|  |
| --- |
| [中国功能饮料市场调查研究与发展前景预测报告（2023-2029年）](https://www.20087.com/5/08/GongNengYinLiaoHangYeXianZhuangY.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： | [中国功能饮料市场调查研究与发展前景预测报告（2023-2029年）](https://www.20087.com/5/08/GongNengYinLiaoHangYeXianZhuangY.html) |
| 报告编号： | 2359085　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：8500 元　　纸介＋电子版：8800 元 |
| 优惠价： | 电子版：7600 元　　纸介＋电子版：7900 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/5/08/GongNengYinLiaoHangYeXianZhuangY.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

　　功能饮料是一种补充能量、提高体力或改善健康的饮品，近年来在市场上获得了极大的关注。目前，市场上功能饮料种类繁多，包括能量饮料、运动饮料、保健饮料等，它们根据不同人群的需求提供了丰富的选择。随着消费者对健康意识的提高，越来越多的功能饮料开始强调天然成分和功能性成分的添加，如维生素、氨基酸等，以满足消费者对健康饮品的需求。  
　　未来，功能饮料将更加注重健康和个性化。一方面，随着消费者对健康生活方式的追求，功能饮料将更加注重选用天然原料和减少添加剂的使用，提供更加健康的选择。另一方面，随着消费者需求的多样化，功能饮料将更加注重个性化设计，如推出针对特定人群或特定场合的功能饮料，以满足不同消费者的具体需求。此外，随着科学技术的进步，功能饮料还将更加注重功能性成分的研究与应用，提供更加有效的健康效益。  
　　《[中国功能饮料市场调查研究与发展前景预测报告（2023-2029年）](https://www.20087.com/5/08/GongNengYinLiaoHangYeXianZhuangY.html)》基于对功能饮料行业的深入研究和市场监测数据，全面分析了功能饮料行业现状、市场需求与市场规模。功能饮料报告详细探讨了产业链结构，价格动态，以及功能饮料各细分市场的特点。同时，还科学预测了市场前景与发展趋势，深入剖析了功能饮料品牌竞争格局，市场集中度，以及重点企业的经营状况。功能饮料报告旨在挖掘行业投资价值，揭示潜在风险与机遇，为投资者和决策者提供专业、科学、客观的战略建议，是了解功能饮料行业不可或缺的权威参考资料。  
  
第一章 软饮料及功能饮料概述  
　　1.1 软饮料的概述  
　　　　1.1.1 软饮料简介  
　　　　1.1.2 软饮料的国家标准分类  
　　　　1.1.3 软饮料的其他分类法介绍  
　　1.2 软饮料相关生产工艺介绍  
　　　　1.2.1 碳酸饮料加工技术  
　　　　1.2.2 果蔬汁的生产工艺介绍  
　　　　1.2.3 茶饮料加工工艺  
　　1.3 功能饮料的相关概述  
　　　　1.3.1 功能饮料简介  
　　　　1.3.2 功能饮料成分分类法  
　　　　1.3.3 运动饮料的概念及特点  
　　　　1.3.4 功能饮料的选择与饮用  
  
第二章 2018-2023年软饮料行业分析  
　　2.1 2018-2023年国际软饮料市场发展概况  
　　　　2.1.1 主要品类分析  
　　　　2.1.2 市场增长现状  
　　　　2.1.3 品牌价值分析  
　　　　2.1.4 区域市场现状  
　　2.2 2018-2023年中国软饮料行业发展现状  
　　　　2.2.1 行业基本特征  
　　　　2.2.2 市场格局分析  
　　　　2.2.3 行业供给现状  
　　　　2.2.4 市场规模现状  
　　　　2.2.5 市场运行态势  
　　　　2.2.6 行业影响因素  
　　2.3 2018-2023年中国软饮料市场竞争分析  
　　　　2.3.1 行业竞争模型  
　　　　2.3.2 行业竞争态势  
　　　　2.3.3 市场竞争现状  
　　　　2.3.4 企业战略动向  
　　2.4 2018-2023年中国软饮料市场营销分析  
　　　　2.4.1 行业营销特征  
　　　　2.4.2 广告投放状况  
　　　　2.4.3 市场营销新趋向  
　　　　2.4.4 娱乐化营销现状  
　　　　2.4.5 品牌营销问题及对策  
　　　　2.4.6 差异化营销策略分析  
　　2.5 中国软饮料行业存在的问题及策略  
　　　　2.5.1 市场面临八大挑战  
　　　　2.5.2 企业市场制胜要素  
　　　　2.5.3 本土品牌竞争策略  
　　　　2.5.4 企业攻克技术壁垒途径  
  
第三章 2018-2023年功能饮料行业分析  
　　3.1 2018-2023年国际功能饮料行业的发展  
　　　　3.1.1 行业发展现状  
　　　　3.1.2 产品开发状况  
　　　　3.1.3 主流品牌介绍  
　　　　3.1.4 市场发展趋势  
　　　　3.1.5 美国市场现状  
　　3.2 中国功能饮料行业的发展阶段  
　　　　3.2.1 2018-2023年……  
　　　　3.2.5 2023年-至今  
　　3.3 中国功能饮料行业发展综述  
　　　　3.3.1 行业概念层次  
　　　　3.3.2 行业基本特征  
　　　　3.3.3 市场细分趋势  
　　　　3.3.4 影响因素分析  
　　　　3.3.5 行业发展取向  
　　3.4 2018-2023年中国功能饮料市场分析  
　　　　3.4.1 功能饮料市场需求状况  
　　　　3.4.2 功能饮料广告投放状况  
　　　　3.4.3 功能饮料市场品牌格局  
　　　　3.4.4 功能饮料市场运行分析  
　　3.5 2018-2023年中国功能饮料市场新品动态  
　　　　3.5.1 娃哈哈推出健康型功能饮料"启力"  
　　　　3.5.2 顺牌公司推出多种口味氨基酸饮料  
　　　　3.5.3 "真田"打造绿色健康功能饮料品牌  
　　　　3.5.4 达利集团推出乐虎饮料抢占市场  
　　　　3.5.5 瑞年国际研发营养素饮料"优劲"  
　　　　3.5.6 今麦郎开发功能性饮料V5  
　　　　3.5.7 华润怡宝加入功能饮料争夺战  
　　3.6 中国功能饮料市场存在的问题  
　　　　3.6.1 行业发展困境  
　　　　3.6.2 行业不足之处  
　　　　3.6.3 市场挑战分析  
　　　　3.6.4 市场监管缺失  
　　3.7 中国功能饮料市场的发展策略  
　　　　3.7.1 众强联合策略  
　　　　3.7.2 差异化策略分析  
　　　　3.7.3 创新策略分析  
　　　　3.7.4 长销策略探索  
　　　　3.7.5 新进入者对策  
  
第四章 2018-2023年功能饮料细分市场分析  
　　4.1 运动饮料  
　　　　4.1.1 市场运行概况  
　　　　4.1.2 行业国标解读  
　　　　4.1.3 主导品牌评价  
　　　　4.1.4 主要产品比较  
　　　　4.1.5 市场消费者分析  
　　　　4.1.6 市场格局分析  
　　　　4.1.7 市场制约因素  
　　4.2 能量饮料  
　　　　4.2.1 国外发展状况  
　　　　4.2.2 中国市场空间  
　　　　4.2.3 中国市场现状  
　　　　4.2.4 企业战略动向  
　　　　4.2.5 市场问题分析  
　　　　4.2.6 市场突围路径  
　　4.3 保健饮料  
　　　　4.3.1 国际市场概况  
　　　　4.3.2 中国市场空间  
　　　　4.3.3 药企扎堆加入  
　　　　4.3.4 产品开发情况  
　　　　4.3.5 市场问题分析  
　　4.4 植物蛋白饮料  
　　　　4.4.1 市场发展现状  
　　　　4.4.2 市场需求环境  
　　　　4.4.3 行业格局分析  
　　　　4.4.4 行业国标出台  
　　　　4.4.5 细分市场态势  
　　　　4.4.6 行业制约因素  
　　　　4.4.7 行业发展对策  
　　　　4.4.8 行业未来趋势  
  
第五章 2018-2023年功能饮料营销及案例分析  
　　5.1 功能饮料的营销模式综述  
　　　　5.1.1 完全饮料型  
　　　　5.1.2 高度饮料型  
　　　　5.1.3 中度饮料型  
　　　　5.1.4 低度饮料型  
　　　　5.1.5 完全功能型  
　　5.2 功能饮料的营销策略分析  
　　　　5.2.1 产品销售卖点分类  
　　　　5.2.2 营销存在的问题分析  
　　　　5.2.3 营销应重视长远效应  
　　　　5.2.4 营销的三大要点分析  
　　　　5.2.5 营销手段提升途径  
　　5.3 红牛营销策略分析  
　　　　5.3.1 红牛强势品牌营销历程分析  
　　　　5.3.2 红牛的立体化营销实践分析  
　　　　5.3.3 红牛的内容营销策略及成效  
　　　　5.3.4 红牛的本地化营销策略介绍  
　　　　5.3.5 红牛O2O移动营销策略分析  
　　　　5.3.6 红牛电影植入营销策略解析  
　　5.4 王老吉营销策略分析  
　　　　5.4.1 王老吉的营销创新方法  
　　　　5.4.2 王老吉媒体组合拳营销  
　　　　5.4.3 王老吉的体育营销策略  
　　　　5.4.4 王老吉多元化营销策略  
　　　　5.4.5 王老吉布局"互联网+"营销  
　　　　5.4.6 王老吉态度罐换装营销  
　　5.5 脉动营销策略分析  
　　　　5.5.1 脉动饮料市场环境分析  
　　　　5.5.2 脉动的内部传播机制  
　　　　5.5.3 脉动成功营销策略透析  
　　　　5.5.4 脉动打造趣味视频营销  
　　　　5.5.5 脉动社交平台互动营销  
　　5.6 尖叫营销策略分析  
　　　　5.6.1 尖叫市场营销创新分析  
　　　　5.6.2 尖叫市场营销的"起伏"  
　　　　5.6.3 尖叫市场营销错位反弹  
　　5.7 启力营销策略分析  
　　　　5.7.1 启力的娱乐营销策略  
　　　　5.7.2 启力向体育营销发力  
　　　　5.7.3 启力营销弊病分析  
　　　　5.7.4 启力营销对策探索  
　　5.8 佳得乐营销策略分析  
　　　　5.8.1 佳得乐中国市场新策略  
　　　　5.8.2 佳得乐的体育营销策略  
　　　　5.8.3 佳得乐在华的战略失误  
　　　　5.8.4 佳得乐本土化策略探讨  
  
第六章 2018-2023年功能饮料主要企业经营分析  
　　6.1 可口可乐  
　　　　6.1.1 公司简介  
　　　　6.1.2 2023年企业经营状况  
　　　　……  
　　6.2 百事可乐  
　　　　6.2.1 公司简介  
　　　　6.2.2 2023年企业经营状况  
　　　　……  
　　6.3 统一企业  
　　　　6.3.1 公司简介  
　　　　6.3.2 2023年企业经营状况  
　　　　……  
　　6.4 红牛  
　　　　6.4.1 企业基本信息简介  
　　　　6.4.2 主营业务和产品分析  
　　　　6.4.3 企业营收状况分析  
　　　　6.4.4 企业竞争优势分析  
　　　　6.4.5 未来发展规划  
　　6.5 大冢制药  
　　　　6.5.1 企业基本信息简介  
　　　　6.5.2 主营业务和产品分析  
　　　　6.5.3 企业营收状况分析  
　　　　6.5.4 企业竞争优势分析  
　　　　6.5.5 未来发展规划  
　　6.6 北京汇源集团  
　　　　6.6.1 企业基本信息简介  
　　　　6.6.2 主营业务和产品分析  
　　　　6.6.3 企业营收状况分析  
　　　　6.6.4 企业竞争优势分析  
　　　　6.6.5 未来发展规划  
　　6.7 杭州娃哈哈  
　　　　6.7.1 企业基本信息简介  
　　　　6.7.2 主营业务和产品分析  
　　　　6.7.3 企业营收状况分析  
　　　　6.7.4 企业竞争优势分析  
　　　　6.7.5 未来发展规划  
　　6.8 江西润田  
　　　　6.8.1 企业基本信息简介  
　　　　6.8.2 主营业务和产品分析  
　　　　6.8.3 企业营收状况分析  
　　　　6.8.4 企业竞争优势分析  
　　　　6.8.5 未来发展规划  
  
第七章 2018-2023年功能饮料市场替代产品的发展状况  
　　7.1 碳酸饮料  
　　　　7.1.1 行业供给现状  
　　　　7.1.2 行业规模现状  
　　　　7.1.3 市场态势分析  
　　　　7.1.4 市场消费分析  
　　7.2 果汁饮料  
　　　　7.2.1 行业重要政策  
　　　　7.2.2 行业发展回顾  
　　　　7.2.3 行业运行现状  
　　　　7.2.5 行业发展建议  
　　　　7.2.6 产品发展方向  
　　7.3 茶饮料  
　　　　7.3.1 行业发展现状  
　　　　7.3.2 市场格局分析  
　　　　7.3.3 市场新势力分析  
　　　　7.3.4 市场运行现状  
　　　　7.3.5 消费者满意度  
　　　　7.3.6 行业SWOT剖析  
　　7.4 乳饮料  
　　　　7.4.1 市场发展概况  
　　　　7.4.2 主要品牌发展  
　　　　7.4.3 行业经营现状  
　　　　7.4.4 细分市场分析  
　　　　7.4.5 市场前景广阔  
　　　　7.4.6 行业发展趋势  
　　7.5 包装饮用水  
　　　　7.5.1 行业供给态势  
　　　　7.5.2 行业生产现状  
　　　　7.5.3 行业格局生变  
　　　　7.5.4 行业新标出台  
　　　　7.5.5 市场潜力看好  
  
第八章 中.智林.　功能饮料市场的前景及趋势分析  
　　8.1 软饮料行业发展前景分析  
　　　　8.1.1 行业未来发展动力  
　　　　8.1.2 市场消费潜力分析  
　　　　8.1.3 市场发展趋势预测  
　　　　8.1.4 市场竞争趋势分析  
　　8.2 2023-2029年中国功能饮料行业预测分析  
　　　　8.2.1 产业发展契机  
　　　　8.2.2 行业影响因素  
　　　　8.2.3 市场规模预测  
　　　　8.2.4 产品产量预测  
  
附录  
　　附录一：中华人民共和国食品安全法  
　　附录二：饮料厂卫生规范  
　　附录三：GB 15266-运动饮料  
  
图表目录  
　　图表 碳酸饮料的感官指标  
　　图表 碳酸饮料的理化指标  
　　图表 各种饮料的糖酸及香精用量  
　　图表 配料中甜酸比数据  
　　图表 某种桔子汽水配方设计  
　　图表 果蔬汁的工艺流程  
　　图表 果汁的灌装方法、杀菌温度、灌装温度、包装容器、流通温度及货架期  
　　图表 运动饮料与其它饮料的比较  
　　图表 全球饮料品牌价值排行榜  
　　图表 不同年龄段日常饮用饮料占比情况  
　　图表 中国软饮料行业10大领军企业  
　　图表 我国软饮料产量增长走势图  
　　图表 2023年我国软饮料产量分省市统计  
　　图表 2023年中国软饮料行业产量区域集中度  
　　图表 2023年我国软饮料产量分省市统计  
　　图表 2023年我国主要软饮料产量增长情况  
　　图表 2023年我国软饮料产量分省市统计  
　　图表 2023年软饮料市场产品占比情况  
　　图表 软饮料行业竞争模型  
　　图表 消费者对饮料细分市场的心理  
　　图表 C-BPI功能饮料行业细分指标  
　　图表 运动饮料市场消费者购买普及率  
　　图表 我国运动饮料市场消费者购买考虑因素  
　　图表 我国运动饮料市场消费者购买频率  
　　图表 我国运动饮料购买场所  
　　图表 我国运动饮料消费者购买价格  
　　图表 我国运动饮料消费者购买类型  
　　图表 含乳及植物蛋白饮料行业企业数量  
　　图表 含乳及植物蛋白饮料行业毛利率及利润率情况  
　　图表 植物蛋白饮料主要参与者企业战略  
　　图表 按市场类型对植物蛋白饮料细分行业的划分  
　　图表 核桃露行业主要公司  
　　图表 植物蛋白饮料各龙头企业产品定位  
　　图表 2022-2023年可口可乐综合收益表  
　　图表 2022-2023年可口可乐分部资料  
　　图表 2022-2023年可口可乐收入分地区资料  
　　图表 2022-2023年可口可乐综合收益表  
　　图表 2022-2023年可口可乐分部资料  
　　图表 2022-2023年可口可乐收入分地区资料  
　　图表 2022-2023年可口可乐综合收益表  
　　图表 2022-2023年可口可乐分部资料  
　　图表 2022-2023年可口可乐收入分地区资料  
　　图表 2022-2023年百事可乐综合收益表  
　　图表 2022-2023年百事可乐分部资料  
　　图表 2022-2023年百事可乐收入分地区资料  
　　图表 2022-2023年百事可乐综合收益表  
　　图表 2022-2023年百事可乐分部资料  
　　图表 2022-2023年百事可乐收入分地区资料  
　　图表 2022-2023年百事可乐综合收益表  
　　图表 2022-2023年百事可乐分部资料  
　　图表 2022-2023年百事可乐收入分地区资料  
　　图表 2022-2023年统一企业综合收益表  
　　图表 2022-2023年统一企业分部资料  
　　图表 2022-2023年统一企业收入分地区资料  
　　图表 2022-2023年统一企业综合收益表  
　　图表 2022-2023年统一企业分部资料  
　　图表 2022-2023年统一企业收入分地区资料  
　　图表 2022-2023年统一企业综合收益表  
　　图表 2022-2023年统一企业分部资料  
　　图表 2022-2023年统一企业收入分地区资料  
　　图表 2018-2023年全国碳酸饮料产量趋势图  
　　图表 2023年全国碳酸饮料产量数据  
　　图表 2023年主要省份碳酸饮料产量占全国产量比重情况  
　　图表 2023年全国碳酸饮料产量数据  
　　图表 2023年主要省份碳酸饮料产量占全国产量比重情况  
　　图表 2023年全国碳酸饮料产量数据  
　　图表 2023年主要省份碳酸饮料产量占全国产量比重情况  
　　图表 2023年碳酸饮料产量集中程度示意图  
　　图表 中国碳酸饮料制造行业总资产及营收情况  
　　图表 中国果菜汁及果菜汁饮料制造行业总资产及营收情况  
　　图表 茶饮料业的优势分析--基于波特的"五力模型"框架  
　　图表 茶饮料业的劣势分析--基于波特的"五力模型"框架  
　　图表 茶饮料产业核心竞争力SWOT分析  
　　图表 营养快线与果粒奶优的对比分析  
　　图表 中国含乳饮料和植物蛋白饮料制造行业规模以上企业数量变动趋势  
　　图表 中国含乳饮料和植物蛋白饮料制造行业总资产及营收概况  
　　图表 我国含乳饮料和植物蛋白饮料制造行业三费概况  
　　图表 我国含乳饮料和植物蛋白饮料制造行业效益变化  
　　图表 2018-2023年全国包装饮用水产量趋势图  
　　图表 2023年全国包装饮用水产量数据  
　　图表 2023年主要省份包装饮用水产量占全国产量比重情况  
　　图表 2023年全国包装饮用水产量数据  
　　图表 2023年主要省份包装饮用水产量占全国产量比重情况  
　　图表 2023年全国包装饮用水产量数据  
　　图表 2023年主要省份包装饮用水产量占全国产量比重情况  
　　图表 2023年包装饮用水产量集中程度示意图  
　　图表 2018-2023年全国居民人均可支配收入及其增速  
　　图表 2018-2023年全社会消费品零售总额  
　　图表 2023年全国居民人均消费支出及其构成  
　　图表 2018-2023年我国居民软饮料年人均消费量情况  
　　图表 2023-2029年中国功能饮料市场规模预测  
　　图表 2023-2029年中国功能饮料产量预测  
　　图表 运动饮料理化指标  
　　图表 饮料生产基本技术指标或要求  
　　图表 饮料分类一览表  
　　图表 饮料基本技术要求  
　　图表 饮料分类一览表（新）  
略……

了解《[中国功能饮料市场调查研究与发展前景预测报告（2023-2029年）](https://www.20087.com/5/08/GongNengYinLiaoHangYeXianZhuangY.html)》，报告编号：2359085，

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

Email邮箱：[Kf@20087.com](mailto:Kf@20087.com)

详细介绍：<https://www.20087.com/5/08/GongNengYinLiaoHangYeXianZhuangY.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！