

中国功能饮料市场深度调研及未来五年投资战略 分析报告

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《中国功能饮料市场深度调研及未来五年投资战略分析报告》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/219423219423.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

功能饮料是指在饮料中加入功能因子，使其在解渴的同时具有调节机体功能增加免疫力等保健作用的饮料，近几年来，功能饮料市场发展迅猛；而我国的功能饮料主要包括营养素饮料、运动饮料、能量饮料和保健饮料四个主要品类。随着人们健康意识的增强，会逐渐选择健康的食品和饮品，像含有维他命矿物质，低糖低胆固醇的产品以及有利于心脏肠胃健康的有机保健果汁、添加纤维的产品都有增长的趋势，而且天然能量型饮品果汁、乳品、茶饮料的复合品,在未来都有很大的发展空间，而儿童有机产品、白领抗疲劳以及老年产品将继续成为我国功能饮料发展的主要适用人群，这一切都将激起更大的市场空间。

报告大纲：

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 软饮料行业分析

2.1 国际软饮料市场发展概况

2.2 中国软饮料行业发展综述

2.3 中国软饮料消费市场状况分析

2.4 中国软饮料行业存在的问题及策略

第三章 功能饮料行业分析

3.1 国际功能饮料行业的发展

3.2 中国功能饮料行业的发展阶段

3.3 功能饮料市场走向细分时代

3.4 国内外饮料巨头挥师进军功能饮料市场

3.5 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 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 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 红牛品牌营销的背景

5.3.3 红牛的强势品牌营销历程分析

5.3.4 独特的营销方式助力红牛快速崛起

5.3.5 红牛在中国市场的营销策略

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 力丽营销分析

5.8.1 力丽市场定位分析

5.8.2 力丽的广告策划分析

5.8.3 力丽产品营销的关键点分析

第六章 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 竞争力分析

6.2 百事可乐

6.2.1 公司简介

6.2.2 竞争力分析

6.3 大冢制药

6.3.1 公司简介

6.3.2 竞争力分析

6.4 北京汇源集团

6.4.1 公司简介

6.4.2 竞争力分析

6.5 杭州娃哈哈

6.5.1 公司简介

6.5.2 竞争力分析

6.6 江西润田

6.6.1 公司简介

6.6.2 竞争力分析

第七章 功能饮料市场替代产品的发展状况

7.1 碳酸饮料

7.2 果汁饮料

7.3 茶饮料

7.4 乳饮料

7.5 瓶装水

第八章 功能饮料的前景及趋势

8.1 软饮料行业的趋势预测分析

8.1.1 中国软饮料行业展望

8.1.2 “十二五”期间中国饮料行业发展预测

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 未来五年中国功能饮料市场规模预测分析

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

图表详见正文 • • • • •

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yinliao/219423219423.html>