

# 2024-2030年度功能饮料深度分析及投资可行性研究报告

产品名称	2024-2030年度功能饮料深度分析及投资可行性研究报告
公司名称	北京华商纵横信息咨询中心
价格	6000.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区亚运村四方大厦
联系电话	188-11718743 13621060192

## 产品详情

2024-2030年度功能饮料深度分析及投资可行性研究报告

### 报告目录

#### 第一章 软饮料及功能饮料概述

##### 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

## 第二章 2020-2023年软饮料行业分析

### 第一节、2020-2023年国际软饮料市场发展状况

#### 一、市场规模分析

#### 二、市场销量状况

#### 三、市场产品结构

#### 四、区域分布情况

#### 五、企业竞争格局

### 第二节、2020-2023年中国软饮料行业发展现状

#### 一、行业发展历程

#### 二、行业监管政策

#### 三、市场规模状况

#### 四、行业销售情况

#### 五、细分市场结构

#### 六、消费人群分析

### 第三节、2020-2023年全国软饮料产量分析

#### 一、2020-2023年全国软饮料产量趋势

#### 二、2020年全国软饮料产量情况

#### 三、2021年全国软饮料产量情况

#### 四、2022年全国软饮料产量情况

### 第四节、中国软饮料市场竞争分析

#### 一、行业竞争模型

#### 二、企业数量规模

#### 三、区域竞争格局

#### 四、品牌竞争势力

## 五、国产品牌份额

### 第五节、中国软饮料市场营销分析

#### 一、市场渠道布局

#### 二、情绪营销机制

#### 三、市场营销策略

### 第六节、中国软饮料行业存在的问题及策略

#### 一、行业发展现存问题

#### 二、企业市场制胜要素

#### 三、本土品牌竞争策略

#### 四、行业发展建议对策

## 第三章 2020-2023年功能饮料行业分析

### 第一节、2020-2023年国际功能饮料行业发展状况

#### 一、整体市场发展

#### 二、欧美市场发展

#### 三、泰国市场发展

### 第二节、中国功能饮料行业发展综述

#### 一、行业基本特征

#### 二、行业发展历程

#### 三、行业发展现状

#### 四、行业发展取向

### 第三节、2020-2023年中国功能饮料市场分析

#### 一、市场规模分析

#### 二、细分市场占比

#### 三、市场主体情况

#### 四、企业注册数量

#### 五、市场价格对比

## 第四节、2020-2023年中国功能饮料市场新品动态

- 一、外星人上新能量饮料
- 二、东鹏特饮推出新品
- 三、健力宝推出肽能量饮料
- 四、中沃推出植物能量饮品
- 五、红牛维生素牛磺酸饮料

## 第五节、中国功能饮料市场存在的问题

- 一、认知度存在地区差异
- 二、功能宣传力度待增加
- 三、消费群体定位面较窄
- 四、生产技术成本仍较高

## 第六节、中国功能饮料行业发展对策建议

- 一、制定行业标准
- 二、加强宣传教育
- 三、加强行政指导
- 四、强化行业自律
- 五、加大监测力度

## 第四章 2020-2023年功能饮料细分市场分析

### 第一节、运动饮料

- 一、产品功能概述
- 二、市场规模状况
- 三、市场竞争格局
- 四、市场发展机遇

### 第二节、能量饮料

- 一、市场消费特点
- 二、市场规模状况

三、企业竞争梯队

四、市场竞争格局

五、市场发展潜力

第三节、保健茶饮

一、市场相关概述

二、市场发展状况

三、细分市场结构

四、广告市场分析

五、市场法律规制

六、市场发展问题

七、行业发展对策

八、未来发展方向

第四节、植物蛋白饮料

一、基本概念介绍

二、产品功效分析

三、行业特征分析

四、市场规模状况

五、细分市场结构

六、市场参与主体

七、消费群体分析

八、行业现存问题

九、行业发展建议

十、行业发展前景

第五节、其他细分市场

一、益生菌饮料

二、维生素饮料

## 第五章 2020-2023年功能饮料营销及案例分析

### 第一节、营销相关理论概述

#### 一、4P营销理论

#### 二、STP理论

#### 三、波特五力模型

#### 四、SWOT分析法

#### 五、消费者购买决策理论

### 第二节、功能饮料营销环境分析

#### 一、供应商讨价还价的能力

#### 二、买方讨价还价的能力

#### 三、行业内竞争者分析

#### 四、潜在进入者分析

#### 五、替代品分析

### 第三节、功能饮料营销情况分析

#### 一、主要产品定价

#### 二、产品渠道铺设

#### 三、品牌营销活动

#### 四、中外营销对比

### 第四节、加多宝营销策略分析

#### 一、加多宝SWOT分析

#### 二、加多宝营销策略分析

#### 三、加多宝营销策略不足

#### 四、加多宝营销策略改进对策

### 第五节、水动乐营销策略分析

#### 一、水动乐市场定位

#### 二、水动乐产品策略

三、水动乐价格策略

四、水动乐渠道策略

五、水动乐促销策略

六、水动乐营销现存问题

第六节、红牛营销策略分析

一、红牛电竞营销策略

二、红牛整合营销策略

三、红牛奥运营销策略

四、红牛体育营销策略

第七节、战马营销策略分析

一、战马市场定位状况

二、战马营销策略分析

三、战马营销策略优化

四、区域市场策略优化

第八节、其他功能饮料营销策略分析

一、尖叫市场营销创新分析

二、佳得乐体育营销策略

三、王老吉创新营销策略

四、魔爪与电竞跨界营销

五、外星人营销策略分析

第六章 2020-2023年功能饮料主要企业经营状况分析

第一节、可口可乐公司

一、企业发展概况

二、企业布局动态

三、2020财年企业经营状况分析

四、2021财年企业经营状况分析

## 五、2022财年企业经营状况分析

### 第二节、百事可乐公司

#### 一、企业发展概况

#### 二、企业布局动态

#### 三、2020财年企业经营状况分析

#### 四、2021财年企业经营状况分析

#### 五、2022财年企业经营状况分析

### 第三节、统一企业中国控股有限公司

#### 一、企业发展概况

#### 二、企业布局动态

#### 三、2020年企业经营状况分析

#### 四、2021年企业经营状况分析

#### 五、2022年企业经营状况分析

### 第四节、大冢制药 ( Otsuka Holdings Company Limited )

#### 一、企业发展概况

#### 二、宝矿力水特发展状况

#### 三、2020年企业经营状况分析

#### 四、2021年企业经营状况分析

#### 五、2022年企业经营状况分析

### 第五节、东鹏饮料 ( 集团 ) 股份有限公司

#### 一、企业发展概况

#### 二、企业发展动态

#### 三、经营效益分析

#### 四、业务经营分析

#### 五、财务状况分析

#### 六、核心竞争力分析



## 七、公司发展战略

## 八、未来前景展望

### 第六节、农夫山泉股份有限公司

#### 一、企业发展概况

#### 二、企业新品动态

#### 三、2020年企业经营状况分析

#### 四、2021年企业经营状况分析

### 第七节、红牛

#### 一、企业发展概况

#### 二、中国市场布局

#### 三、企业布局动态

#### 四、企业经营状况

## 第七章 2020-2023年功能饮料市场替代产品的发展状况

### 第一节、碳酸饮料

#### 一、基本概念介绍

#### 二、行业产量规模

#### 三、产量区域分布

#### 四、行业发展前景

### 第二节、果汁饮料

#### 一、市场销售规模

#### 二、市场竞争格局

#### 三、品牌力指数排名

### 第三节、含乳饮料

#### 一、基本概念介绍

#### 二、制造工艺解析

#### 三、产业链条结构

四、市场规模状况

五、行业竞争格局

六、行业进入壁垒

七、行业发展前景

第四节、包装饮用水

一、市场规模状况

二、行业产量规模

三、区域格局分析

四、市场发展趋势

第八章 2024-2029年功能饮料市场前景及趋势分析

第一节、软饮料行业发展前景分析

一、市场发展方向

二、企业转型展望

三、行业发展趋势

第二节、功能饮料行业发展前景展望

一、行业发展前景

二、行业发展展望

三、产品创新趋势

第三节、2024-2029年中国功能饮料行业预测分析

一、2024-2029年中国功能饮料行业影响因素分析

二、2024-2029年中国功能饮料行业市场规模预测

三、2024-2029年中国能量饮料销售额预测

附录

附录一：中华人民共和国食品安全法（2021年修正）