



艾凯咨询
ICAN Consulting

2018-2024年中国功能型饮料行业 市场评估分析及发展前景调研 战略研究报告

一、调研说明

《2018-2024年中国功能型饮料行业市场评估分析及发展前景调研战略研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/292250.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.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、摘要、目录、图表

报告目录：

第一章 功能型饮料行业相关基础概述

1.1 功能型饮料的定义及分类

1.1.1 功能型饮料的界定

1.1.2 功能型饮料的分类

1、 营养素饮料

2、 运动饮料

3、 其它特殊用途饮料

1.1.3 功能型饮料的特性

1.2 功能型饮料行业特点分析

1.2.1 市场特点分析

1.2.2 行业经济特性

1.2.3 行业发展周期分析

1.2.4 行业进入风险

1.2.5 行业成熟度分析

第二章 2014-2017年中国功能型饮料行业市场发展环境分析

2.1 中国功能型饮料行业经济环境分析

2.1.1 中国经济运行情况

1、 国民经济运行情况GDP

2、 消费价格指数CPI、 PPI

3、 全国居民收入情况

4、 恩格尔系数

5、 饮料工业发展形势

2.1.2 经济环境对行业的影响分析

2.2 中国功能型饮料行业政策环境分析

2.2.1 行业监管环境

1、 国务院食品安全委员会

2、 国家卫生计生委

3、 国家食品药品监督管理总局

- 4、国家质量监督检验检疫总局
- 5、国家工商行政管理总局
- 6、中国食品工业协会及中国饮料工业协会

2.2.2 行业法规政策分析

- 1、《中华人民共和国食品安全法》
- 2、《食品经营许可证管理办法》
- 3、《食品生产许可管理办法》
- 4、《饮料行业"十三五"发展规划建议》

2.2.3 政策环境对行业的影响分析

2.3 中国功能型饮料行业社会环境分析

2.3.1 行业社会环境

- 1、人口环境分析
- 2、教育环境分析
- 3、文化环境分析
- 4、生态环境分析
- 5、中国城镇化率
- 6、消费升级发展趋势
- 7、个性化消费趋势

2.3.2 社会环境对行业的影响分析

2.4 中国功能型饮料行业技术环境分析

2.4.1 功能型饮料技术分析

- 1、技术水平总体发展情况
- 2、中国功能型饮料行业新技术研究

2.4.2 功能型饮料技术发展水平

- 1、中国功能型饮料行业技术水平所处阶段
- 2、与国外功能型饮料行业的技术差距

2.4.3 行业主要技术发展趋势

2.4.4 技术环境对行业的影响

第三章 中国功能型饮料行业上、下游产业链分析

3.1 功能型饮料行业产业链概述

3.1.1 产业链定义

- 3.1.2 功能型饮料行业产业链
- 3.2 功能型饮料行业上游-原材料产业发展分析
 - 3.2.1 原材料产业发展现状
 - 3.2.2 原材料产业供给分析
 - 3.2.3 原材料供给区域分析
 - 3.2.4 原材料供给价格分析
- 3.3 功能型饮料行业下游-经销商发展情况分析
 - 3.3.1 经销商发展现状分析
 - 3.3.2 经销商发展规模分析
 - 3.3.3 经销商区域分布情况
 - 3.3.4 经销商发展趋势分析

第四章 国际功能型饮料行业市场发展分析

- 4.1 2014-2017年国际功能型饮料行业发展现状
 - 4.1.1 国际功能型饮料行业发展现状
 - 4.1.2 国际功能型饮料行业发展规模
 - 4.1.3 国际功能型饮料主要技术水平
- 4.2 2014-2017年国际功能型饮料市场需求研究
 - 4.2.1 国际功能型饮料市场需求特点
 - 4.2.2 国际功能型饮料市场需求结构
 - 4.2.3 国际功能型饮料市场需求规模
- 4.3 2014-2017年国际区域功能型饮料行业研究
 - 4.3.1 欧洲功能型饮料市场
 - 1、市场现状分析
 - 2、市场规模分析
 - 3、发展趋势分析
 - 4.3.2 美国功能型饮料市场
 - 1、市场现状分析
 - 2、市场规模分析
 - 3、发展趋势分析
 - 4.3.3 日韩功能型饮料市场
 - 1、市场现状分析

2、市场规模分析

3、发展趋势分析

4.4 2018-2024年国际功能型饮料行业发展展望

4.4.1 国际功能型饮料行业发展趋势

4.4.2 国际功能型饮料行业规模预测

4.4.3 国际功能型饮料行业发展机会

第五章 2014-2017年中国功能型饮料行业发展概述

5.1 中国功能型饮料行业发展状况分析

5.1.1 中国功能型饮料行业发展阶段

5.1.2 中国功能型饮料行业发展总体概况

5.1.3 中国功能型饮料行业发展特点分析

5.2 2014-2017年功能型饮料行业发展现状

5.2.1 2014-2017年中国功能型饮料行业发展热点

1、国内外功能饮料市场竞争进入白热化

2、功能饮料市场诸多问题有待解决

3、红牛仍占鳌头

4、红牛、东鹏特饮、脉动这三个品牌遥遥领先

5、必须紧抓"90后"

5.2.2 2014-2017年中国功能型饮料行业发展现状

5.2.3 2014-2017年中国功能型饮料企业发展分析

5.3 中国功能型饮料市场品牌存活率分析

5.3.1 中国功能型饮料市场品牌数量

5.3.2 中国功能型饮料市场品牌存活率

5.4 中国功能型饮料行业细分市场概况

5.4.1 功能型饮料细分市场分析

1、多糖类饮料市场分析

2、维生素饮料市场分析

3、矿物质饮料市场分析

4、运动类饮料市场分析

5、益生菌饮料市场分析

6、免疫类饮料市场分析

7、低能量饮料市场分析

5.4.2 功能型饮料细分市场投资机遇分析

5.5 中国功能型饮料行业发展问题及对策建议

5.5.1 中国功能型饮料行业发展制约因素

5.5.2 中国功能型饮料行业存在问题分析

5.5.3 中国功能型饮料行业发展对策建议

第六章 中国功能型饮料行业运行指标分析及预测

6.1 中国功能型饮料行业企业数量分析

6.1.1 2014-2017年中国功能型饮料行业企业数量情况

6.1.2 2014-2017年中国功能型饮料行业企业竞争结构

6.2 2014-2017年中国功能型饮料行业财务指标总体分析

6.2.1 行业盈利能力分析

6.2.2 行业偿债能力分析

6.2.3 行业营运能力分析

6.2.4 行业发展能力分析

6.3 中国功能型饮料行业市场规模分析及预测

6.3.1 2014-2017年中国功能型饮料行业市场规模分析

6.3.2 2018-2024年中国功能型饮料行业市场规模预测

6.4 中国功能型饮料行业市场供需分析及预测

6.4.1 中国功能型饮料行业市场供给分析

1、2014-2017年中国功能型饮料行业供给规模分析

2、2018-2024年中国功能型饮料行业供给规模预测

6.4.2 中国功能型饮料行业市场需求分析

1、2014-2017年中国功能型饮料行业需求规模分析

2、2018-2024年中国功能型饮料行业需求规模预测

第七章 中国互联网+功能型饮料行业发展现状及前景

7.1 互联网给功能型饮料行业带来的冲击和变革分析

7.1.1 互联网时代功能型饮料行业大环境变化分析

7.1.2 互联网时代功能型饮料行业挑战与机遇分析

7.1.3 互联网时代功能型饮料行业营销模式变革分析

- 7.1.4 互联网时代功能型饮料行业销售渠道变革分析
- 7.1.5 互联网+功能型饮料行业融合创新机会分析
- 7.2 中国互联网+功能型饮料行业市场发展现状分析
 - 7.2.1 中国互联网+功能型饮料行业投资布局分析
 - 1、中国互联网+功能型饮料行业投资切入方式
 - 2、中国互联网+功能型饮料行业投资规模分析
 - 3、中国互联网+功能型饮料行业投资业务布局
 - 7.2.2 功能型饮料行业目标客户互联网渗透率分析
 - 7.2.3 中国互联网+功能型饮料行业市场规模分析
 - 7.2.4 中国互联网+功能型饮料行业竞争格局分析
 - 1、中国互联网+功能型饮料行业参与者结构
 - 2、中国互联网+功能型饮料行业竞争者类型
 - 3、中国互联网+功能型饮料行业市场占有率
- 7.3 中国互联网营销平台分析
 - 7.3.1 微信公众号
 - 7.3.2 微博
 - 7.3.3 电商平台
 - 1、天猫
 - 2、京东
 - 3、苏宁
 - 7.3.4 百度
 - 7.3.5 视频网站
 - 1、腾讯视频
 - 2、优酷视频
 - 3、爱奇艺视频
 - 4、乐视视频
- 7.4 中国互联网+功能型饮料行业市场发展前景分析
 - 7.4.1 中国互联网+功能型饮料行业市场增长动力分析
 - 7.4.2 中国互联网+功能型饮料行业市场发展瓶颈剖析
 - 7.4.3 中国互联网+功能型饮料行业市场发展趋势分析
- 7.5 互联网+时代功能型饮料企业发展战略分析

第八章 中国功能型饮料行业消费市场调查

8.1 功能型饮料市场消费需求分析

8.1.1 功能型饮料市场的消费需求变化

8.1.2 功能型饮料行业的需求情况分析

8.1.3 功能型饮料品牌市场消费需求分析

8.1.4 功能型饮料市场渗透率分析

8.2 功能型饮料消费市场状况分析

8.2.1 功能型饮料行业消费特点

8.2.2 功能型饮料行业产品消费结构分析

8.2.3 功能型饮料行业消费群体分析

8.2.4 功能型饮料市场的消费方向

8.3 功能型饮料行业产品的品牌市场调查

8.3.1 消费者对行业品牌认知度宏观调查

8.3.2 消费者对行业产品的品牌偏好调查

8.3.3 消费者对行业品牌的首要认知渠道

8.3.4 功能型饮料行业品牌忠诚度调查

8.3.5 消费者的消费理念调研

第九章 中国功能型饮料行业市场竞争格局分析

9.1 中国功能型饮料行业竞争格局分析

9.1.1 功能型饮料行业区域分布格局

9.1.2 功能型饮料行业企业规模格局

9.1.3 功能型饮料行业企业性质格局

9.1.4 功能型饮料行业企业竞争格局

9.2 中国功能型饮料行业竞争五力分析

9.2.1 功能型饮料行业上游议价能力

9.2.2 功能型饮料行业下游议价能力

9.2.3 功能型饮料行业新进入者威胁

9.2.4 功能型饮料行业替代产品威胁

9.2.5 功能型饮料行业现有企业竞争

9.3 中国功能型饮料行业竞争SWOT分析

9.3.1 功能型饮料行业优势分析(S)

- 9.3.2 功能型饮料行业劣势分析 (W)
- 9.3.3 功能型饮料行业机会分析 (O)
- 9.3.4 功能型饮料行业威胁分析 (T)
- 9.4 中国功能型饮料行业投资兼并重组整合分析
 - 9.4.1 投资兼并重组现状
 - 9.4.2 投资兼并重组案例
- 9.5 中国功能型饮料行业竞争策略建议

第十章 功能型饮料行业领先企业竞争力分析

- 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 企业发展战略分析
- 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 企业发展战略分析
- 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 企业发展战略分析
- 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 企业发展战略分析
- 10.5 大家(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 企业发展战略分析
- 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 企业发展战略分析
- 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 企业发展战略分析
- 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 企业发展战略分析

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 企业发展战略分析

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 企业发展战略分析

第十一章 2018-2024年中国功能型饮料行业发展趋势与投资机会研究

11.1 2018-2024年中国功能型饮料行业市场发展潜力分析

11.1.1 中国功能型饮料行业市场空间分析

11.1.2 中国功能型饮料行业竞争格局变化

11.1.3 中国功能型饮料行业互联网+前景

11.2 2018-2024年中国功能型饮料行业发展趋势分析

11.2.1 中国功能型饮料行业品牌格局趋势

11.2.2 中国功能型饮料行业渠道分布趋势

11.2.3 中国功能型饮料行业市场趋势分析

11.3 2018-2024年中国功能型饮料行业投资机会与建议

11.3.1 中国功能型饮料行业投资前景展望

11.3.2 中国功能型饮料行业投资机会分析

11.3.3 中国功能型饮料行业投资建议

第十二章 2018-2024年中国功能型饮料行业投资分析与风险规避

12.1 中国功能型饮料行业关键成功要素分析

- 12.2 中国功能型饮料行业投资壁垒分析
- 12.3 中国功能型饮料行业投资风险与规避
 - 12.3.1 宏观经济风险与规避
 - 12.3.2 行业政策风险与规避
 - 12.3.3 上游市场风险与规避
 - 12.3.4 市场竞争风险与规避
 - 12.3.5 技术风险分析与规避
 - 12.3.6 下游需求风险与规避
- 12.4 中国功能型饮料行业融资渠道与策略
 - 12.4.1 功能型饮料行业融资渠道分析
 - 12.4.2 功能型饮料行业融资策略分析

第十三章 2018-2024年中国功能型饮料行业盈利模式与投资战略规划分析

- 13.1 国外功能型饮料行业投资现状及经营模式分析
 - 13.1.1 境外功能型饮料行业成长情况调查
 - 13.1.2 经营模式借鉴
 - 13.1.3 国外投资新趋势动向
- 13.2 中国功能型饮料行业商业模式探讨
 - 13.2.1 行业主要商业模式分析
 - 13.2.2 功能型饮料行业商业模式创新分析
- 13.3 中国功能型饮料行业投资发展战略规划
 - 13.3.1 战略优势分析
 - 13.3.2 战略机遇分析
 - 13.3.3 战略规划目标
 - 13.3.4 战略措施分析
- 13.4 最优投资路径设计
 - 13.4.1 投资对象
 - 13.4.2 投资模式
 - 13.4.3 预期财务状况分析
 - 13.4.4 风险资本退出方式

第十四章 研究结论及建议

14.1 研究结论

14.2 专家建议

14.2.1 行业发展策略建议

14.2.2 行业投资方向建议

14.2.3 行业投资方式建议

部分图表目录：

图表：功能型饮料行业特点

图表：功能型饮料行业生命周期

图表：功能型饮料行业产业链分析

图表：中国GDP增长情况

图表：中国CPI增长情况

图表：中国人口数量及其构成

图表：中国工业增加值及其增长速度

图表：中国城镇居民可支配收入情况

图表：中国功能型饮料行业市场渗透率分析

图表：中国功能型饮料市场消费群体分析

图表：中国功能型饮料细分产品消费结构分析

图表：中国功能型饮料行业渠道分析

图表：中国功能型饮料行业十大品牌

图表：中国功能型饮料行业互联网营销模式

图表：中国功能型饮料企业竞争格局分析

图表：中国功能型饮料市场品牌存活率分析

图表：中国功能型饮料行业区域市场分布格局

图表：2014-2017年功能型饮料行业市场规模分析

图表：2018-2024年功能型饮料行业市场规模预测

图表：2014-2017年中国功能型饮料行业供给规模分析

图表：2018-2024年中国功能型饮料行业供给规模预测

图表：2014-2017年中国功能型饮料行业需求规模分析

图表：2018-2024年中国功能型饮料行业需求规模预测

图表：2014-2017年中国功能型饮料行业企业数量情况

图表：2014-2017年中国功能型饮料行业企业竞争结构

更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/292250.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景；

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴；

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等；

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。