

2016-2022年中国功能饮料市场运营态势及十三五 投资动向研究报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国功能饮料市场运营态势及十三五投资动向研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/yinliao/251988251988.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

中国报告网发布的《2016-2022年中国功能饮料市场运营态势及十三五投资动向研究报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。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。

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quan交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告简介

di一章饮料及功能饮料相关概述

di一节饮料简述

- 一、饮料成份
- 二、饮料细分类别划分
- 三、饮料对身体的影响
- 四、饮料的加工工艺

第二节功能饮料的相关概述

- 一、功能饮料特点
- 二、功能饮料成分
- 三、功能饮料的选择与饮用

第二章2016年国际功能饮料市场运行态势分析

di一节2016年世界运动饮料运行环境分析

- 一、全球经济现状及影响
- 二、世界饮料产业政策法规及影响

第二节2016年国际饮料市场运行状况分析

- 一、世界饮料市场的消费特点
- 二、世界饮料市场需求结构变化分析
- 三、饮料市场的三大主力产品

第三节2016年国际功能饮料行业发展状况分析

- 一、功能性饮料进入发展新阶段

二、全球功能饮料开发现状分析

三、功能饮料市场消费情况

第四节2016年部分国家功能饮料市场运行分析

一、功能性饮料逐渐占领美国饮料市场

二、欧洲市场出现新功能饮料

三、日本开发出多种功能饮料

第五节2016-2022年世界功能饮料市场新趋势分析

第三章2016年中国运动饮料行业市场运行环境解析

第一节国内宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2016年中国宏观经济发展预测分析

第二节2016年中国运动饮料市场政策环境分析

一、中国运动饮料新国标

二、“运动饮料”新标准

三、冷饮食品卫生管理办法

第三节2016年中国运动饮料市场社会环境分析

第四章2016年中国功能饮料行业运行态势分析

第一节2016年中国功能饮料行业发展概况分析

一、中国功能性饮料行业的概述

二、影响功能饮料发展的因素分析

三、中国功能性饮料行业发展的取向

第二节2016年中国功能饮料市场运行动态分析

一、健康理念助功能饮料市场火爆

二、功能饮料再次进入发展高峰期

三、功能饮料产品注重推陈出新

第三节2016年中国功能饮料市场挑战分析

一、产品不能特se化制约发展

二、功能性饮料消费不能平民化

三、功能性饮料功能性特点不清晰化

四、功能饮料市场无标可循管理混乱

第四节2016年中国功能饮料行业发展策略分析

一、功能性饮料发展须众强联合

二、品牌+品质主宰未来功能饮料去留

三、小品牌先做地头蛇、大品牌“激活”经销商

五、寻找差异化卖点

六、功能饮料做大做强策略

七、功能饮料创新指点

八、功能饮料行业提高质量的方法

第五章2013-2015年中国功能饮料制造行业数据监测分析

第一节2013-2015年中国功能饮料制造行业总体数据分析

一、2014年中国功能饮料制造行业全部企业数据分析

二、2015年中国功能饮料制造行业全部企业数据分析

三、2016年中国功能饮料制造行业全部企业数据分析

第二节2013-2015年中国功能饮料制造行业不同规模企业数据分析

一、2014年中国功能饮料制造行业不同规模企业数据分析

二、2015年中国功能饮料制造行业不同规模企业数据分析

三、2016年中国功能饮料制造行业不同规模企业数据分析

第三节2013-2015年中国功能饮料制造行业不同所有制企业数据分析

一、2014年中国功能饮料制造行业不同所有制企业数据分析

二、2015年中国功能饮料制造行业不同所有制企业数据分析

三、2016年中国功能饮料制造行业不同所有制企业数据分析

第六章2013-2015年中国功能饮料相关产量数据统计分析

第一节2013-2015年中国瓶(罐)装饮用水产量数据分析

一、2013-2015年瓶(罐)装饮用水产量数据分析

二、2013-2015年瓶(罐)装饮用水重点省市数据分析

第二节2016年中国瓶(罐)装饮用水产量数据分析

一、2016年全国瓶(罐)装饮用水产量数据分析

二、2016年瓶(罐)装饮用水重点省市数据分析

第三节2016年中国瓶(罐)装饮用水产量增长性分析

一、产量增长

二、集中度变化

第七章2016年中国功能饮料细分市场运行形势分析

第一节2016年中国功能饮料市场综述

一、功能饮料市场新亮点分析

二、“加速”和“威能”功能饮料市场运行分析

三、功能饮料市场价格分析

第二节能量饮料

一、美国e3能量饮料新品简述

二、Monster能量饮料发展历程及市场销售状况

三、中国能量饮料市场的竞争

四、能量饮料市场问题分析

第三节保健饮料

一、排铅饮料市场现状分析

二、醋保健饮料市场营销分析

三、鲜花饮料市场营销分析

四、植物保健饮料市场开发前景分析

第八章2016年中国功能饮料市场营销及案例分析

第一节2016年中国功能饮料的营销状况分析

一、功能饮料进入市场细分时代

二、功能饮料营销需要创新

三、功能饮料体验营销成发展主流

四、功能性饮料营销应重视长远效应

五、功能饮料营销的三大要点

第二节2016年中国功能饮料的市场案例分析——红牛的“红牛”

一、红牛在中国的本土化策略

二、依托国际品牌背景力求做强做大

三、产品品质与安全是红牛永恒的追求

四、“红牛”获得“安全饮品认证”

五、红牛风波

六、红牛国际市场发展状况

第三节2016年中国功能饮料的市场案例分析——日本大政的“力保健”

一、日本人为何喜欢喝力保健

二、力保健饮品创造销售奇迹

三、力保健打响亚健康狙击战

第四节2016年中国功能饮料的市场案例分析——乐百氏与“脉动”

一、乐百氏“脉动”：打造健康饮料品牌

二、心动的产品名称

三、脉动的市场定位

四、诱人的分销策略

五、问题与不足

第五节2016年中国功能饮料的市场案例分析——娃哈哈的“康有利”与“激活”

一、不幸“夭折”的代表——康有利

二、“激活”功能饮料市场

第六节2016年中国功能饮料的市场案例分析——汇源的“他+她-”

一、冰山之旅

二、在自我迷恋中搁浅

三、透视“他+她-”：威力与缺失

四、他+她-，新产品搅乱营销观念

第七节2016年中国功能饮料的市场案例分析——大冢制药“宝矿力”

一、宝矿力水特市场调查

二、宝矿力水特整合促销策划

三、宝矿力欲成为功能饮料的可口可乐

第八节2016年中国功能饮料的市场案例分析——怡冠

一、怡冠功能饮料市场推广设计方案

二、新一代怡冠入市走俏

三、失败后东山再起的营销总结

第九节2016年中国功能饮料的市场案例分析——康师傅的“劲跑X”

一、强化产品定位

二、降低推广成本

三、注意力的争夺

四、提高受众的参与度

五、于细微处见工夫

第十节2016年中国功能饮料的市场案例分析——巨能的“体饮”

一、体饮的价格策略

二、市场策略

三、竞争与培育

四、市场机遇

五、市场风险

第十一节2016年中国功能饮料的市场案例分析——老将健力宝

一、长期战略迷失

二、组织架构不合理

三、流程管理僵化

四、营销模式败局

五、多品牌失败

六、企业文化迷茫

七、人力资源管理混乱

八、健力宝前途依然看好

第九章2016年中国功能饮料市场竞争格局分析

第一节2016年中国功能饮料市场竞争状况分析

一、功能饮料市场竞争加剧

二、功能饮料：非产品层面的竞争透析

三、饮料巨头争先恐后卖“功能概念”

四、各大商家转变策略进军功能饮料

五、功能饮料市场洋影重重

第二节2016年中国功能饮料市场品牌竞争分析

一、功能饮料品牌状况透析

二、品牌与品质成未来功能饮料市场主宰

三、功能饮料亟需突破区域品牌强化概念

第三节2016年中国功能饮料产业集中度分析

一、市场集中度分析

二、生产企业的集中分布

第四节2016-2022年中国功能饮料市场竞争趋势分析

第十章2016年国际功能饮料巨头企业在华市场运行透析

第一节可口可乐公司

一、公司概况

二、可口可乐公司的功能饮料分析

三、在华市场销售情况

四、国际化发展战略分析

第二节百事可乐公司

一、公司概况

二、百事可乐功能饮料进军中国市场

三、国际化发展战略分析

第三节佳得乐

一、企业概况

二、在华市场销售情况

三、国际化发展战略分析

第四节三得利

一、企业概况

二、在华市场销售情况

三、国际化发展战略分析

第十一章2016年中国功能饮料行业主要企业经营态势分析

第一节红牛维他命饮料有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿zhai能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节乐百氏(广东)食品饮料有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿zhai能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节广州王老吉药业股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿zhai能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节佛山市三水健力宝贸易有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿zhai能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节三得利(上海)食品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿zhai能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节杭州娃哈哈饮料有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿zhai能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节深圳万和制药有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿zhai能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节广东大冢制药有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿zhai能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九节上海锦江麒麟饮料食品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿zhai能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十二章2016年中国功能饮料的相关行业发展态势分析

di一节碳酸饮料

一、2016年碳酸饮料市场发展简况

二、2016年碳酸饮料市场消费群体分析

三、中国小企业碳酸饮料质量存在问题

四、碳酸饮料市场消费分析及推广建议

五、碳酸饮料市场的发展前景

第二节果汁饮料

一、俄果汁市场规模不断扩大

二、国内果汁饮料市场特点

三、果汁市场消费现状分析

四、果汁饮料市场的竞争点透视

五、果汁行业的发展出路

第三节茶饮料

一、2016年中国茶饮料行业发展总体状况

二、2016年茶饮料市场竞争状况分析

三、茶饮料行业的市场机会浅析

四、茶饮料新品营销策略

五、茶饮料行业发展的主要趋势

第四节乳饮料

一、2016年中国乳饮料市场发展概况

二、2016年中国乳饮料市场亟需治理

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

第五节瓶装水

一、瓶装水的相关介绍

二、中国的纯净水市场分析

三、2016年瓶装水市场亮点探析

四、天然矿泉水成饮用水市场主导产品

五、瓶装饮用水产业的发展趋势分析

第十三章2016-2022年中国功能饮料行业发展前景及趋势分析

第一节2016-2022年中国饮料行业前景展望

一、中国饮料业发展走向

二、饮料行业经营的新理念及变化趋势

三、饮料行业主要产品发展趋势

四、饮料包装趋向小包装方向发展

第二节2016-2022年中国功能饮料行业前景预测

一、大健康产业为功能饮料发展提供契机

二、未来中国功能饮料市场前景良好

第三节2016-2022年中国功能饮料行业市场盈利状况预测分析

第十四章2016-2022年中国功能饮料行业投资前景预测分析

第一节2016-2022年中国功能饮料行业投资概况

一、功能饮料投资环境利好

二、饮料业投资价值链研究

第二节2016-2022年中国功能饮料行业投资机会分析

一、投资潜力分析

二、全民健身热为功能饮料发展提供契机

三、与产业链相关的投资机会分析

第三节2016-2022年中国功能饮料行业投资风险分析

一、宏观调控政策风险

二、市场竞争风险

三、市场运营机制风险

第四节专家投资建议

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：2015年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2015年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2016年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2016年中国GDP增速预测

图表：红牛维他命饮料有限公司主要经济指标走势图

图表：红牛维他命饮料有限公司经营收入走势图

图表：红牛维他命饮料有限公司盈利指标走势图

图表：红牛维他命饮料有限公司负债情况图

图表：红牛维他命饮料有限公司负债指标走势图

图表：红牛维他命饮料有限公司运营能力指标走势图

图表：红牛维他命饮料有限公司成长能力指标走势图

图表：乐百氏(广东)食品饮料有限公司主要经济指标走势图

图表：乐百氏(广东)食品饮料有限公司经营收入走势图

图表：乐百氏(广东)食品饮料有限公司盈利指标走势图

图表：乐百氏(广东)食品饮料有限公司负zhai情况图

图表：乐百氏(广东)食品饮料有限公司负zhai指标走势图

图表：乐百氏(广东)食品饮料有限公司运营能力指标走势图

图表：乐百氏(广东)食品饮料有限公司成长能力指标走势图

图表：广州王老吉药业股份有限公司主要经济指标走势图

图表：广州王老吉药业股份有限公司经营收入走势图

图表：广州王老吉药业股份有限公司盈利指标走势图

图表：广州王老吉药业股份有限公司负zhai情况图

图表：广州王老吉药业股份有限公司负zhai指标走势图

图表：广州王老吉药业股份有限公司运营能力指标走势图

图表：广州王老吉药业股份有限公司成长能力指标走势图

图表：佛山市三水健力宝贸易有限公司主要经济指标走势图

图表：佛山市三水健力宝贸易有限公司经营收入走势图

图表：佛山市三水健力宝贸易有限公司盈利指标走势图

(GYYS)

图表详见正文•••••

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yinliao/251988251988.html>