

2017-2022年中国功能饮料 市场深度调研与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2017-2022年中国功能饮料市场深度调研与投资前景研究报告》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.bosidata.com/report/X51618FVTJ.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2017-09-28

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2017-2022年中国功能饮料市场深度调研与投资前景研究报告》介绍了功能饮料行业相关概述、中国功能饮料产业运行环境、分析了中国功能饮料行业的现状、中国功能饮料行业竞争格局、对中国功能饮料行业做了重点企业经营状况分析及中国功能饮料产业发展前景与投资预测。您若想对功能饮料产业有个系统的了解或者想投资功能饮料行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

功能饮料是指通过调整饮料中营养素的成分和含量比例，在一定程度上调节人体功能的饮料。据有关资料对功能性饮料的分类，认为广义的功能饮料包括运动饮料、能量饮料和其他有保健作用的饮料。功能饮料是2000年来风靡于欧美和日本等发达国家的一种健康饮品。它含有钾、钠、钙、镁等电解质，成分与人体体液相似，饮用后更能迅速被身体吸收，及时补充人体因大量运动出汗所损失的水分和电解质（盐分），使体液达到平衡状态。当饮用功能性饮料成为一种时尚，这一产业也随之欣欣向荣。

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2016年中国功能饮料行业发展环境分析15

2.1宏观经济环境15

2.1.12016年中国GDP增长分析15

2.1.22016年中国居民收入增长情况15

2.1.32016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
2.3.1 2016年中国人口及分布总体情况	20
2.3.2 2016年中国居民消费与恩格尔系数	21
2.3.3 2016年中国居民饮料消费情况分析	22
2.3.4 2016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
2.4.1 2016年中国饮料业回顾	23
2.4.2 2014-2016年中国软饮料行业发展概况	26
2.4.3 2014-2016年中国软饮料产量情况分析	28
2.4.4 2014-2016年软饮料行业资产规模分析	31
2.4.5 2014-2016年中国软饮料销售收入分析	32
2.4.6 2014-2016年中国软饮料利润总额分析	33
2.4.7 2014-2016年中国软饮料行业经营效益	34

第三章 2016年中国功能饮料行业发展分析36

3.1 世界功能饮料市场现状	36
3.1.1 2016年世界功能饮料零售规模分析	36
3.1.2 2016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
3.3 2016年功能饮料市场评估	40
3.3.1 运动饮料新国标助推功能饮料发展	40
3.3.2 2016年中国功能饮料市场总体情况	41
3.3.3 2016年中国功能饮料市场规范发展	41

3.3.4	2016年中国功能饮料市场异常活跃	42
3.4	2016年功能饮料市场评估	43
3.4.1	2016年可口可乐探路功能饮料	43
3.4.2	2016年中粮集团推果汁功能饮料	43
3.4.3	2016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	功能饮料的投资前景研究	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 2016年中国功能饮料市场状况分析 53

4.1	2016年中国功能饮料市场	53
4.1.1	2016年中国功能饮料零售量分析	53
4.1.2	2016年中国功能饮料零售额分析	53
4.1.3	2016年中国功能饮料口味市场分布	54
4.1.4	2016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
4.2.2	2016年中国运动饮料零售量分析	55
4.2.3	2016年中国运动饮料零售额分析	56
4.2.4	2016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

4.3.2 2016年中国能量饮料零售量分析58

4.3.3 2016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 2016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

5.1.1 2016年中国饮料行业区域竞争结构63

5.1.2 2016年中国饮料企业规模竞争结构64

5.1.3 2016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

5.2.1 2016年中国功能饮料企业竞争分析68

5.2.2 2016年中国功能饮料品牌竞争分析68

5.2.3 2016年华润怡宝进军功能性饮料市场69

第六章 2014-2016年中国功能饮料消费者调查分析71

6.1 中国功能饮料主要消费市场评估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

图表目录：

图表12011-2016年中国国内生产总值及增长速度15

图表22011-2016年中国城镇居民家庭人均可支配收入趋势图16

图表32011-2016年中国农村居民家庭人均纯收入趋势图16

图表42016年中国人口数及其构成情况20

图表52011-2016年中国城市人口及所占比例趋势图21

图表62011-2016年中国城镇居民家庭恩格尔系数21

图表72011-2016年中国农村居民家庭恩格尔系数22

图表82011-2016年城镇居民家庭人均酒和饮料消费支出22

图表92011-2016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112016年中国软饮料行业经济指标统计27

图表122011-2016年中国软饮料产量统计28

图表132011-2016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152016年中国主要省区软饮料产量及比例30

图表162011-2016年中国软饮料行业资产总额统计31

图表172011-2016年中国软饮料行业资产增长趋势图32

图表182016年中国软饮料细分行业资产总额分布比例32

图表192011-2016年中国软饮料行业销售收入统计32

图表202011-2016年中国软饮料行业销售收入增长趋势图33

图表212016年中国软饮料细分行业收入分布比例33

图表222011-2016年中国软饮料行业利润总额统计33

图表232011-2016年中国软饮料行业利润总额增长趋势图34

图表242011-2016年中国软饮料行业偿债能力趋势图34

图表252011-2016年中国软饮料行业盈利能力趋势图35

图表262011-2016年中国软饮料行业毛利率趋势图35

图表272011-2016年中国软饮料行业营运能力趋势图35

图表282011-2016年世界功能饮料零售量统计（Volume）36

图表292011-2016年世界功能饮料零售量增长趋势图（Volume）36

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/X51618FVTJ.html>