

2014-2020年中国功能饮料 行业监测与投资战略研究报告

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年中国功能饮料行业监测与投资战略研究报告》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/201403/102899.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

1995年原产泰国的红牛维他命饮料有限公司来到中国，首次给中国带来了功能饮料的概念，红牛在中国进行了多年的基础建设和市场拓展，以功能饮料市场先入者的地位占到中国功能饮料70%以上的市场份额。而近年来，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”、康师傅的“劲跑”、汇源的“他+她一”、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的高速增长。

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。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。

目前，金融危机已对全球实体经济产生了巨大的冲击，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？进一步的思考，该如何在危机中寻找机遇，从而获得更大的发展呢？

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。

【目录】

第一章 功能饮料产业概述

1.1 功能饮料定义

1.2 功能饮料分类及应用

1.3 功能饮料产业链结构

1.4 功能饮料产业概述

第二章 功能饮料行业国内外市场分析

2.1 功能饮料行业国际市场分析

2.1.1 功能饮料国际市场发展历程

2.1.2 功能饮料产品及技术动态

2.1.3 功能饮料竞争格局分析

2.1.4 功能饮料国际主要国家发展情况分析

2.1.5 功能饮料国际市场发展趋势

2.2 功能饮料行业国内市场分析

2.2.1 功能饮料国内市场发展历程

2.2.2 功能饮料产品及技术动态

2.2.3 功能饮料竞争格局分析

2.2.4 功能饮料国内主要地区发展情况分析

2.2.5 功能饮料国内市场发展趋势

2.3 功能饮料行业国内外市场对比分析

第三章 功能饮料发展环境分析

3.1 中国宏观经济环境分析

3.1.1 中国GDP分析

3.1.2 中国CPI分析

3.2 欧洲经济环境分析

3.3 美国经济环境分析

3.4 日本经济环境分析

3.5 全球经济环境分析

第四章 功能饮料行业发展政策及规划

4.1 功能饮料行业政策分析

4.2 功能饮料行业动态研究

4.3 功能饮料产业发展趋势

第五章 功能饮料生产工艺及成本结构

5.1 功能饮料产品技术参数

5.2 功能饮料生产工艺分析

5.3 功能饮料成本结构分析

5.4 功能饮料价格成本 毛利分析

第六章 2010-2013年功能饮料产 供 销 需市场现状和预测分析

6.1 2010-2013年功能饮料产能 产量统计

6.2 2010-2013年功能饮料产量及市场份额

6.3 2010-2013年功能饮料需求量综述

6.4 2010-2013年功能饮料供应量需求量 缺口量

6.5 2010-2013年功能饮料进口量出口量 消费量

6.6 2010-2013年功能饮料平均成本、价格、产值、毛利率

第七章 功能饮料核心企业研究

7.1 企业一

7.1.1 企业产品介绍

7.1.2 企业原料来源分析

7.1.3 企业产品应用分析

7.1.4 企业产品产地分析

7.1.5 企业产品产能产量 成本 价格 毛利分析

7.1.6 企业联系方式

7.2企业二

7.2.1 企业产品介绍

7.2.2 企业原料来源分析

7.2.3 企业产品应用分析

7.2.4 企业产品产地分析

7.2.5 企业产品产能 产量 成本 价格 毛利分析

7.2.6 企业联系方式

……

7.10 企业六

7.10.1 企业产品介绍

7.10.2 企业原料来源分析

7.10.3 企业产品应用分析

7.10.4 企业产品产地分析

7.10.5 企业产品产能 产量 成本 价格 毛利分析

7.10.6 企业联系方式

第八章 上下游企业分析及研究

8.1 上游原料市场及价格分析

8.2 上游设备市场分析研究

8.3 下游需求分析研究

8.4 产业链分析

第九章 功能饮料营销渠道分析

9.1 功能饮料营销渠道现状分析

9.2 功能饮料营销渠道特点介绍

9.3 功能饮料营销渠道发展趋势

第十章 功能饮料行业发展趋势

10.1 2014-2020年功能饮料产能产量趋势

10.2 2014-2020年成本 价格 毛利趋势

10.3 2014-2020年需求量分析

10.4 2014-2020年供应量 需求量 供需关系分析

10.5 2014-2020年产量及市场份额预测

10.6 2014-2020年进口量 出口量 消费量趋势

第十一章 功能饮料行业发展建议

11.1 宏观经济发展对策

11.2 新企业进入市场的策略

11.3 新项目投资建议

11.4 营销渠道策略建议

11.5 竞争环境策略建议

第十二章 功能饮料新项目投资可行性分析

12.1 功能饮料项目SWOT分析

12.2 功能饮料新项目可行性分析

第十三章 中国功能饮料产业研究总结

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201403/102899.html>