功能性饮料行业消费市场现状

### 三、功能性饮料市场消费层次分析

### 四、我国功能性饮料市场走向分析

## 第二节 我国功能性饮料行业发展状况

### 一、中国软饮料行业发展回顾

### 二、功能性饮料行业发展回顾

### 三、2016-2020年功能性饮料行业发展分析

## 第三节 中国功能性饮料行业供需分析

### 一、中国功能性饮料市场供给总量分析

### 二、中国功能性饮料市场需求总量分析

### 三、中国功能性饮料市场供需平衡分析

### 四、中国功能性饮料市场景气情况分析

## 第三章 中国功能性饮料所属行业经济运行分析

### 第一节 2016-2020年功能性饮料行业运行情况分析

#### 一、2016-2020年软饮料行业经济指标分析

#### 二、2016-2020年功能性饮料行业经济指标

### 第二节 功能性饮料行业产量分析

#### 一、2020年年我国功能性饮料产品产量分析

#### 二、2020年我国功能性饮料产品产量分析

### 第三节 2020年功能性饮料所属行业进出口分析

#### 一、2020年功能性饮料所属行业进口总量分析

#### 二、2020年功能性饮料所属行业出口总量分析

## 第四章 中国功能性饮料消费市场分析

### 第一节 中国功能性饮料消费者收入分析

#### 一、中国人口

#### 二、2016-2020年消费者收入水平

#### 三、2016-2020年消费价格指数分析

### 第二节 功能性饮料消费市场状况分析

- 一、人均消费量
- 二、功能饮料认识度
- 三、功能饮料饮用率
- 四、功能饮料购买理由

## 第五章 中国功能性饮料所属行业区域市场分析

### 第一节 华北地区功能性饮料行业分析

- 一、2016-2020年行业市场规模分析
- 二、2016-2020年行业销售情况分析
- 三、2016-2020年行业营收情况分析
- 四、2016-2020年行业利润情况分析

### 第二节 东北地区功能性饮料行业分析

- 一、2016-2020年行业市场规模分析
- 二、2016-2020年行业销售情况分析
- 三、2016-2020年行业营收情况分析
- 四、2016-2020年行业利润情况分析

### 第三节 华东地区功能性饮料行业分析

- 一、2016-2020年行业市场规模分析
- 二、2016-2020年行业销售情况分析
- 三、2016-2020年行业营收情况分析
- 四、2016-2020年行业利润情况分析

### 第四节 华南地区功能性饮料行业分析

- 一、2016-2020年行业市场规模分析
- 二、2016-2020年行业销售情况分析
- 三、2016-2020年行业营收情况分析
- 四、2016-2020年行业利润情况分析

### 第五节 华中地区功能性饮料行业分析

- 一、2016-2020年行业市场规模分析
- 二、2016-2020年行业销售情况分析
- 三、2016-2020年行业营收情况分析
- 四、2016-2020年行业利润情况分析

### 第六节 西南地区功能性饮料行业分析

- 一、2016-2020年行业市场规模分析
  - 二、2016-2020年行业销售情况分析
  - 三、2016-2020年行业营收情况分析
  - 四、2016-2020年行业利润情况分析
- ### 第七节 西北地区功能性饮料行业分析

- 一、2016-2020年行业市场规模分析
- 二、2016-2020年行业销售情况分析
- 三、2016-2020年行业营收情况分析
- 四、2016-2020年行业利润情况分析

## 第六章 功能性饮料行业投资与发展前景分析

### 第一节 2016-2020年功能性饮料行业投资情况分析

- 一、2016-2020年全社会固定资产投资情况分析
- 二、2016-2020年功能性饮料行业投资规模情况
- 三、2020年功能性饮料行业投资增速情况

### 第二节 功能性饮料行业投资机会分析

- 一、2020年功能性饮料投资机会
- 二、2020年功能性饮料市场潜力
- 三、功能性饮料投资新方向

### 第三节 功能性饮料行业发展前景分析

- 一、功能性饮料市场发展前景分析
- 二、我国功能性饮料市场蕴藏的商机
- 三、功能性饮料市场面临的发展商机

## 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

### 第一节 功能性饮料行业集中度分析

- 一、功能性饮料市场集中度分析
- 二、功能性饮料企业集中度分析
- 三、功能性饮料区域集中度分析

### 第二节 功能性饮料行业主要企业竞争力分析

- 一、功能性饮料行业竞争力分析

二、功能性饮料主要企业竞争力分析

三、功能性饮料行业主要企业竞争动向

第三节 功能性饮料行业竞争格局分析

一、2016-2020年功能性饮料行业竞争分析

二、2016-2020年中外功能性饮料产品竞争分析

第八章 2016-2020年中国功能性饮料行业发展形势分析

第一节 功能性饮料行业发展概况

一、功能性饮料行业发展概述

二、功能性饮料行业发展现状

三、功能性饮料行业特征分析

第二节 2016-2020年功能性饮料行业市场情况分析

一、功能性饮料市场规模分析

二、功能性饮料市场存在的问题

三、功能性饮料行业的发展对策

第三节 2016-2020年功能性饮料产销状况分析

一、功能性饮料产量分析

二、功能性饮料产能分析

三、功能性饮料市场需求状况分析

第四节 功能性饮料行业发展形势分析

一、影响功能饮料发展的因素

二、功能性饮料行业标准情况

三、功能性饮料行业发展形势

第三部分 盈利水平与企业分析

第九章 中国功能性饮料所属行业整体运行指标分析

第一节 2016-2020年中国功能性饮料所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业生产规模分析

第二节 2016-2020年中国功能性饮料所属行业产销分析

一、行业产成品情况总体分析

二、行业产品销售收入总体分析

### 第三节 2016-2020年中国功能性饮料所属行业财务指标总体分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

## 第十章 功能性饮料所属行业赢利水平分析

### 第一节 功能性饮料所属行业成本分析

- 一、2016-2020年功能性饮料原材料价格走势
- 二、2016-2020年功能性饮料所属行业人工成本分析

### 第二节 功能性饮料所属行业 产销运存分析

- 一、2016-2020年功能性饮料所属行业产销情况
- 二、2016-2020年功能性饮料所属行业库存情况

### 第三节 功能性饮料所属行业盈利水平分析

- 一、2016-2020年功能性饮料所属行业价格走势
- 二、2016-2020年功能性饮料所属行业营业收入情况
- 三、2016-2020年功能性饮料所属行业毛利率情况
- 四、2016-2020年功能性饮料所属行业盈利能力

## 第十一章 功能性饮料所属行业盈利能力分析

### 第一节 2020年中国功能性饮料所属行业利润总额分析

- 一、利润总额分析
- 二、不同规模企业利润总额比较分析
- 三、不同所有制企业利润总额比较分析

### 第二节 2020年中国功能性饮料所属行业资产负债率

- 一、资产负债率分析
- 二、不同规模企业资产负债率比较分析
- 三、不同所有制企业资产负债率比较分析

### 第三节 2020年中国功能性饮料所属行业产值利税率

- 一、产值利税率分析
- 二、不同规模企业产值利税率比较分析
- 三、不同所有制企业产值利税率比较分析



## 第四节 2020年中国功能性饮料所属行业资金利税率

### 一、资金利税率分析

### 二、不同规模企业资金利税率比较分析

### 三、不同所有制企业资金利税率比较分析

## 第十二章 功能性饮料重点企业发展分析

### 第一节 红牛

#### 一、企业概况

#### 二、企业经营状况

#### 三、企业发展战略

### 第二节 宝矿力水特

#### 一、企业概况

#### 二、企业经营状况

#### 三、企业发展战略

### 第三节 激活

#### 一、企业概况

#### 二、企业经营状况

#### 三、企业发展战略

### 第四节 佳得乐

#### 一、企业概况

#### 二、企业经营状况

#### 三、企业发展战略

### 第五节 雀巢能量

#### 一、企业概况

#### 二、企业经营状况

#### 三、企业发展战略

### 第六节 劲跑

#### 一、企业概况

#### 二、企业经营状况

#### 三、企业发展战略

## 第十三章 功能性饮料行业投资策略分析

## 第一节 行业发展特征

一、行业的周期性

二、行业的区域性

三、行业发展特征

## 第二节 行业投资形势分析

一、行业发展格局

二、行业进入壁垒

三、行业swot分析

## 第三节 功能性饮料行业投资战略研究

一、技术开发战略

二、产业战略规划

三、业务组合战略

四、营销战略规划

五、区域战略规划

## 第四部分 投资策略与风险预警

### 第十四章 功能性饮料行业投资风险预警

#### 第一节 影响功能性饮料行业发展的主要因素

一、2020年影响功能性饮料行业运行的有利因素

二、2020年影响功能性饮料行业运行的稳定因素

三、2020年影响功能性饮料行业运行的不利因素

#### 第二节 功能性饮料行业投资风险预警

一、2022-2028年功能性饮料行业市场风险预测

二、2022-2028年功能性饮料行业经济波动风险

三、2022-2028年功能性饮料行业竞争风险预测

四、2022-2028年功能性饮料行业管理风险预测

## 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

#### 第一节 2022-2028年中国功能性饮料市场趋势分析

一、2022-2028年我国功能性饮料市场趋势总结

二、2022-2028年我国功能性饮料发展趋势分析

## 第二节 2022-2028年功能性饮料产品发展趋势预测

### 一、2022-2028年我国功能性饮料市场趋势预测

### 二、2022-2028年功能性饮料产品技术趋势分析

## 第三节 功能性饮料行业规划建议

## 第十六章 功能性饮料企业管理策略建议（）

### 第一节 市场策略分析

#### 一、功能性饮料营销模式分析

#### 二、功能性饮料渠道策略分析

### 第二节 销售策略分析

#### 一、媒介选择策略分析

#### 二、产品定位策略分析

#### 三、企业宣传策略分析

### 第三节 提高功能性饮料企业竞争力的策略

#### 一、提高中国功能性饮料企业核心竞争力的对策

#### 二、影响功能性饮料企业核心竞争力的因素及提升途径

#### 三、提高功能性饮料企业竞争力的策略

### 第四节 我国功能性饮料品牌的战略思考

#### 一、功能性饮料品牌的特性和作用

#### 二、功能性饮料品牌价值战略研究

#### 三、我国功能性饮料品牌竞争趋势

#### 四、功能性饮料企业品牌发展战略

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202208/314876.html>