

2013-2018年中国功能饮料市场运营态势及投资趋势预测报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2013-2018年中国功能饮料市场运营态势及投资趋势预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/201307/213256.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

功能饮料是指通过调整饮料中天然营养素的成分和含量比例，以适应某些特殊人群营养需要的饮品，包括营养素饮料、运动饮料和其它特殊用途饮料三类。功能饮料主要作用为抗疲劳和补充能量。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。

在中国，功能饮品是指在饮料中加入一定的功能成分（或功能性食品添加剂），使饮用者在解渴的同时又具有一定的保健或降低疾病风险的功能。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。2010年，我国功能性饮料市场规模达到88亿元，2011年末市场规模达到103亿元，2012年行业规模超过120亿元。

《2013-2018年中国功能饮料市场运营态势及投资趋势预测报告》旨在为投资者或企业管理者提供一个关于功能饮料产品的投资及其市场前景的深度分析，为投资者和企业管理人传递正确的投资经营理念和选择，提供一个中立、全面的投资指南手册，为功能饮料产品市场投资提供一个可供参照的标准。从而可以科学的帮助企业取得较高的收益。报告在全面系统分析功能饮料产品市场的基础上，按照专业的投资评估方法，站在第三方角度客观公正地对功能饮料产品的投资进行评价。为企业的投资决策提供了重要的依据。

本报告详述了功能饮料产品的行业概况、市场发展现状及功能饮料产品市场发展预测（未来五年市场供需及市场发展趋势），并且在研究功能饮料市场竞争、原材料、客户分析的基础上，对功能饮料行业投资前景及投资价值进行了研究，并提出了我们对功能饮料产品投资的建议。

本报告以定量研究为主，定量与定性研究相结合的方法，深入挖掘数据蕴含的内在规律和潜在信息，采用统计图表等多种形式将研究结果清晰、直观的展现出来，多方位、多角度保证了报告内容的系统性和完整性，为企业的发展和功能饮料的投资提供了决策依据。

报告目录：

第一章 饮料及功能饮料概述

第一节 饮料的概述

- 一、饮料和软饮料简介
- 二、饮料的国家标准分类
- 三、饮料的其他分类法介绍

第二节 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 2012-2013年中国功能饮料产业运行环境分析

第一节 2013年国内宏观经济环境分析（按月度更新）

一、国民经济增长

二、中国居民消费价格指数

三、工业生产运行情况

四、中国房地产业情况

五、中国制造业采购经理指数

第二节 2012-2013年中国功能饮料产业政策环境分析

一、中华人民共和国食品安全法

二、饮料厂卫生规范

三、饮料通则

四、GB15266-2010运动饮料

第三节 2012-2013年中国功能饮料产业社会环境分析

第三章 2012-2013年中国饮料行业分析

第一节 2012-2013年全球饮料市场发展概况

一、全球饮料市场的发展状况

二、全球饮料产品结构分析

三、东西欧国家饮料市场两极化分明

四、日本饮料市场发展概况

五、英国饮料市场发展现状

六、德国饮料市场现状分析

第二节 2012-2013年中国饮料行业发展概述

一、中国饮料行业的发展历程回顾

二、中国饮料市场的显著特征

三、饮料市场运作规律分析

四、中国居民饮料消费习惯分析

五、2012-2013年中国饮料制造业经济运行数据分析

第三节 2010-2013年中国饮料市场现状

一、2010年中国饮料市场现状

二、2011年中国饮料市场现状

三、2012年中国饮料市场现状

四、2013年中国饮料市场的竞争态势

第四节 2012-2013年中国各地区饮料市场分析

第五节 2012-2013年中国饮料行业存在的问题及策略

- 一、我国饮料生产企业面临八大挑战
- 二、新国标出台运动饮料和茶饮料遇新门槛
- 三、中国饮料行业产品安全问题升级
- 四、国内饮料企业制胜策略
- 五、饮料行业产品和渠道创新是关键

第四章 2012-2013年中国功能饮料相关行业投资现状分析

第一节 2010-2012年中国饮料制造行业总体数据分析

- 一、2010年中国饮料制造行业全部企业数据分析
- 二、2011年中国饮料制造行业全部企业数据分析
- 三、2012年中国饮料制造行业全部企业数据分析

第二节 2010-2012年中国饮料制造行业不同规模企业数据分析

- 一、2010年中国饮料制造行业不同规模企业数据分析
- 二、2011年中国饮料制造行业不同规模企业数据分析
- 三、2012年中国饮料制造行业不同规模企业数据分析

第三节 2010-2012年中国饮料制造行业不同所有制企业数据分析

- 一、2010年中国饮料制造行业不同所有制企业数据分析
- 二、2011年中国饮料制造行业不同所有制企业数据分析
- 三、2012年中国饮料制造行业不同所有制企业数据分析

第五章 2012-2013年中国功能饮料行业分析

第一节 2012-2013年全球功能饮料行业发展状况

- 一、全球功能饮料开发现状
- 二、功能性饮料进入发展新阶段
- 三、功能性饮料逐渐占领美国饮料市场
- 四、2012-2013年欧洲市场出现新功能饮料

第二节 2012-2013年中国功能饮料行业发展综述

- 一、功能饮料市场走向细分时代
- 二、健康理念助功能饮料市场火爆
- 三、影响功能饮料发展的因素分析
- 四、中国功能性饮料行业发展的取向
- 五、新《饮料通则》出台功能饮料反响冷淡

第三节 2012-2013年中国功能饮料市场解读

- 一、功能饮料再次进入发展高峰期
- 二、红牛事件引发功能饮料地震

三、功能饮料产品注重推陈出新

四、运动饮料国标促功能饮料健康发展

五、功能饮料市场异常活跃

六、功能饮料消费者市场调查及潜力分析

第四节 2012-2013年中国功能饮料市场品牌分析

一、红牛牢据中国功能饮料市场制高点

二、功能饮料品牌网络人气分析

三、品牌与品质成未来功能饮料市场主宰

四、功能饮料亟需突破区域品牌强化概念

第五节 2012-2013年中国功能饮料市场发展的的问题

一、功能性饮料消费的误区

二、国内功能饮料监管市场存在缺失

三、功能饮料增长迅猛难掩其弊端

四、功能饮料市场面临三大挑战

第六节 2012-2013年中国功能饮料的发展策略

一、功能性饮料发展须众强联合

二、功能饮料的成功策略分析

三、功能饮料不同实力品牌的销售策略

四、功能饮料的创新策略分析

五、功能饮料行业提高质量的方法

第六章 2012-2013年中国功能饮料细分市场

第一节 2012-2013年中国运动饮料市场概况

一、运动饮料的作用

二、中国运动饮料的市场状况

三、我国运动饮料新国标出台

四、运动饮料畅销的原因及饮用人群分析

五、我国运动饮料市场发展面临的问题

六、我国运动饮料存在的主要安全问题

七、椰子水应用于运动饮料发展展望

第二节 2012-2013年中国能量饮料市场概况

一、欧洲能量饮料市场持续看好

二、美国浓缩能量饮料受广泛青睐

三、中国能量饮料市场的竞争

四、能量饮料市场问题分析

第三节 2012-2013年中国保健饮料市场状况分析

- 一、全球保健饮料开发火热
 - 二、我国保健饮料市场发展现状
 - 三、节日期间保健饮料受宠市场
 - 四、醋保健饮料市场营销分析
 - 五、鲜花饮料市场营销分析
 - 六、植物保健饮料市场开发前景分析
 - 七、保健饮料市场发展空间大
- 第七章 2012-2013年中国功能饮料营销及案例分析
- 第一节 2012-2013年中国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、功能性饮料营销的出路
 - 五、功能饮料营销的三大要点
- 第二节 2012-2013年中国红牛营销策略分析
- 一、红牛品牌营销的背景
 - 二、红牛的强势品牌营销历程分析
 - 三、红牛品牌的内涵探析
 - 四、红牛积极开展娱乐营销
 - 五、红牛在中国的营销策略分析
- 第三节 2012-2013年中国健力宝的营销策略
- 一、健力宝市场营销的背景
 - 二、健力宝销售渠道分析
 - 三、健力宝重新走向体育营销
 - 四、健力宝的营销失误反思
- 第四节 2012-2013年中国脉动营销分析
- 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
- 第五节 2012-2013年中国体饮营销分析
- 一、体饮的市场运营过程
 - 二、体饮的模糊概念营销简析
 - 三、体饮的市场发展策略

第六节 2012-2013年中国劲跑市场营销分析

- 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

第七节 2012-2013年中国王老吉营销分析

- 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、王老吉营销成功的原因分析
- 四、王老吉的品牌营销创新手法
- 五、王老吉的亚运营发展解析
- 六、王老吉的网络营销分析

第八节 2012-2013年中国力丽营销分析

- 一、力丽市场定位分析
- 二、力丽的广告策划分析
- 三、力丽产品营销的关键点分析

第八章 2012-2013年中国功能饮料主要经营分析

第一节 可口可乐

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、企业经营状况分析
- 四、2013-2018年公司发展战略分析

第二节 百事可乐

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、企业经营状况分析
- 四、2013-2018年公司发展战略分析

第三节 大冢制药

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、企业经营状况分析
- 四、2013-2018年公司发展战略分析

第四节 北京汇源集团

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、企业经营状况分析

四、2013-2018年公司发展战略分析

第五节 杭州娃哈哈

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营状况分析

四、2013-2018年公司发展战略分析

第六节 江西润田

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营状况分析

四、2013-2018年公司发展战略分析

第九章 2012-2013年中国功能饮料的相关行业分析

第一节 2012-2013年中国碳酸饮料行业发展现状

一、碳酸饮料逐渐失宠市场

二、碳酸饮料市场消费分析及推广建议

三、2013碳酸饮料市场现状及未来展望

四、碳酸饮料健康化成未来发展趋势

第二节 2012-2013年中国果汁饮料

一、中国果汁饮料行业发展现状

二、果汁饮料市场竞争现状分析

三、果汁饮料市场逐渐走向细分

四、果汁行业的发展出路

第三节 2012-2013年中国茶饮料行业发展现状

一、茶饮料全球市场状况

二、中国茶饮料市场发展概述

三、中国茶饮料市场竞争进一步加剧

四、茶饮料产品的发展方向

五、纯茶将成茶饮料发展趋势

第四节 2012-2013年中国乳饮料

一、中国乳饮料市场发展概况

二、2012-2013年全球饮料巨头大肆进军乳饮料市场

三、乳饮料市场的开发策略

四、中小乳饮料企业的现状及发展策略

五、中国乳饮料市场发展趋势探析

六、未来乳饮料的竞争策略探析

第五节 2012-2013年中国瓶装水行业发展现状

- 一、瓶装水的相关介绍
- 二、中国瓶装水行业发展现状
- 三、我国瓶装水行业掀起激烈竞争
- 四、矿物质水成我国瓶装水市场第二大品种
- 五、矿物质水和矿泉水将成为我国瓶装水发展方向

第十章 2013-2020年中国功能饮料的前景及趋势

第一节 2013-2020年中国饮料行业的发展前景分析

- 一、2013年全球饮料市场消费展望
- 二、我国本土饮料企业的发展潜力分析
- 三、未来中国饮料市场发展趋势

第二节 2013-2020年中国功能饮料行业的前景展望

- 一、2013年全球功能饮料市场前景分析
- 二、大健康产业为功能饮料发展提供契机
- 三、国内功能性饮料增长潜力广阔
- 四、芦荟饮料有望成为功能饮料开发新方向
- 五、全民健身潮流下功能性饮料前景看好

第三节 2013-2020年我国功能饮料产业前景预测

图表目录：（部分）

图表：分地区投资相邻两月累计同比增速

图表：2012-2013年4月固定资产投资（不含农户）同比增速

图表：2012-2013年4月固定资产投资到位资金同比增速

图表：2013年1-4月份固定资产投资（不含农户）主要数据

图表：2012年4月-2013年4月全国居民消费价格涨跌幅

图表：2012年4月-2013年4月鲜菜与鲜果价格变动情况

图表：2013年4月份居民消费价格分类别同比涨跌幅

图表：2013年4月份居民消费价格分类别环比涨跌幅

图表：2013年4月居民消费价格主要数据

图表：2012年4月-2013年4月规模以上工业增加值同比增长速度

图表：2013年4月份规模以上工业生产主要数据

图表：2012年4月-2013年4月发电量日均产量及同比增速

图表：2012年4月-2013年4月钢材日均产量及同比增速

图表：2012年4月-2013年4月水泥日均产量及同比增速

图表：2012年4月-2013年4月原油加工量日均产量及同比增速

图表：2012年4月-2013年4月十种有色金属日均产量及同比增速

图表：2012年4月-2013年4月乙烯日均产量及同比增速

图表：2012年4月-2013年4月汽车日均产量及同比增速

图表：2012年4月-2013年4月轿车日均产量及同比增速

图表：2012-2013年4月全国房地产投资开发增速

图表：2012-2013年4月全国房地产开发企业土地购置面积增速

图表：2012-2013年4月全国商品房销售面积及销售额统计

图表：2012-2013年4月全国房地产开发企业本年到位资金增速

图表：2013年1-4月份全国房地产开发和销售情况

图表：2013年1-4月份东中西部地区房地产开发投资情况

图表：2013年1-4月份东中西部地区房地产销售情况

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201307/213256.html>