

# 2013-2018年中国功能饮料市场深度分析与投资前景预测报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2013-2018年中国功能饮料市场深度分析与投资前景预测报告》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.huaon.com/detail/147876.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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

近年来，中国市场上功能饮料层出不穷，如乐百氏的“脉动”、娃哈哈的“激活”、农夫山泉的“尖叫”、康师傅的“劲跑”、巨能的“体饮”等。而在如今这个时时处处都讲究新营销策略的全球化的经济背景下，功能饮料新一轮的激烈市场竞争也将发展到以“品牌+品质”为核心的竞争上，市场争夺愈演愈烈，全球功能饮料市场呈现出一派繁荣的景象。

目前，我国功能饮料正处于一个加速发展期，上市品种不断增加，品类进一步丰富，消费者认可度稳步提升，销售量增长迅速，行业呈现出良好的发展势头。

由于人们对营养、健康、保健意识的增强，对这部分需求的人群也随之扩大，而且在今后选择饮用营养、健康、保健等功能的饮料的人群也在不断增长，因此功能型饮料市场发展前景是令人期待的。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；在这个背景下，功能饮料市场潜力巨大。

艾凯咨询集团发布的《2013-2018年中国功能饮料市场深度分析与投资前景预测报告》共八章。首先介绍了功能饮料相关概述、中国功能饮料市场运行环境等，接着分析了中国功能饮料市场发展的现状，然后介绍了中国功能饮料重点区域市场运行形势。随后，报告对中国功能饮料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。

### 第一章 软饮料及功能饮料概述

#### 1.1 软饮料的概述

##### 1.1.1 软饮料简介

##### 1.1.2 软饮料的国家标准分类

##### 1.1.3 软饮料的其他分类法介绍

#### 1.2 软饮料相关生产工艺介绍

##### 1.2.1 碳酸饮料加工技术

##### 1.2.2 果蔬汁的生产工艺介绍

##### 1.2.3 茶饮料加工工艺

#### 1.3 功能饮料的相关概述

##### 1.3.1 功能饮料简介

##### 1.3.2 功能饮料成分分类法

### 1.3.3 运动饮料的概念及特点

### 1.3.4 功能饮料的选择与饮用

## 第二章 2012-2013年软饮料行业分析

### 2.1 2012-2013年国际软饮料市场发展概况

#### 2.1.1 全球软饮料市场发展现状

#### 2.1.2 全球软饮料新品推出情况

#### 2.1.3 全球麦芽饮料市场平稳增长

#### 2.1.4 全球部分国家软饮料市场剖析

### 2.2 2012-2013年中国软饮料行业发展综述

#### 2.2.1 我国软饮料行业的发展特征

#### 2.2.2 中国软饮料行业持续蓬勃发展

#### 2.2.3 中国软饮料行业呈高速增长态势

#### 2.2.4 2012年中国软饮料市场格局分析

#### 2.2.5 2013年软饮料生产状况分析

#### 2.2.6 中国软饮料行业资本市场动态分析

### 2.3 2012-2013年中国软饮料消费市场状况分析

#### 2.3.1 软饮料市场消费特征分析

#### 2.3.2 软饮料市场消费结构分析

#### 2.3.3 软饮料消费市场掀起混搭风潮

#### 2.3.4 软饮料市场消费方向分析

#### 2.3.5 软饮料市场消费者满意度状况

### 2.4 中国软饮料行业存在的问题及策略

## 第三章 2012-2013年功能饮料行业分析

### 3.1 2012-2013年国际功能饮料行业的发展

#### 3.1.1 国际功能饮料开发状况

#### 3.1.2 国际知名功能饮料品牌介绍

#### 3.1.3 欧美功能饮料市场的发展状况

#### 3.1.4 美国市场出现新型功能饮料

#### 3.1.5 美国功能饮料频现安全危机

### 3.2 中国功能饮料行业的发展阶段

#### 3.2.1 1984-2002年

#### 3.2.2 2003-2004年

#### 3.2.3 2005-2007年

### 3.2.4 2008-2012年

## 3.3 中国功能饮料行业发展综述

### 3.3.1 中国功能饮料行业的概念层次

### 3.3.2 中国功能饮料行业的基本特征

### 3.3.3 功能饮料细分化趋势愈加明显

### 3.3.4 影响功能饮料发展的因素分析

### 3.3.5 中国功能饮料行业发展的取向

## 3.4 2012-2013年中国功能饮料市场解读

### 3.4.1 2011年中高端功能饮料市场快速崛起

### 3.4.2 2012年中国功能饮料市场竞争态势透析

### 3.4.3 2012年国外顶尖功能饮料进军中国市场

### 3.4.4 2012年功能饮料新产品类别提出引热议

### 3.4.5 2013年中国功能饮料市场发展态势

### 3.4.6 2013年中国功能饮料市场竞争激烈

## 3.5 2012-2013年中国功能饮料市场新品动态

## 3.6 中国功能饮料市场存在的问题及对策

## 第四章 2012-2013年功能饮料细分市场分析

### 4.1 运动饮料

### 4.2 能量饮料

### 4.3 保健饮料

### 4.4 植物蛋白饮料

## 第五章 2012-2013年功能饮料营销及案例分析

### 5.1 功能饮料的营销分析

#### 5.1.1 功能饮料营销需要创新

#### 5.1.2 功能饮料体验营销成发展主流

#### 5.1.3 功能性饮料营销应重视长远效应

#### 5.1.4 功能饮料营销的三大要点

### 5.2 功能饮料的营销模式综述

#### 5.2.1 完全饮料型

#### 5.2.2 高度饮料型

#### 5.2.3 中度饮料型

#### 5.2.4 低度饮料型

#### 5.2.5 完全功能型

## 5.3 红牛营销策略分析

### 5.3.1 红牛品牌的内涵探析

### 5.3.2 红牛的强势品牌营销历程分析

### 5.3.3 独特的营销方式助力红牛快速崛起

### 5.3.4 红牛的立体化营销实践分析

### 5.3.5 红牛的内容营销策略及成效解析

## 5.4 王老吉营销分析

### 5.4.1 王老吉发展历程追溯

### 5.4.2 王老吉的市场定位及广告推广分析

### 5.4.3 王老吉的品牌营销创新手法

### 5.4.4 王老吉成功营销的策略解析

### 5.4.5 王老吉的亚运营营销发展解析

## 5.5 脉动营销分析

### 5.5.1 脉动饮料市场环境分析

### 5.5.2 脉动的内部传播机制

### 5.5.3 脉动成功营销的策略透析

### 5.5.4 脉动营销中的问题分析

### 5.5.5 脉动持续发展的思路

## 5.6 尖叫市场营销分析

### 5.6.1 尖叫市场营销概况

### 5.6.2 尖叫市场营销的创新分析

### 5.6.3 探析尖叫市场营销的“起伏”

### 5.6.4 尖叫市场营销的错位反弹

### 5.6.5 尖叫市场营销的思考

## 5.7 劲跑市场营销分析

### 5.7.1 劲跑的有效营销案例分析

### 5.7.2 劲跑营销策划存在的问题

### 5.7.3 劲跑提高竞争力的对策分析

## 5.8 启力营销分析

### 5.8.1 启力的娱乐营销策略分析

### 5.8.2 2013年启力向体育营销发力

### 5.8.3 娃哈哈启力的营销弊病分析

### 5.8.4 娃哈哈启力的营销对策探索

## 第六章 2012-2013年功能饮料主要企业分析

- 6.1 可口可乐
  - 6.1.1 公司简介
  - 6.1.2 公司竞争力分析
- 6.2 百事可乐
  - 6.2.1 公司简介
  - 6.2.2 公司竞争力分析
- 6.3 红牛
  - 6.3.1 公司简介
  - 6.3.2 公司竞争力分析
- 6.4 大冢制药
  - 6.4.1 公司简介
  - 6.4.2 公司竞争力分析
- 6.5 北京汇源集团
  - 6.5.1 公司简介
  - 6.5.2 公司竞争力分析
- 6.6 杭州娃哈哈
  - 6.6.1 公司简介
  - 6.6.2 公司竞争力分析
- 6.7 江西润田
  - 6.7.1 公司简介
  - 6.7.2 公司竞争力分析

## 第七章 2012-2013年功能饮料市场替代产品的发展状况

- 7.1 碳酸饮料
  - 7.1.1 泰国碳酸饮料市场面临的机遇与挑战
  - 7.1.2 中国碳酸饮料市场份额呈下滑态势
  - 7.1.3 我国碳酸饮料市场价格动态分析
  - 7.1.4 中国碳酸饮料类（汽水）产量统计情况
  - 7.1.5 中国碳酸饮料市场的挑战与机会
  - 7.1.6 碳酸饮料市场消费分析及推广建议
- 7.2 果汁饮料
  - 7.2.1 中国果汁饮料市场发展概况
  - 7.2.2 中国果汁和蔬菜汁饮料的生产状况
  - 7.2.3 国家提高果汁饮料行业准入门槛
  - 7.2.4 国内果汁饮料行业发展现状

- 7.2.5 中国果汁饮料行业竞争形势严峻
- 7.2.6 中国果汁饮料行业面临的主要问题
- 7.2.7 中国果汁饮料行业发展的对策建议
- 7.2.8 果汁饮料行业未来发展热点分析
- 7.3 茶饮料
  - 7.3.1 茶饮料市场的新变化透析
  - 7.3.2 2011年中国茶饮料市场发展状况
  - 7.3.3 2012年茶饮料市场发展特点分析
  - 7.3.4 2012年茶饮料价格大幅上扬
  - 7.3.5 2012年两外资巨头终止在华茶饮料合作
  - 7.3.6 中国茶饮料市场存在的不规范现象
  - 7.3.7 中国茶饮料行业的竞争战略研究
- 7.4 乳饮料
  - 7.4.1 中国乳饮料市场发展概况
  - 7.4.2 我国含乳饮料市场主要品牌的发展
  - 7.4.3 国内大型农牧企业试水乳饮行业
  - 7.4.4 2012年乳酸菌饮料市场竞争态势
  - 7.4.5 我国乳饮料产业发展中的主要问题
  - 7.4.6 含乳饮料的市场定位与品牌塑造策略
  - 7.4.7 我国乳饮料行业的发展趋势及方向
- 7.5 瓶装水
  - 7.5.1 中国瓶装水行业发展状况
  - 7.5.2 我国瓶装水市场的发展
  - 7.5.3 2012年生活饮用水新国标全面实施
  - 7.5.4 我国高端瓶装水市场潜力分析
  - 7.5.5 我国瓶装水的发展方向

## 第八章 功能饮料市场的前景及趋势分析

- 8.1 软饮料行业的发展前景分析
  - 8.1.1 中国软饮料行业前景展望
  - 8.1.2 中国饮料行业未来发展驱动力
  - 8.1.3 我国软饮料业未来的发展趋势
- 8.2 功能饮料行业的前景展望
  - 8.2.1 2013-2018年中国功能饮料行业前景预测
  - 8.2.2 大健康产业为功能饮料发展提供契机



### 8.2.3 国内功能性饮料增长潜力广阔

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

图表：略.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/147876.html>