|  |
| --- |
| [中国功能饮料行业调查分析及市场前景预测报告（2025-2031年）](https://www.20087.com/M_ShiPinYinLiao/50/GongNengYinLiaoDeFaZhanQianJing.html) |



#### [中国市场调研网](https://www.20087.com/)

[www.20087.com](https://www.20087.com/)

一、基本信息

|  |  |
| --- | --- |
| 名称： | [中国功能饮料行业调查分析及市场前景预测报告（2025-2031年）](https://www.20087.com/M_ShiPinYinLiao/50/GongNengYinLiaoDeFaZhanQianJing.html) |
| 报告编号： | 1582850　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：9200 元　　纸介＋电子版：9500 元 |
| 优惠价： | 电子版：8200 元　　纸介＋电子版：8500 元　　可提供增值税专用发票 |
| 咨询电话： | 400 612 8668、010-66181099、010-66182099、010-66183099 |
| Email： | Kf@20087.com |
| 在线阅读： | [<https://www.20087.com/M_ShiPinYinLiao/50/GongNengYinLiaoDeFaZhanQianJing.html>](https://www.20087.com/2/95/ZhiNengXiWanJiShiChangQianJingYuCe.html) |
| 温馨提示： | 订购英文、日文等版本报告，请拨打订购咨询电话或发邮件咨询。 |

二、内容简介

　　功能饮料市场正经历着快速变化，从最初的能量补充型饮料逐渐扩展至运动恢复、提神醒脑、健康补充等多个细分领域。消费者对于功能饮料的需求已不仅仅是简单的能量补充，而是寻求具有特定健康益处的产品，比如增强免疫力、改善睡眠质量、促进消化等。同时，随着健康意识的提高，低糖、无糖、天然成分的功能饮料越来越受欢迎，品牌商也在积极研发符合这一趋势的新产品。
　　未来，功能饮料将更加聚焦于健康和功能性成分的创新。健康方面，使用超级食物提取物、益生菌、抗氧化剂等天然成分的功能饮料将占据市场主导地位。功能性成分的创新方面，神经保护、认知增强和情绪调节等新兴领域的功能饮料将吸引消费者的注意。此外，随着个性化健康趋势的兴起，量身定制的功能饮料，能够根据个人的基因特征、生活方式和健康目标来设计，将是市场的一个潜在增长点。
　　《[中国功能饮料行业调查分析及市场前景预测报告（2025-2031年）](https://www.20087.com/M_ShiPinYinLiao/50/GongNengYinLiaoDeFaZhanQianJing.html)》通过对功能饮料行业的全面调研，系统分析了功能饮料市场规模、技术现状及未来发展方向，揭示了行业竞争格局的演变趋势与潜在问题。同时，报告评估了功能饮料行业投资价值与效益，识别了发展中的主要挑战与机遇，并结合SWOT分析为投资者和企业提供了科学的战略建议。此外，报告重点聚焦功能饮料重点企业的市场表现与技术动向，为投资决策者和企业经营者提供了科学的参考依据，助力把握行业发展趋势与投资机会。

第一部分 功能饮料产业环境透视
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 功能饮料行业深度调研
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、我国植物蛋白饮料行业竞争格局分析
　　　　六、“十五五”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、功能饮料品牌营销的几大要点
　　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
　　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、尖叫市场营销及创新概况
　　　　二、探析尖叫市场营销的“起伏”
　　　　三、尖叫市场营销的错位反弹
　　　　四、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、启力的营销策略分析
　　　　二、启力向体育营销发力
　　　　三、娃哈哈启力的营销弊病分析

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规模
　　　　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策略分析
　　　　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、茶饮料市场面临的主要问题
　　　　四、中国茶饮料行业的市场竞争分析
　　第四节 含乳饮料市场发展分析
　　　　一、中国含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、乳酸菌饮料市场竞争态势
　　　　四、我国含乳饮料产业发展中的主要问题
　　　　五、我国含乳饮料行业竞争格局分析
　　　　六、我国含乳饮料行业的发展前景展望
　　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、生活饮用水新国标全面实施
　　　　三、我国高端瓶装水市场潜力分析
　　　　四、我国瓶装矿泉水市场的发展潜力分析
　　　　五、我国瓶装水的发展方向

第三部分 功能饮料行业竞争格局分析
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
　　　　五、企业盈利能力分析
　　　　六、企业销售渠道与网络
　　　　七、企业优势与劣势分析
　　　　八、企业最新发展动向分析
　　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
　　　　五、企业盈利能力分析
　　　　六、企业销售渠道与网络
　　　　七、企业优势与劣势分析
　　　　八、企业最新发展动向分析
　　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
　　　　五、企业盈利能力分析
　　　　六、企业销售渠道与网络
　　　　七、企业优势与劣势分析
　　　　八、企业最新发展动向分析
　　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
　　　　五、企业盈利能力分析
　　　　六、企业销售渠道与网络
　　　　七、企业优势与劣势分析
　　　　八、企业最新发展动向分析
　　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
　　　　五、企业盈利能力分析
　　　　六、企业销售渠道与网络
　　　　七、企业优势与劣势分析
　　　　八、企业最新发展动向分析
　　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
　　　　五、企业盈利能力分析
　　　　六、企业销售渠道与网络
　　　　七、企业优势与劣势分析
　　　　八、企业最新发展动向分析
　　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
　　　　五、企业盈利能力分析
　　　　六、企业销售渠道与网络
　　　　七、企业优势与劣势分析
　　　　八、企业最新发展动向分析
　　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
　　　　五、企业盈利能力分析
　　　　六、企业销售渠道与网络
　　　　七、企业优势与劣势分析
　　　　八、企业最新发展动向分析
　　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
　　　　五、企业盈利能力分析
　　　　六、企业销售渠道与网络
　　　　七、企业优势与劣势分析
　　　　八、企业最新发展动向分析
　　第十节 统一企业中国控股有限公司
　　　　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
　　　　五、企业盈利能力分析
　　　　六、企业销售渠道与网络
　　　　七、企业优势与劣势分析
　　　　八、企业最新发展动向分析

第四部分 功能饮料行业发展前景展望
第十章 2025-2031年功能饮料行业前景及趋势预测
　　第一节 2025-2031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 2025-2031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、功能饮料行业销售量预测
　　　　三、功能饮料行业细分市场发展趋势预测

第十一章 2025-2031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、功能饮料行业投资结构
　　　　二、功能饮料行业投资规模情况
　　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 功能饮料行业发展战略展望
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
　　　　　　1、市场定位
　　　　　　2、品牌定位
　　　　四、功能饮料新产品差异化战略
　　第四节 中~智~林~：功能饮料行业投资战略研究
　　　　一、2025年功能饮料行业投资战略
　　　　二、2025-2031年功能饮料行业投资战略
　　　　三、2025-2031年细分行业投资战略

图表目录
　　图表 2020-2025年国内生产总值及其增长速度
　　图表 2024-2025年国内生产总值增长速度（累计同比）
　　图表 2025年消费价格指数
　　图表 2025年工业品出产价格指数（PPI）
　　图表 2024-2025年中国居民人均收入实际增长速度
　　图表 世界各国恩格尔系数一览表
　　图表 2020-2025年中国居民恩格尔系数
　　图表 2025年规模以上工业增加值增速
　　图表 2020-2025年建筑业增加值
　　图表 2025年主要工业产品产量及其增长速度
　　图表 2025年全国规模以上工业增加值同比增长速度
　　图表 社会消费品零售总额增速（月度同比）
　　图表 2025年社会消费品零售总额环比增速
　　图表 2025年全年社会消费品零售总额主要数据
　　图表 2020-2025年货物进出口总额
　　图表 2025年货物进出口总额及其增长速度
　　图表 2025年主要商品出口数量、金额及其增长速度
　　……
　　图表 2025年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度
　　图表 2025年非金融领域外商直接投资及其增长速度
　　图表 INNOPRINTPET4RFID
　　图表 RFID系统组成
　　图表 各信息化系统之间的关系
　　图表 2020-2025年美国功能饮料市场规模
　　图表 “脉动”产品定位一览表
　　图表 2020-2025年中国碳酸饮料类（汽水）产量
　　图表 2025年国内果菜汁饮料价格分析
　　图表 2020-2025年中国果汁市场规模及增速
　　图表 2020-2025年中国果蔬汁饮料消费总量
　　图表 2025年国内饮用水价格分析
　　图表 2020-2025年我国功能饮料市场规模分析
　　图表 后红牛时代的功能饮料格局
　　图表 2025年功能饮料企业排名
　　图表 我国功能饮料区域集中度分析
　　图表 功能性饮料市场集中度分析
　　图表 我国功能饮料区域集中度分析
　　图表 2025年我国功能饮料行业规模各区域指标分析
　　图表 2025年华东地区饮料产量分析
　　图表 2020-2025年华东地区饮料行业市场规模分析
　　图表 2025年华南地区饮料产量分析
　　图表 2020-2025年华南地区饮料行业市场规模分析
　　图表 2025年华中地区饮料产量分析
　　图表 2020-2025年华中地区饮料行业市场规模分析
　　图表 2025年华北地区饮料产量分析
　　图表 2020-2025年华北地区饮料行业市场规模分析
　　图表 2025年东北地区饮料产量分析
　　图表 2020-2025年东北地区饮料行业市场规模分析
　　图表 2025年西南地区饮料产量分析
　　图表 2020-2025年西南地区饮料行业市场规模分析
　　图表 2020-2025年红牛经营状况分析
　　图表 2020-2025年乐百氏经营状况
　　图表 2020-2025年农夫山泉经营状况分析
　　图表 2020-2025年哇哈哈经营状况分析
　　图表 2020-2025年哇哈哈盈利能力分析
　　图表 2025-2031年我国功能饮料市场容量及增长率
　　图表 2025-2031年我国功能饮料行业销量及增长率
　　图表 2025年我国功能饮料行业在各地区投资结构
　　图表 2020-2025年我姑功能饮料行业总体投资
　　图表 四种基本的品牌战
略……

了解《[中国功能饮料行业调查分析及市场前景预测报告（2025-2031年）](https://www.20087.com/M_ShiPinYinLiao/50/GongNengYinLiaoDeFaZhanQianJing.html)》，报告编号：1582850，

请致电：400-612-8668、010-66181099、66182099、66183099，

Email邮箱：Kf@20087.com

详细介绍：<https://www.20087.com/M_ShiPinYinLiao/50/GongNengYinLiaoDeFaZhanQianJing.html>

热点：超市饮料大全图片、功能饮料有哪些、抗疲劳十大饮料排名、功能饮料的好处和坏处、代谢饮料排行榜、功能饮料对性功能有影响吗、类似于红牛的功能性饮料、功能饮料的副作用、哪种能量饮料效果好

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！