

2014-2020年中国功能饮料 市场监测与投资方向研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2014-2020年中国功能饮料市场监测与投资方向研究报告》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.cction.com/report/201403/102857.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

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。

功能饮料，包括营养素饮料、运动饮料和其它特殊用途饮料三类。所谓营养素饮料是指人体日常活动所需的营养成分，这种饮料以脉动为代表，而运动饮料含有的电解能很好地平衡人体的体液，以劲跑、维体等为代表；特殊用途饮料2013年市场主流的主要就是以红牛为代表的能量饮料，主要作用为抗疲劳和补充能量。2013年国家把功能饮料划入药品食品监督管理局监管，2013年还没有制定相关功能饮料法规，其标准也尚未出台。据专家介绍，我国仅少数功能饮料取得保健食品身份，大多数的功能型饮料均不属于保健食品。

2013年来，中国市场上功能饮料更是层出不穷，如亿冠的“铁马”、乐百氏的“脉动”、娃哈哈的“激活”、农夫山泉的“尖叫”、谷色谷香的“小米乳”、康师傅的“劲跑”、汇源的“他+她”- “”，巨能的“体饮”……功能饮料市场的竞争日趋激烈。

中国功能饮料的销售额从2000年的8.4亿元，激增到2005年的30亿人民币，实现了每年两位数的高速增长。

但2013年中国功能饮料市场在高速发展的同时也存在一些问题，如企业缺乏创新，市场跟随严重，导致产品趋同化，而且2013年中国功能饮料行业缺乏具体标准，市场进入门槛低，行业的竞争无序。为此，中国应加快出台功能饮料行业标准，加强对该行业的监督和管理，同时饮料生产企业应正确进行产品的市场定位，积极进行技术和营销的创新，寻找差异化卖点。

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、粗粮饮料、果汁饮料和功能饮料开始受人们的青睐。

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。

2013年，2008年世界经济已明显放缓，下行风险逐步加大，前景更加不确定。预计2009年全球经济增长率为2.2%，发达经济体经济将下降0.3%。那么，在当前金融危机爆发形势下，我国软饮料制造行业将何去何从？将会受到怎样的影响？中国软饮料制造企业又该如何针对当前发展形势制定应对策略？

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，从理论到实践

、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。PS：本报告将保持时实更新，为企业 provide 最新资讯，使企业能及时把握局势的发展，及时调整应对策略。

【 目 录 】

第一章功能饮料行业概述

第一节功能饮料行业定义

第二节功能饮料行业发展历程

第三节功能饮料分类情况

第四节功能饮料行业链分析

第二章中国功能饮料行业发展环境分析

第一节中国经济环境分析

一、宏观经济

二、工业形势

三、固定资产投资

第二节功能饮料行业相关政策

一、国家“十二五”行业政策

二、其他相关政策

第三节中国功能饮料行业发展社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

第三章中国功能饮料行业供需现状分析

第一节功能饮料行业总体规模

第二节功能饮料产能概况

一、2011-2012年产能分析

二、2014-2020年产能预测

第三节功能饮料产量概况

一、2011-2012年产量分析

二、2014-2020年产量预测

第四节功能饮料市场需求概况

一、2011-2012年市场需求量分析

二、2014-2020年市场需求量预测

第五节进出口分析

第四章中国功能饮料行业总体发展状况

第一节中国功能饮料行业规模情况分析

一、行业单位规模情况分析

二、行业人员规模状况分析

三、行业资产规模状况分析

四、行业市场规模状况分析

第二节中国功能饮料行业财务能力分析

第三节行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

第四节国际竞争力比较

第五节企业竞争策略分析

第五章 2011-2012年我国功能饮料行业重点区域分析

第一节华北

第二节华南

第三节华东

第四节华西

第六章功能饮料行业市场分析

第一节重点产品

一、市场占有率

二、市场应用及特点

三、供应商分析

第二节技术分析

一、技术现状

二、创新技术研发及方向

第三节产品细分

第四节市场价格分析

第七章功能饮料国内重点生产厂家分析

第一节A公司

一、企业基本概况

二、企业经营与财务状况分析

三、企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第二节B公司

一、企业基本概况

二、企业经营与财务状况分析

三、企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第三节C公司

一、企业基本概况

二、企业经营与财务状况分析

三、企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第四节D公司

一、企业基本概况

二、企业经营与财务状况分析

三、企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第五节E公司

一、企业基本概况

二、企业经营与财务状况分析

三、企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第八章 2014-2020年功能饮料行业发展趋势及投资风险分析

第一节当前功能饮料市场存在的问题

第二节功能饮料未来发展预测分析

一、2014-2020年中国功能饮料行业发展规模

二、2014-2020年中国功能饮料行业技术趋势预测

三、总体行业“十二五”整体规划及预测

第三节 2014-2020年中国功能饮料行业投资风险分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201403/102857.html>