

2017-2022年中国功能饮料 市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2017-2022年中国功能饮料市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/report/H92716RYST.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2017-08-25

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2017-2022年中国功能饮料市场分析与投资前景研究报告》介绍了功能饮料行业相关概述、中国功能饮料产业运行环境、分析了中国功能饮料行业的现状、中国功能饮料行业竞争格局、对中国功能饮料行业做了重点企业经营状况分析及中国功能饮料产业发展前景与投资预测。您若想对功能饮料产业有个系统的了解或者想投资功能饮料行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。据有关资料对功能性饮料的分类，认为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。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。

2014年中国功能饮料行业市场规模为425.91亿元，2015年市场规模达到472.94亿元，2016年中国功能饮料行业市场规模为514.38亿元。可见我国功能饮料市场规模增速仍然高于饮料行业整体增速，市场发展潜力依然巨大。

欧美特殊用途饮料主要以红牛、怪兽等品牌为主，美国市场怪兽、红牛、Rockstar、Fullthrottle、Nqfuir为销售前五位的能量饮料品牌，其中增长最为快速的是超强配方的能量补充液，如先锋5小时、红牛、6-hourPower、MonsterHitman等。欧洲市场也相继推出了全天然的能量饮料。欧美特殊用途饮料的效用：激发能量，如美国怪兽能量饮料；对咖啡因和尼克酸敏感的疲劳人群；提供工作族的精力和清醒；补充维生素，适合年轻人尤其是女性群体。

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0.6公斤，距离全世界人均7公斤的消费量尚有较大空间，因此中国的功能饮料市场潜力巨大。功能饮料单价较高，产品利润高于普通饮料产品，随着我国居民人均消费水平的快速提升，对功能性饮料的需求将得到快速提升，同时伴随着90后、95后等新生代消费群体的逐渐扩大，对功能性饮料的需求将更为多样化和个性化。为满足人们日益增长的健康需求，提升生活品质，绿色、健康、特色将成为功能饮料行业发展的必然趋势。

报告目录：

第一部分 产业分析篇

第一章 功能饮料行业发展综述

1.1 功能饮料行业定义及分类

1.1.1 行业定义

1.1.2 主要产品/服务分类

1.1.3 行业特性及在国民经济中的地位

1.2 功能饮料行业统计标准

1.2.1 统计部门和统计口径

1.2.2 主要统计方法介绍

1.2.3 行业涵盖数据种类介绍

1.3 最近3-5年中国功能饮料行业经济指标分析

1.3.1 赢利性

1.3.2 成长速度

1.3.3 附加值的提升空间

1.3.4 进入壁垒 / 退出机制

1.3.5 风险性

1.3.6 行业周期

1.3.7 竞争激烈程度指标

1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 我国功能饮料行业运行分析

2.1 我国功能饮料行业发展状况分析

2.1.1 我国功能饮料行业发展阶段

2.1.2 我国功能饮料行业发展总体概况

2.1.3 我国功能饮料行业发展特点分析

2.1.4 我国功能饮料行业商业模式分析

2.2 2013-2016年功能饮料行业发展现状

2.2.1 2013-2016年我国功能饮料行业市场规模

2.2.2 2013-2016年我国功能饮料行业发展分析

2.2.3 2013-2016年中国功能饮料企业发展分析

2.3 区域市场调研

2.3.1 区域市场分布总体情况

2.3.2 2013-2016年重点省市市场调研

2.4 功能饮料细分产品市场调研

2.4.1 细分产品/服务特色

2.4.2 2013-2016年细分产品/服务市场规模及增速

2.4.3 重点细分产品/服务市场趋势分析

2.5 功能饮料产品价格分析

2.5.1 2013-2016年功能饮料价格走势

2.5.2 影响功能饮料产品价格的关键因素分析

(1) 成本

(2) 供需情况

(3) 关联产品

(4) 其他

2.5.3 2017-2022年功能饮料产品价格变化趋势

2.5.4 主要功能饮料企业价位及价格策略

第三章 我国功能饮料行业整体运行指标分析

3.1 中国功能饮料行业总体规模分析

3.1.1 企业数量结构分析

3.1.2 人员规模状况分析

3.1.3 行业资产规模分析

3.1.4 行业市场规模分析

3.2 中国功能饮料行业产销情况分析

3.2.1 我国功能饮料行业产值

3.2.2 我国功能饮料行业收入

3.2.3 我国功能饮料行业产销率

3.3 中国功能饮料行业财务指标总体分析

3.3.1 行业盈利能力分析

3.3.2 行业偿债能力分析

3.3.3 行业营运能力分析

3.3.4 行业发展能力分析

第四章 我国功能饮料行业供需形势分析

4.1 功能饮料行业供给分析

4.1.1 2013-2016年功能饮料行业供给规模及增速

4.1.2 2017-2022年功能饮料行业供给能力变化趋势

4.1.3 功能饮料行业区域供给分析

(1) 区域供给分布总体情况

(2) 2013-2016年重点省市供给分析

4.2 2013-2016年我国功能饮料行业需求情况

4.2.1 功能饮料行业需求市场

4.2.2 功能饮料行业客户结构

4.2.3 功能饮料行业需求的地区差异

4.3 功能饮料产品/服务市场应用及需求预测

4.3.1 功能饮料产品/服务应用市场总体需求分析

(1) 功能饮料产品/服务应用市场需求特征

(2) 功能饮料产品/服务应用市场需求总规模

4.3.2 2017-2022年功能饮料行业领域需求量预测

(1) 2017-2022年功能饮料行业领域需求产品/服务功能预测

(2) 2017-2022年功能饮料行业领域需求产品/服务市场格局预测

4.3.3 2017-2022年重点行业功能饮料产品/服务需求分析预测

第五章 我国功能饮料行业进出口结构分析

5.1 功能饮料行业进出口市场调研

5.1.1 功能饮料行业进出口综述

(1) 中国功能饮料进出口的特点分析

(2) 中国功能饮料进出口地区分布状况

(3) 中国功能饮料进出口的贸易方式及经营企业分析

(4) 中国功能饮料进出口政策与国际化经营

5.1.2 功能饮料行业出口市场调研

(1) 2013-2016年行业出口整体情况

(2) 2013-2016年行业出口总额分析

(3) 2013-2016年行业出口结构分析

5.1.3 功能饮料行业进口市场调研

(1) 2013-2016年行业进口整体情况

(2) 2013-2016年行业进口总额分析

(3) 2013-2016年行业进口结构分析

5.2 中国功能饮料进出口面临的挑战及对策

5.2.1 功能饮料进出口面临的挑战及对策

5.2.2 功能饮料行业进出口前景及建议

(1) 行业出口前景及建议

(2) 行业进口前景及建议

第二部分 产业结构篇

第六章 功能饮料行业产业结构分析

6.1 功能饮料产业结构分析

6.1.1 市场细分充分程度分析

6.1.2 各细分市场领先企业排名

6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例

6.1.4 领先企业的结构分析

6.2 产业价值链的结构分析及整体竞争优势分析

6.2.1 产业价值链的构成

6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析

6.3 产业结构发展预测

6.3.1 产业结构调整指导政策分析

6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素

6.3.3 中国功能饮料行业参与国际竞争的战略市场定位

6.3.4 产业结构调整方向分析

第七章 我国功能饮料行业产业链分析

7.1 功能饮料行业产业链分析

7.1.1 产业链结构分析

7.1.2 主要环节的增值空间

7.1.3 与上下游行业之间的关联性

7.2 功能饮料上游行业调研

7.2.1 功能饮料产品成本构成

- 7.2.2 2013-2016年上游行业发展现状
- 7.2.3 2017-2022年上游行业发展趋势
- 7.2.4 上游供给对功能饮料行业的影响
- 7.3 功能饮料下游行业调研
- 7.3.1 功能饮料下游行业分布
- 7.3.2 2013-2016年下游行业发展现状
- 7.3.3 2017-2022年下游行业发展趋势
- 7.3.4 下游需求对功能饮料行业的影响

第八章 我国功能饮料行业渠道分析及策略

- 8.1 功能饮料行业渠道分析
- 8.1.1 渠道形式及对比
- 8.1.2 各类渠道对功能饮料行业的影响
- 8.1.3 主要功能饮料企业渠道策略研究
- 8.1.4 各区域主要代理商情况
- 8.2 功能饮料行业用户分析
- 8.2.1 用户认知程度分析
- 8.2.2 用户需求特点分析
- 8.2.3 用户购买途径分析
- 8.3 功能饮料行业营销策略分析
- 8.3.1 中国功能饮料营销概况
- 8.3.2 功能饮料营销策略探讨
- 8.3.3 功能饮料营销发展趋势

第三部分 竞争策略篇

第九章 我国功能饮料行业竞争形势及策略

- 9.1 行业总体市场竞争状况分析
- 9.1.1 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

(6) 竞争结构特点总结

9.1.2 功能饮料行业企业间竞争格局分析

9.1.3 功能饮料行业集中度分析

9.1.4 功能饮料行业SWOT分析

9.2 中国功能饮料行业竞争格局综述

9.2.1 功能饮料行业竞争概况

(1) 中国功能饮料行业竞争格局

(2) 功能饮料行业未来竞争格局和特点

(3) 功能饮料市场进入及竞争对手分析

9.2.2 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

9.2.3 功能饮料市场竞争策略分析

第十章 功能饮料行业领先企业经营形势分析

10.1 杭州娃哈哈集团有限公司竞争力分析

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 企业投资前景分析

10.2 红牛维他命饮料有限公司竞争力分析

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 企业投资前景分析

10.3 乐百氏(广东)食品饮料有限公司竞争力分析

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 企业投资前景分析

10.4 广东健力宝集团有限公司竞争力分析

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 企业投资前景分析

10.5 大冢(中国)投资有限公司竞争力分析

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 企业投资前景分析

10.6 农夫山泉股份有限公司竞争力分析

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 企业投资前景分析

10.7 百事(中国)投资有限公司竞争力分析

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 企业投资前景分析

10.8 深圳市东鹏饮料实业有限公司竞争力分析

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 企业投资前景分析

10.9 统一企业(中国)投资有限公司竞争力分析

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 企业投资前景分析

10.10 日加满饮品(上海)有限公司竞争力分析

10.10.1 企业发展基本情况

10.10.2 企业主要产品分析

10.10.3 企业竞争优势分析

10.10.4 企业经营状况分析

10.10.5 企业最新发展动态

10.10.6 企业投资前景分析

第四部分 投资价值篇

第十一章 2017-2022年功能饮料行业行业前景调研

11.1 功能饮料行业五年规划现状及未来预测

11.1.1 “十二五”期间功能饮料行业运行情况

11.1.2 “十二五”规划对行业发展的影响

11.1.3 功能饮料行业“十三五”发展方向预测

(1) 功能饮料行业“十三五”规划制定进展

(2) 功能饮料行业“十三五”规划重点指导

- (3) 功能饮料行业在“十三五”规划中重点部署
- (4) “十三五”时期功能饮料行业发展方向及热点

11.2 2017-2022年功能饮料市场趋势预测

11.2.1 2017-2022年功能饮料市场发展潜力

11.2.2 2017-2022年功能饮料市场趋势预测展望

11.2.3 2017-2022年功能饮料细分行业趋势预测分析

11.3 2017-2022年功能饮料市场发展趋势预测

11.3.1 2017-2022年功能饮料行业发展趋势

11.3.2 2017-2022年功能饮料市场规模预测

(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

11.3.3 2017-2022年功能饮料行业应用趋势预测

11.3.4 2017-2022年细分市场发展趋势预测

11.4 2017-2022年中国功能饮料行业供需预测

11.4.1 2017-2022年中国功能饮料行业供给预测

11.4.2 2017-2022年中国功能饮料行业需求预测

11.4.3 2017-2022年中国功能饮料行业供需平衡预测

11.5 影响企业生产与经营的关键趋势

11.5.1 市场整合成长趋势

11.5.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测

11.5.3 企业区域市场拓展的趋势

11.5.4 科研开发趋势及替代技术进展

11.5.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2017-2022年功能饮料行业投资环境分析

12.1 功能饮料行业政治法律环境 (P)

12.1.1 行业管理体制分析

12.1.2 行业主要法律法规

12.1.3 行业相关发展规划

12.1.4 政策环境对行业的影响

12.2 行业经济环境分析 (E)

12.2.1 宏观经济形势分析

12.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析

12.3 行业社会环境分析（S）

12.3.1 功能饮料产业社会环境

12.3.2 社会环境对行业的影响

12.3.3 功能饮料产业发展对社会发展的影响

12.4 行业技术环境分析（T）

12.4.1 功能饮料技术分析

（1）技术水平总体发展情况

（2）我国功能饮料行业新技术研究

12.4.2 功能饮料技术发展水平

（1）我国功能饮料行业技术水平所处阶段

（2）与国外功能饮料行业的技术差距

12.4.3 2016年功能饮料技术发展分析

12.4.4 行业主要技术发展趋势

12.4.5 技术环境对行业的影响

第十三章 2017-2022年功能饮料行业投资机会与风险

13.1 功能饮料行业投融资情况

13.1.1 行业资金渠道分析

13.1.2 固定资产投资分析

13.1.3 兼并重组情况分析

13.1.4 功能饮料行业投资现状分析

（1）功能饮料产业投资经历的阶段

（2）2016年功能饮料行业投资状况回顾

（3）中国功能饮料行业风险投资状况

（4）我国功能饮料行业的投资态势

13.2 2017-2022年功能饮料行业投资机会

13.2.1 产业链投资机会

13.2.2 细分市场投资机会

13.2.3 重点区域投资机会

13.2.4 功能饮料行业投资机遇

13.3 2017-2022年功能饮料行业投资前景及防范

- 13.3.1 政策风险及防范
- 13.3.2 技术风险及防范
- 13.3.3 供求风险及防范
- 13.3.4 宏观经济波动风险及防范
- 13.3.5 关联产业风险及防范
- 13.3.6 产品结构风险及防范
- 13.3.7 其他风险及防范
- 13.4 中国功能饮料行业投资建议
- 13.4.1 功能饮料行业未来发展方向
- 13.4.2 中国功能饮料企业融资分析
- 13.4.3 建议

第十四章 功能饮料行业投资前景研究

- 14.1 功能饮料行业投资前景研究
 - 14.1.1 战略综合规划
 - 14.1.2 技术开发战略
 - 14.1.3 业务组合战略
 - 14.1.4 区域战略规划
 - 14.1.5 产业战略规划
 - 14.1.6 营销品牌战略
 - 14.1.7 竞争战略规划
- 14.2 对我国功能饮料品牌的战略思考
 - 14.2.1 功能饮料品牌的重要性
 - 14.2.2 功能饮料实施品牌战略的意义
 - 14.2.3 功能饮料企业品牌的现状分析
 - 14.2.4 我国功能饮料企业的品牌战略
 - 14.2.5 功能饮料品牌战略管理的策略
- 14.3 功能饮料经营策略分析
 - 14.3.1 功能饮料市场细分策略
 - 14.3.2 功能饮料市场创新策略
 - 14.3.3 品牌定位与品类规划
 - 14.3.4 功能饮料新产品差异化战略

14.4 功能饮料行业投资规划建议研究

14.4.1 功能饮料行业投资规划建议

14.4.2 2017-2022年功能饮料行业投资规划建议

14.4.3 2017-2022年细分行业投资规划建议

第十五章 研究结论及发展建议

15.1 功能饮料行业研究结论及建议

15.2 功能饮料子行业研究结论及建议

15.3 功能饮料行业发展建议

15.3.1 行业投资策略建议

15.3.2 行业投资方向建议

15.3.3 行业投资方式建议

图表目录

图表1：功能饮料行业生命周期

图表2：功能饮料行业产业链结构

图表3：2013-2016年全球功能饮料行业市场规模

图表4：2013-2016年中国功能饮料行业市场规模

图表5：2013-2016年功能饮料行业重要数据比较

图表6：2013-2016年中国功能饮料市场占全球份额比较

图表7：2013-2016年功能饮料行业工业总产值

图表8：2013-2016年功能饮料行业销售收入

图表9：2013-2016年功能饮料行业利润总额

图表10：2013-2016年功能饮料行业资产总计

图表11：2013-2016年功能饮料行业负债总计

图表12：2013-2016年功能饮料行业竞争力分析

图表13：2013-2016年功能饮料市场价格走势

图表14：2013-2016年功能饮料行业主营业务收入

图表15：2013-2016年功能饮料行业主营业务成本

图表16：2013-2016年功能饮料行业销售费用分析

图表17：2013-2016年功能饮料行业管理费用分析

图表18：2013-2016年功能饮料行业财务费用分析

图表19：2013-2016年功能饮料行业销售毛利率分析

图表20：2013-2016年功能饮料行业销售利润率分析

图表21：2013-2016年功能饮料行业成本费用利润率分析

图表22：2013-2016年功能饮料行业总资产利润率分析

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/H92716RYST.html>