

# 中国功能饮料市场深度调研与投资前景咨询报告2022-2028年

产品名称	中国功能饮料市场深度调研与投资前景咨询报告 2022-2028年
公司名称	北京中研华泰信息技术研究院
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号中国铁建大厦
联系电话	010-56231698 18766830652

## 产品详情

中国功能饮料市场深度调研与投资前景咨询报告2022-2028年.....[报告编号]  
354245[出版日期] 2022年9月[出版机构] 中研华泰研究院 [交付方式] EMIL电子版或特快专递[报告价格]  
纸质版:6500元 电子版:6800元 纸质版+电子版:7000元 [联系人员]

刘亚 免费售后服务一年, 具体内容及订购流程欢迎咨询客服人员 部分 产业环境透视章

功能饮料行业发展综述节

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 第二章 中国功能饮料行业发展环境分析节

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 市场深度调研第四章 功能饮料细分市场分析节 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、阻碍我国植物蛋白饮料行业发展的因素六、我国植

物蛋白饮料行业的发展对策 第五章 功能饮料营销及案例分析节 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、功能饮料营销的三大要点

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五、红牛的内容营销策略及成效解析

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、脉动营销中的问题分析五、脉动持续发展的思路

第六节 尖叫市场营销分析一、尖叫市场营销概况二、尖叫市场营销的创新分析三、探析尖叫市场营销的“起伏”四、尖叫市场营销的错位反弹五、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、启力的娱乐营销策略分析二、启力向体育营销发力三、娃哈哈启力的营销弊病分析四、娃哈哈启力的营销对策探索

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状况三、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形势严峻六、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、茶饮料市场价格走势分析四、中国茶饮料行业的竞争战略研究

第四节 乳饮料市场发展分析一、中国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、国内大型农牧企业试水乳饮行业四、乳酸菌饮料市场竞争态势五、我国乳饮料产业发展中的主要问题六、含乳饮料的市场定位与品牌塑造策略七、我国乳饮料行业的发展趋势及方向

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、我国瓶装水市场的发展三、生活饮用水新国标全面实施四、我国高端瓶装水市场潜力分析五、我国瓶装水的发展方向

第三部分 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、行业效益指标区域分布分析六、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

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

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

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

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

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

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

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

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

第十节 佛山市穿越火线饮料有限公司一、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

第四部分 发展前景展望

第十章 2022-2028年功能饮料行业前景及趋势预测

第一节 2022-2028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 2022-2028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、功能饮料行业市场容量预测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三、功能饮料行业细分市场发展趋势预测 第十一章

2022-2028年功能饮料行业投资机会与风险防范节 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、功能饮料行业总体投资及结构二、功能饮料行业投资规模情况三、功能饮料行业投资项目分析第三节 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

发展战略研究 第十二章 功能饮料行业发展战略研究节 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四、功能饮料新产品差异化战略第四节 功能饮料行业投资战略研究一、2022年功能饮料行业投资战略二、2022-2028年功能饮料行业投资战略三、2022-2028年细分行业投资战略 图表目录：图表

：2017-2022年功能饮料行业不同规模企业从业人员分布图表：2017-2022年功能饮料行业不同规模企业销售收入分布图表：2017-2022年功能饮料行业不同规模企业资产总额分布图表：2017-2022年功能饮料行业不同规模企业数量分布图表：2017-2022年功能饮料行业不同性质企业利润总额分布图表：2017-2022年功能饮料行业不同性质企业从业人员分布图表：2017-2022年功能饮料行业不同性质企业销售收入分布图表：2017-2022年功能饮料行业不同性质企业资产总额分布图表：2017-2022年功能饮料行业不同性质企业数量分布 .....