

2020-2025年中国功能性饮料行业发展潜力分析及 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《2020-2025年中国功能性饮料行业发展潜力分析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/485728.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。

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 功能性饮料整体概述

第一节 产品的定义

第二节 产品的特征

第三节 产品的分类

一、运动饮料

二、能量饮料

三、其他

第二章 2015-2019年全球功能性饮料市场环境分析

第一节 2015-2019年全球功能性饮料发展概述

一、功能性饮料发展历程

二、功能性饮料的占总饮料市场的额

三、功能性饮料的发展方向

第二节 2015-2019年全球功能性饮料主要生产国家分析

一、美国

二、西欧

三、亚太地区

四、拉丁美洲市场

第三节 全球功能性饮料市场发展预测分析

第三章 2015-2019年中国功能性饮料发展的整体情况分析

第一节 中国功能性饮料的发展概况

一、行业发展的阶段

二、影响发展的主要因素

第二节 2015-2019年中国功能性饮料产品现状分析

一、品牌推广

二、产品结构

三、产品忠诚度

第三节 2015-2019年中国功能性饮料市场现状分析

一、供需状况分析

二、价格走势

三、营销策略

第四节 功能性饮料市场存在的问题

一、缺乏差异化是瓶颈

二、包装成本制约市场规模

第四章 2015-2019年中国功能性饮料市场运行环境分析

第一节 2015-2019年中国功能性饮料经济环境分析

一、gdp增长分析

二、城乡居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数

三、城乡居民消费水平对比

四、存贷款利率变化

五、财政收支情况分析

第二节 2015-2019年中国功能性饮料政策环境分析

第三节 2015-2019年中国功能性饮料社会环境发展分析

一、人们消费水平提高

二、卫生健康意识增强

第四节 2015-2019年中国功能性饮料技术环境分析

一、配方

二、包装技术

三、其他相关技术

第五章 2015-2019年中国功能性饮料市场供需平衡分析

第一节 2015-2019年中国功能性饮料需求分析

一、各地区需求分析

二、各功能需求分析

三、新品种需求分析

第二节 2015-2019年中国功能性饮料供给分析

第三节 2015-2019年中国功能性饮料供需平衡分析

第六章 2015-2019年中国功能性饮料消费者分析

第一节 2015-2019年消费者群体分析

一、人口总量与结构统计

二、主要消费群体分析

三、消费者对功能性饮料的消费支出分析

第二节 影响消费者购买行为分析

一、功能

二、口味

三、品牌

四、包装

五、价格

第三节 消费者主要消费渠道分析

第七章 2015-2019年中国功能性饮料市场竞争格局深入分析

第一节 2015-2019年中国功能性饮料市场竞争整体状况分析

第二节 2015-2019年中国功能性饮料重点城市竞争格局

第三节 2015-2019年中国功能性饮料产品竞争格局

一、产品种类

二、产品功能

第四节 2015-2019年中国功能性饮料营销策略竞争格局

一、品牌营销

二、广告营销

三、网络营销

第五节 2015-2019年中国功能性饮料新产品的竞争趋势预测分析

第八章 中国市场上功能性饮料重点品牌分析

第一节 红牛

一、公司概况

二、公司收入及盈利指标

三、公司资产状况分析

四、公司成本费用构成状况分析

五、公司竞争力分析

第二节 宝矿力水特

- 一、公司概况
- 二、公司收入及盈利指标
- 三、公司资产状况分析
- 四、公司成本费用构成状况分析
- 五、公司竞争力分析

第三节 激活

- 一、公司概况
- 二、公司收入及盈利指标
- 三、公司资产状况分析
- 四、公司成本费用构成状况分析
- 五、公司竞争力分析

第四节 佳得乐

- 一、公司概况
- 二、公司收入及盈利指标
- 三、公司资产状况分析
- 四、公司成本费用构成状况分析
- 五、公司竞争力分析

第五节 雀巢能量e

- 一、公司概况
- 二、公司收入及盈利指标
- 三、公司资产状况分析
- 四、公司成本费用构成状况分析
- 五、公司竞争力分析

第六节 劲跑

- 一、公司概况
- 二、公司收入及盈利指标
- 三、公司资产状况分析
- 四、公司成本费用构成状况分析
- 五、公司竞争力分析

第七节 王老吉（红色罐装）

- 一、公司概况
- 二、公司收入及盈利指标
- 三、公司资产状况分析
- 四、公司成本费用构成状况分析

五、公司竞争力分析

第八节 上海大正力保健有限公司

一、公司概况

二、公司收入及盈利指标

三、公司资产状况分析

四、公司成本费用构成状况分析

五、公司竞争力分析

第九章 2015-2019年中国功能性饮料行业发展前景及趋势预测

第一节 2015-2019年中国功能性饮料产品工艺与技术趋势预测分析

一、政策环境与需求环境走势分析

二、基于需求市场的技术应用趋势预测分析

三、生产方法与质量标准改进趋势预测分析

第二节 2015-2019年中国功能性饮料产品竞争趋势预测

一、总体规模的量化预测分析

二、产品竞争格局预测分析

三、企业竞争格局预测分析

四、市场规模与结构趋势预测分析

第十章 2015-2019年中国功能性饮料投资及风险分析

第一节 2015-2019年中国功能性饮料投资机会分析

一、市场可拓展的空间大（AK LT）

二、新产品推出的机会多

三、生产成本

四、北京奥运会带来的机会

第二节 2015-2019年中国功能性饮料投资风险分析

一、政策风险

二、财务风险

三、营销风险

四、竞争风险

第三节 行业建议

一、产品策略建议

二、价格策略建议

三、渠道策略建议

四、促营策略建议

五、品牌策略建议

六、功能饮料形象设计策略

七、功能饮料市场调研

图表目录：

图表 1功能饮料销售量分布比例图

图表 2 美国功能饮料市场的主要品牌

图表 3 2015-2019年美国能量饮料销售额及预测分析

图表 4 西欧各国能量饮料市场额比较

图表 5 2019年西欧能量饮料消费量状况分析

图表 6 拉丁美洲主要国家功能饮料消费量状况分析

图表 7 2015-2019年我国gdp季度增幅比较

图表 8 2019年全年我国三个产业gdp增加值比较

图表 9 2019年我国gdp增长趋势图

图表 10 按农村居民家庭收入五分组生活消费水平比较

更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/485728.html>