

# 2011-2015年中国功能饮料 产业深度调研及发展前景预测报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2011-2015年中国功能饮料产业深度调研及发展前景预测报告》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.abaogao.com/b/yinliao/Y16189JK1E.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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

近几年，世界性的环境质素的下降和人群生活压力的增加，使得处于亚健康状态的人群日渐增多，而同时随着生活水平的不断提高，人们也越来越注重个人健康问题。随着人们健康意识的增强，人们逐渐开始选择健康的食品、饮品，这种需求的产生使碳酸饮料的市场份额不断下降，茶饮料、果汁饮料和功能饮料开始受人们的青睐。

《2011-2015年中国功能饮料产业深度调研及发展前景预测报告》共十二章。首先介绍了中国功能饮料行业的概念，接着分析了中国功能饮料行业发展环境，然后对中国功能饮料行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国功能饮料行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国功能饮料行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 功能饮料相关概述

#### 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 全球功能饮料市场现状及发展趋势

## 第一节 全球功能饮料市场现状及发展趋势

- 一、全球功能饮料产业发展阶段
- 二、全球功能饮料产业竞争现状
- 三、全球功能饮料产业投资状况
- 四、全球功能饮料产业市场发展趋势

## 第二节 全球主要国家功能饮料市场现状及发展趋势

## 第三章 中国功能饮料行业发展现状及趋势

### 第一节 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

### 第二节 中国功能饮料市场品牌竞争分析

- 一、葡萄适联手统一大力发展功能饮料市场
- 二、王老吉在夏季功能饮料市场竞争中表现良好
- 三、可口可乐酷乐仕以定价夺市场
- 四、华润零帕以文化做先行向导
- 五、健力宝爱运动仍继续体育方面

### 第三节 功能饮料市场发展的的问题

- 一、我国功能饮料发展面临的困境
- 二、功能饮料增长迅猛难掩其弊端
- 三、功能饮料市场面临三大挑战
- 四、功能饮料产业发展缺失标准引导

### 第四节 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、我国功能性饮料的发展建议
- 四、功能饮料新进者可以从发展特殊用途方面着手

## 第四章 中国功能饮料细分市场发展概述

### 第一节 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、我国运动饮料市场消费者分析
- 四、我国运动饮料市场发展存在的问题

## 第二节 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、土耳其能量饮料市场保持增长态势
- 四、中国能量饮料市场的竞争
- 五、能量饮料市场的问题分析

## 第三节 保健饮料市场状况分析

- 一、国际保健饮料开发火热
- 二、我国保健饮料市场发展现状
- 三、醋保健饮料市场营销分析
- 四、鲜花饮料市场营销分析

## 第四节 植物蛋白饮料

- 一、2010年我国植物保健饮料市场竞争激烈
- 二、阻碍我国植物蛋白饮料行业发展的因素
- 三、我国植物蛋白饮料行业的发展对策
- 四、植物保健饮料市场开发前景分析

## 第五章 中国功能饮料市场消费者行为状况

### 第一节 消费者构成

### 第二节 消费者信息渠道

### 第三节 消费者消费渠道

### 第四节 消费者决策因素

### 第五节 消费者消费动机

### 第六节 消费者地区差异

## 第六章 中国功能饮料产业基本竞争战略

### 第一节 成本领先战略

- 一、竞争战略的类型

- 二、竞争战略的适用条件及组织要求
- 三、竞争战略的收益及风险
- 四、功能饮料行业该战略的SWOT分析
- 五、功能饮料行业该战略的典型企业分析

## 第二节 差异化竞争战略

## 第三节 集中化竞争战略

# 第七章 中国功能饮料行业市场竞争策略分析

## 第一节 功能饮料行业市场五种竞争动力模式结构

- 一、行业内现有企业的竞争
- 二、新进入者的威胁
- 三、替代品的威胁
- 四、供应商的讨价还价能力
- 五、购买者的讨价还价能力

## 第二节 功能饮料行业市场不同市场地位的竞争策略分析

- 一、领先者
- 二、挑战者
- 三、跟随者
- 四、补缺者

## 第三节 功能饮料行业市场竞争案例分析

- 一、扩大市场份额的竞争案例
- 二、提高品牌效应的竞争案例
- 三、经营模式创新竞争的案例
- 四、新进入者的竞争案例

# 第八章 中国功能饮料行业市场营销策略竞争分析

## 第一节 市场产品策略

## 第二节 市场渠道策略

## 第三节 市场价格策略

## 第四节 广告媒体策略

## 第五节 客户服务策略

## 第九章 功能饮料行业市场新型运营模式竞争策略研究

### 第一节 可口可乐

- 一、公司概况
- 二、公司运营模式现状及特点
- 三、2005-2008年经营业绩
- 四、公司竞争力SWOT分析
- 五、公司发展战略分析
- 六、公司竞争策略分析

### 第二节 百事可乐

- 一、公司概况
- 二、公司运营模式现状及特点
- 三、2005-2008年经营业绩
- 四、公司竞争力SWOT分析
- 五、公司发展战略分析
- 六、公司竞争策略分析

### 第三节 大冢制药

- 一、公司概况
- 二、公司运营模式现状及特点
- 三、2005-2008年经营业绩
- 四、公司竞争力SWOT分析
- 五、公司发展战略分析
- 六、公司竞争策略分析

### 第四节 北京汇源集团

- 一、公司概况
- 二、公司运营模式现状及特点
- 三、2005-2008年经营业绩
- 四、公司竞争力SWOT分析
- 五、公司发展战略分析
- 六、公司竞争策略分析

### 第五节 杭州娃哈哈

- 一、公司概况
- 二、公司运营模式现状及特点

- 三、 2005-2008年经营业绩
- 四、 公司竞争力SWOT分析
- 五、 公司发展战略分析
- 六、 公司竞争策略分析

## 第十章 中国功能饮料行业市场发展预测

### 第一节 中国功能饮料行业发展环境预测

- 一、 经济环境预测
- 二、 社会环境预测
- 三、 政策环境预测
- 四、 技术环境预测

### 第二节 中国功能饮料产业发展预测

- 一、 产业竞争要素预测
- 二、 产业结构预测
- 三、 产业转移趋势
- 四、 产业一体化预测
- 五、 产业运营模式预测

### 第三节 中国功能饮料市场发展预测

- 一、 2010-2012年中国功能饮料市场需求预测
- 二、 2010-2012年中国功能饮料市场结构预测
- 三、 2010-2012年中国功能饮料市场集中度预测
- 四、 2010-2012年中国功能饮料市场供给预测
- 五、 2010-2012年中国功能饮料市场价格预测

### 第四节 中国功能饮料行业竞争发展趋势

- 一、 产品竞争趋势
- 二、 技术竞争趋势
- 三、 行业升级趋势
- 四、 渠道发展趋势
- 五、 品牌竞争趋势
- 六、 价格竞争趋势

## 第十一章 中国功能饮料行业市场投资机会与风险



- 第一节 中国功能饮料行业市场投资优势分析
- 第二节 中国功能饮料行业市场投资劣势分析
- 第三节 中国功能饮料行业市场投资机会分析
- 第四节 中国功能饮料行业市场投资风险分析

## 第十二章 中国功能饮料产业市场竞争策略建议

### 第一节 中国功能饮料产业竞争策略建议

- 一、 竞争战略选择建议
- 二、 产业升级策略建议
- 三、 产业转移策略建议
- 四、 价值链定位建议

### 第二节 中国功能饮料行业竞争策略建议

- 一、 核心竞争力塑造建议
- 二、 并购重组策略建议
- 三、 经营模式策略建议
- 四、 产业资源整合建议
- 五、 行业联盟策略建议

图表目录（部分）：

图表2005-2010年上半年国内生产总值

图表2005-2010年上半年居民消费价格涨跌幅度

图表2010年上半年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表2005-2010年上半年国家外汇储备

图表2005-2010年上半年财政收入

图表2005-2010年上半年全社会固定资产投资

图表2010年上半年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表2010年上半年固定资产投资新增主要生产能力

图表 &hellip;&hellip;

更多图表详见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yinliao/Y16189JK1E.html>