

2019-2025年中国功能饮料 市场深度调查与战略咨询报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2019-2025年中国功能饮料市场深度调查与战略咨询报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0702/201908/21-310312.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

从全球来看，功能饮料市场规模呈现较快的增长趋势，年均增长率超过10%；2011年-2018年间，中国功能饮料零售额年均复合增长率达到17.1%，至2018年底，我国功能饮料零售额已经突破400亿元达到415.2亿元，零售量增长到127.83亿升。预计2018年我国功能饮料零售额将突破450亿元。

但与世界发达国家相比，中国功能饮料的人均消费量每年仅为0.5公斤，距离全世界人均7公斤的消费量尚有较大空间，因此中国的功能饮料市场潜力巨大。中国功能饮料人均消费、市场增速比较

从中国功能饮料市场份额分月数据来看，红牛，乐虎，东鹏，占据了超过中国功能饮料90%的市场份额，但是2018年开始都在下滑，功能饮料市场变局丛生。2017-2018年中国功能饮料品牌市场份额情况

中国产业研究报告网发布的《2019-2025年中国功能饮料市场深度调查与战略咨询报告》共六章。首先介绍了中国功能饮料行业市场发展环境、功能饮料整体运行态势等，接着分析了中国功能饮料行业市场运行的现状，然后介绍了功能饮料市场竞争格局。随后，报告对功能饮料做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国功能饮料行业发展趋势与投资预测。您若想对功能饮料产业有个系统的了解或者想投资中国功能饮料行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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：

第一章功能饮料的相关概述12

1.1饮料的相关概述12

1.1.1饮料和软饮料简介12

1.1.2 饮料的国家标准分类12

1.1.3 饮料其他分类法介绍12

1.2功能饮料的概述13

1.2.1功能饮料的定义13

1.2.2功能饮料的分类13

1.2.3功能饮料的选择与饮用13

第二章2018年中国功能饮料所属行业发展环境分析15

2.1宏观经济环境15

2.1.12018年中国GDP增长分析15

2.1.22018年中国居民收入增长情况15

2.1.32018年中国宏观经济运行分析16

2.2产业政策环境18

2.2.1《食品安全法》正式实施18

2.2.2《运动饮料》国家标准实施19

2.2.3食品包装国家标准和规定分析19

2.3市场消费环境20

2.3.12018年中国人口及分布总体情况20

2.3.22018年中国居民消费与恩格尔系数21

2.3.32018年中国居民饮料消费情况分析22

2.3.42018年中国社会消费品零售总额分析23

2.4软饮料行业环境23

2.4.12018年中国饮料业回顾23

2.4.22014-2018年中国软饮所属料行业发展概况26

2.4.32014-2018年中国软饮料产量情况分析282014-2018年软饮料产量统计及增长走势

2.4.42014-2018年软饮料所属所属行业资产规模分析31

2.4.52014-2018年中国软饮料销售收入分析32

2.4.62014-2018年中国软饮料所属行业利润总额分析33

2.4.72014-2018年中国软饮料所属行业经营效益34

第三章 2018年中国功能饮料所属行业发展分析36

3.1世界功能饮料市场现状36

3.1.12018年世界功能饮料零售规模分析36

3.1.22018年泰国运动饮料市场规模分析36

3.1.3功能性饮料逐步占据美国饮料市场37

3.1.4土耳其能量饮料市场保持增长态势37

3.2中国功能饮料行业现状38

- 3.2.1中国功能饮料市场发展历程38
- 3.2.2中国功能饮料行业发展概况39
- 3.2.3功能饮料进入市场细分阶段39
- 3.2.4健康理念激发功能饮料需求40
- 3.32018年功能饮料市场调研40
- 3.3.1运动饮料新国标助推功能饮料发展40
- 3.3.22018年中国功能饮料市场总体情况41
- 3.3.32018年中国功能饮料市场规范发展41
- 3.3.42018年中国功能饮料市场异常活跃42
- 3.42018年功能饮料市场调研43
- 3.4.12018年可口可乐探路功能饮料43
- 3.4.22018年中粮集团推果汁功能饮料43
- 3.4.32018年功能饮料多元化发展分析44
- 3.5功能饮料消费者分析44
- 3.5.1消费者认为最好的功能饮料品牌44
- 3.5.2消费者评价功能饮料的主要标准45
- 3.5.3消费者对功能饮料的花费金额分析46
- 3.5.4适合成功人士饮用功能饮料品牌定位46
- 3.5.5高端功能饮料是潜在的市场机会分析47
- 3.6功能饮料市场存在的问题48
- 3.6.1功能饮料市场存在的主要问题48
- 3.6.2功能型饮料市场概念炒作严重49
- 3.6.3中国功能饮料市场面临的挑战49
- 3.6.4国内功能饮料市场监管有待加强50
- 3.7 功能饮料的投资策略51
- 3.7.1 功能饮料发展有待于行业标准出台51
- 3.7.2功能饮料注重技术创新与产品质量51
- 3.7.3中国高端功能饮料品牌的营销建议51

第四章2018年中国功能饮料所属行业市场状况分析53

- 4.12018年中国功能饮料市场53
- 4.1.12018年中国功能饮料零售量分析53

- 4.1.22018年中国功能饮料零售额分析53
- 4.1.32018年中国功能饮料口味市场分布54
- 4.1.42018年中国功能饮料主要品牌市场占有率54
- 4.2运动饮料市场55
 - 4.2.1运动饮料迎合健康时尚潮流55
 - 4.2.22018年中国运动饮料零售量分析55
 - 4.2.32018年中国运动饮料零售额分析56
 - 4.2.42018年健力宝布局运动饮料市场56
- 4.3能量饮料市场57
 - 4.3.1中国能量饮料市场品牌发展现状57
 - 4.3.22018年中国能量饮料零售量分析58
 - 4.3.32018年中国能量饮料零售额分析59
 - 4.3.4中国能量饮料市场竞争状况分析59
- 4.4保健饮料市场60
 - 4.4.1节日期间保健饮料受宠市场60
 - 4.4.2葛兰素史克进军保健饮料市场61
 - 4.4.3中国保健型饮料市场前景广阔62

第五章2018年中国功能饮料市场竞争分析63

- 5.1饮料行业市场竞争结构63
 - 5.1.12018年中国饮料行业区域竞争结构63
 - 5.1.22018年中国饮料企业规模竞争结构64
 - 5.1.32018年饮料企业资本性质竞争分析66
- 5.2功能饮料市场竞争格局68
 - 5.2.12018年中国功能饮料企业竞争分析68
 - 5.2.22018年中国功能饮料品牌竞争分析68
 - 5.2.32018年华润怡宝进军功能性饮料市场69

第六章2014-2018年中国功能饮料消费者调查分析71 (ZY GXH)

- 6.1中国功能饮料主要消费市场调研71
 - 6.1.1中国功能饮料市场消费者调查分析71
 - 6.1.2中国功能饮料消费者生活态度分析72

- 6.1.3中国功能饮料消费者体育及休闲活动75
- 6.2华北地区功能饮料消费者调查分析77
 - 6.2.1北京功能饮料消费调查分析77
 - 6.2.2天津功能饮料消费调查分析78
 - 6.2.3太原功能饮料消费调查分析79
 - 6.2.4哈尔滨功能饮料消费调查分析81
- 6.3东北地区功能饮料消费者调查分析82
 - 6.3.1长春功能饮料消费调查分析82
 - 6.3.2沈阳功能饮料消费调查分析83
 - 6.3.3大连功能饮料消费调查分析84
- 6.4华东地区功能饮料消费者调查分析85
 - 6.4.1济南功能饮料消费调查分析85
 - 6.4.2青岛功能饮料消费调查分析86
 - 6.4.3南京功能饮料消费调查分析88
 - 6.4.4苏州功能饮料消费调查分析89
 - 6.4.5上海功能饮料消费调查分析90
 - 6.4.6杭州功能饮料消费调查分析91
 - 6.4.7宁波功能饮料消费调查分析92
 - 6.4.8福州功能饮料消费调查分析93
 - 6.4.9厦门功能饮料消费调查分析94
- 6.5华中地区功能饮料消费者调查分析96
 - 6.5.1合肥功能饮料消费调查分析96
 - 6.5.2南昌功能饮料消费调查分析97
 - 6.5.3郑州功能饮料消费调查分析98
 - 6.5.4长沙功能饮料消费调查分析99
 - 6.5.5武汉功能饮料消费调查分析100
- 6.6华南地区功能饮料消费者调查分析101
 - 6.6.1广州功能饮料消费调查分析101
 - 6.6.2深圳功能饮料消费调查分析103
 - 6.6.3佛山功能饮料消费调查分析104
 - 6.6.4南宁功能饮料消费调查分析105
 - 6.6.5海口功能饮料消费调查分析106

- 6.7西部地区功能饮料消费者调查分析107
- 6.7.1成都功能饮料消费调查分析107
- 6.7.2重庆功能饮料消费调查分析108
- 6.7.3昆明功能饮料消费调查分析110
- 6.7.4西安功能饮料消费调查分析111 (ZY GXH)

图表目录：

- 图表12011-2018年中国国内生产总值及增长速度15
- 图表22011-2018年中国城镇居民家庭人均可支配收入趋势图16
- 图表32011-2018年中国农村居民家庭人均纯收入趋势图16
- 图表42018年中国人口数及其构成情况20
- 图表52011-2018年中国城市人口及所占比例趋势图21
- 图表62011-2018年中国城镇居民家庭恩格尔系数21
- 图表72011-2018年中国农村居民家庭恩格尔系数22
- 图表82011-2018年城镇居民家庭人均酒和饮料消费支出22
- 图表92011-2018年中国社会消费品零售总额及增长速度23
- 图表102015年中国软饮料行业经济指标统计26
- 图表112018年中国软饮料行业经济指标统计27
- 图表122011-2018年中国软饮料产量统计28
- 图表132011-2018年中国软饮料产量趋势图29
- 图表142015年中国主要省区软饮料产量及比例29
- 图表152018年中国主要省区软饮料产量及比例30
- 图表162011-2018年中国软饮料行业资产总额统计31
- 图表172011-2018年中国软饮料行业资产增长趋势图32
- 图表182018年中国软饮料细分行业资产总额分布比例32
- 图表192011-2018年中国软饮料行业销售收入统计32
- 图表202011-2018年中国软饮料行业销售收入增长趋势图33
- 图表212018年中国软饮料细分行业收入分布比例33
- 图表222011-2018年中国软饮料行业利润总额统计33
- 图表232011-2018年中国软饮料行业利润总额增长趋势图34
- 图表242011-2018年中国软饮料行业偿债能力趋势图34
- 图表252011-2018年中国软饮料行业盈利能力趋势图35

图表26 2011-2018年中国软饮料行业毛利率趋势图 35

图表27 2011-2018年中国软饮料行业营运能力趋势图 35

图表28 2011-2018年世界功能饮料零售量统计 (Volume) 36

图表29 2011-2018年世界功能饮料零售量增长趋势图 (Volume) 36

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0702/201908/21-310312.html>