



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009-2012年功能性饮料行业竞争格局与投资战略研究咨询报告

## 一、调研说明

《2009-2012年功能性饮料行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/126609.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：[sales@icandata.com](mailto:sales@icandata.com)

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

2009年的可卡因事件虽然在国内是虚惊一场，但红牛终究没有逃过金融危机的影响。今年以来部分地区红牛的销量出现了一定下滑。而作为红牛销售主战场的华南地区，更有经销商的销量同比下降五成之多，红牛销量在沿海地区下降，并影响到现金流。2002年，红牛在我国功能性饮料市场份额为70%，销售额8亿元，每年销售增长的平均速度在30%-40%，到了2008年，红牛已占据我国功能性饮料市场65%的市场份额，在国内销售额已达45亿元，占全球销售量的11%。2009年以来，功能性饮料市场增速再度放缓。红牛饮料销售量有所下滑。红牛约50%的销售收入来自于广东，2008年华南市场功能性饮料市场占有率排名显示，在能量型饮料中，红牛的市占率为76.2%之多。而在全国其他地区的销售比较分散，北京等一线城市销售量比重较大。目前，中国功能性饮料的人均消费量每年仅为0.5公斤，而世界人均消费量每年为7公斤。中国功能性饮料市场的潜力之大可见一斑。

功能性饮料是舶来品，在2003年之前，几乎默默无闻。直至2003年非典时期，增强免疫力的功能性饮料出现了消费井喷的态势。2004年，脉动以7亿元左右的市场份额位列第一，而“劲跑”、“激活”的市场份额也在3亿元左右。随着上市品种不断增加，销售迅速增长，2004年功能性饮料销售总额从2003年的15亿元猛增至30亿元，2003-2004年，功能性饮料市场产销量的增速在35%左右，而2005-2007年，增速明显放缓，只有20%，2008年，在北京奥运会的刺激下，运动型饮料大卖，带动功能性饮料整体增速接近30%。软饮料市场包括碳酸饮料、果蔬汁、茶饮料、功能性饮料以及其他，功能性饮料的市场份额仅占到5%。其他软饮料种类对市场的快速占领也挤压了功能性饮料的市场份额。功能性饮料经过此前的洗牌，几大巨头已经形成，别的企业想进入已经没什么机会，市场态势比较稳定。功能性饮料属于子行业里面的小类，发展速度很慢。高端功能性饮料，毛利相对较高，但市场容量有限。同时，对于遵守严格的生产工艺的企业来说，配方要求使得该行业的进入门槛相对较高。经济困顿对功能性饮料市场带来的影响，几时能消，还无法知晓。而功能性饮料这个舶来品如何在国内落地生根，值得期待。

在饮品行业日益细分的市场里，即饮产品以不同的功能诉求占领市场，一些企业在保留既有产品竞争优势的前提下，扩大产品的外延，跨界至新的行业中，开创出具有差异化的新品类，造就商业蓝海。目前冲泡热饮已成为最受欢迎的饮品方式，市场以10%的速度快速发展。最近几年饮料企业对产品外延进行了跨界融合，带有功能性的饮料受欢迎程度更高。即饮产品引来不少食品巨头“竟折腰”，就连全球咖啡连锁也走出咖啡店，推出即饮产品。面对日趋激烈的竞争环境，单一的解渴功能已经不能满足消费者的需求。有数据显示，全球即饮咖啡市场的价值已接近100亿美元，不包括日本在内，该市场过去五年中平均增长了10%。业内人士认为，较之其它饮品，与女性传统的两大类饮品红茶和咖啡比，花粉的美容养颜之功效似乎更胜一筹。在饮品行业日益细分的市场里，有的主打补充维生素，有的主打提神，而即

溶花粉饮品却为今天众多爱美的女性带来了"简单美"的独特体验。随着即溶花粉的空间不断拓展，女性饮品市场将面临变局，在日常家居、商务交往和办公室，喝花粉可能成为一种新的生活时尚。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家商务部、全国商业信息中心、中国饮料工业协会、中国经济景气监测中心、国内外相关报刊杂志的基础信息以及饮料专业研究单位等公布和提供的大量资料，对国际功能性饮料行业市场发展状况、我国功能性饮料行业的市场状况进行了分析；对功能性饮料市场发展状况、功能性饮料行业的发展趋势与策略等方面进行了探讨。报告并根据行业的发展轨迹对功能性饮料未来的发展趋势作出审慎的判断，为投资者寻找新的投资亮点。本报告阐明了行业的投资环境，指明了投资方向，提出了投资方式，是功能性饮料生产企业、销售单位等准确了解目前中国功能性饮料行业发展动态，把握功能性饮料行业现状与趋势，制定市场策略的重要决策依据之一，具有重要决策参考价值。

## 目录

## CONTENTS

### 第一部分 行业发展现状

#### 第一章 功能性饮料行业发展概述

##### 第一节 功能性饮料的定义及分类

###### 一、功能性饮料的定义

###### 二、功能性饮料的分类

###### 三、功能性饮料的特性

##### 第二节 功能性饮料产业链分析

###### 一、市场特点

###### 二、行业经济特性

###### 三、产业链结构分析

##### 第三节 功能性饮料行业发展成熟度分析

###### 一、行业发展周期分析

###### 二、行业中外市场成熟度对比

###### 三、行业及其主要子行业成熟度分析

### 第二章 全球功能性饮料市场发展分析

## 第一节 2008年全球功能性饮料市场分析

- 一、2008年全球功能性饮料市场回顾
- 二、2008年全球功能性饮料市场环境
- 三、2008年全球功能性饮料销售分析
- 四、2008年全球功能性饮料市场规模

## 第二节 2009年全球功能性饮料市场分析

- 一、2009年全球功能性饮料需求分析
- 二、2009年全球功能性饮料市场规模
- 三、2009年全球功能性饮料品牌分析
- 四、2009年中外功能性饮料市场对比

## 第三节 主要国家地区功能性饮料市场分析

- 一、2008-2009年美国功能性饮料市场分析
- 二、2008-2009年欧洲功能性饮料市场分析
- 三、2008-2009年日本功能性饮料市场分析
- 四、2008-2009年韩国功能性饮料市场分析
- 五、2008-2009年其他国家功能性饮料市场

## 第三章 我国功能性饮料行业发展现状

### 第一节 我国功能性饮料行业发展现状

- 一、功能性饮料行业品牌发展现状
- 二、功能性饮料行业消费市场现状
- 三、功能性饮料市场消费层次分析
- 四、我国功能性饮料市场走向分析

### 第二节 2007-2009年功能性饮料业发展情况分析

- 一、2007年功能性饮料行业发展情况分析
- 二、2008年功能性饮料行业发展情况分析
- 三、2009年功能性饮料行业发展特点分析
- 四、2009年1-5月功能性饮料行业发展情况

### 第三节 2008-2009年功能性饮料行业运行分析

- 一、2008-2009年功能性饮料业产销存运行分析
- 二、2008-2009年功能性饮料行业利润情况分析
- 三、2008-2009年功能性饮料行业发展周期分析

四、2009-2012年功能性饮料行业发展机遇分析

五、2009-2012年功能性饮料行业利润增速预测

#### 第四章 我国功能性饮料市场发展研究

##### 第一节 2008年我国功能性饮料市场发展研究

一、2008年1季度我国功能性饮料市场研究

二、2008年2季度我国功能性饮料市场研究

三、2008年3季度我国功能性饮料市场研究

四、2008年4季度我国功能性饮料市场研究

##### 第二节 2009年我国功能性饮料市场情况

一、2009年1-5月我国功能性饮料产销情况

二、2009年1-5月我国功能性饮料市场价格情况

三、2009年1-5月重点城市功能性饮料市场发展情况

四、2009年1-5月我国功能性饮料市场发展情况

##### 第三节 2009年我国功能性饮料市场结构和价格走势分析

一、2009年Q1我国功能性饮料市场结构和价格走势概述

二、2009年Q1我国功能性饮料市场结构分析

三、2009年Q1我国功能性饮料市场价格走势分析

四、2009年1-5月我国功能性饮料市场结构和价格走势概述

五、2009年1-5月我国功能性饮料市场结构分析

六、2009年1-5月我国功能性饮料市场价格走势分析

##### 第四节 2009年我国功能性饮料业市场发展特点分析

一、2009年Q1我国功能性饮料市场格局特点

二、2009年Q1我国功能性饮料产品创新特点

三、2009年Q1我国功能性饮料市场服务特点

四、2009年Q1我国功能性饮料市场品牌特点

#### 第五章 我国功能性饮料市场调查分析

##### 第一节 2008年我国功能性饮料市场调查分析

一、主要观点

二、市场结构分析

三、价格走势分析

四、整体市场关注度

五、品牌关注度格局

六、产品关注度调查

七、厂商分析

第二节 2009年1季度我国功能性饮料市场调查分析

一、主要观点

二、市场结构分析

三、价格走势分析

四、整体市场关注度

五、品牌关注度格局

六、产品关注度调查

七、厂商分析

第三节 2009年4月份中国功能性饮料市场调查分析

一、主要观点

二、市场结构分析

三、价格走势分析

四、整体市场关注度

五、品牌关注度格局

六、产品关注度调查

七、厂商分析

第四节 2009年5月份中国功能性饮料市场调查分析

一、主要观点

二、市场结构分析

三、价格走势分析

四、整体市场关注度

五、品牌关注度格局

六、产品关注度调查

七、厂商分析

第六章 功能性饮料行业经济运行分析

第一节 2008-2009年功能性饮料产量分析

一、2008年功能性饮料产量分析

## 二、2009年1-5月功能性饮料产量分析

### 第二节 2008-2009年饮料行业主要经济指标分析

#### 一、销售收入前十家企业分析

#### 二、2008年饮料行业主要经济指标分析

#### 三、2009年1-5月饮料行业主要经济指标分析

### 第三节 2008-2009年我国功能性饮料行业绩效分析

#### 一、2008-2009年行业产销情况

#### 二、2008-2009年行业规模情况

#### 三、2008-2009年行业盈利能力

#### 四、2008-2009年行业经营发展能力

#### 五、2008-2009年行业偿债能力分析

## 第七章 我国功能性饮料行业进出口分析

### 第一节 我国功能性饮料进口分析

#### 一、2008年进口总量分析

#### 二、2008年进口结构分析

#### 三、2008年进口区域分析

### 第二节 我国功能性饮料出口分析

#### 一、2008年出口总量分析

#### 二、2008年出口结构分析

#### 三、2008年出口区域分析

### 第三节 我国功能性饮料进出口预测

#### 一、2009年1季度进口分析

#### 二、2009年1季度出口分析

#### 三、2009年功能性饮料进口预测

#### 四、2009年功能性饮料出口预测

## 第八章 功能性饮料区域市场情况分析

### 第一节 华北地区

#### 一、2008-2009年行业发展现状分析

#### 二、2008-2009年市场需求情况分析

#### 三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

## 第二节 东北地区

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

## 第三节 华东地区

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

## 第四节 华南地区

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

## 第五节 中南地区

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

## 第六节 西南地区

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
  - 二、2008-2009年市场需求情况分析
  - 三、2008-2009年市场规模情况分析
  - 四、2008-2009年行业竞争格局分析
  - 五、2008-2009年消费者的偏好分析
  - 六、2009-2012年行业发展趋势分析
- 第七节 西北地区

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析
- 六、2009-2012年行业发展趋势分析

## 第九章 中国功能性饮料行业消费市场分析

### 第一节 中国功能性饮料消费者收入分析

- 一、中国人口、人民生活分析
- 二、2008-2009年消费者收入水平
- 三、2009年消费者信心指数分析

### 第二节 功能性饮料行业产品目标客户群体调查

- 一、不同收入水平消费者偏好调查
- 二、不同年龄的消费者偏好调查
- 三、不同地区的消费者偏好调查

### 第三节 功能性饮料市场消费需求分析

- 一、功能性饮料市场的消费需求变化
- 二、功能性饮料行业的需求情况分析
- 三、2009年功能性饮料品牌市场消费需求分析

### 第四节 功能性饮料消费市场状况分析

- 一、功能性饮料行业消费特点
- 二、功能性饮料消费者分析
- 三、功能性饮料消费结构分析
- 四、功能性饮料消费的市场变化

## 五、功能性饮料市场的消费方向

### 第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析

#### 一、价格敏感程度

#### 二、品牌的影响

#### 三、购买方便的影响

#### 四、广告的影响程度

#### 五、包装的影响程度

### 第六节 功能性饮料行业产品的品牌市场调查

#### 一、消费者对行业品牌认知度宏观调查

#### 二、消费者对行业产品的品牌偏好调查

#### 三、消费者对行业品牌的首要认知渠道

#### 四、消费者经常购买的品牌调查

#### 五、功能性饮料行业品牌忠诚度调查

#### 六、功能性饮料行业品牌市场占有率调查

#### 七、消费者的消费理念调研

## 第二部分 行业竞争格局

### 第十章 功能性饮料行业竞争格局分析

#### 第一节 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

##### 四、供应商议价能力

##### 五、客户议价能力

#### 第二节 行业集中度分析

##### 一、市场集中度分析

##### 二、企业集中度分析

##### 三、区域集中度分析

#### 第三节 中国功能性饮料行业竞争格局综述

##### 一、2008年功能性饮料行业集中度

##### 二、2008年功能性饮料行业竞争程度

##### 三、2008年功能性饮料企业与品牌数量

## 四、2008年功能性饮料行业竞争格局分析

### 第四节 2008-2009年功能性饮料行业竞争格局分析

- 一、2008-2009年国内外功能性饮料竞争分析
- 二、2008-2009年我国功能性饮料市场竞争分析
- 三、2008-2009年我国功能性饮料市场集中度分析
- 四、2009-2012年国内主要功能性饮料企业动向
- 五、2009年国内功能性饮料拟在建项目分析

## 第十一章 功能性饮料企业竞争策略分析

### 第一节 功能性饮料市场竞争策略分析

- 一、2009年功能性饮料市场增长潜力分析
- 二、2009年功能性饮料主要潜力品种分析
- 三、现有功能性饮料产品竞争策略分析
- 四、潜力功能性饮料品种竞争策略选择
- 五、典型企业产品竞争策略分析

### 第二节 功能性饮料企业竞争策略分析

- 一、金融危机对功能性饮料行业竞争格局的影响
- 二、金融危机后功能性饮料行业竞争格局的变化
- 三、2009-2012年我国功能性饮料市场竞争趋势
- 四、2009-2012年功能性饮料行业竞争格局展望
- 五、2009-2012年功能性饮料行业竞争策略分析
- 六、2009-2012年功能性饮料企业竞争策略分析

## 第十二章 主要功能性饮料品牌竞争分析

### 第一节 红牛

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

### 第二节 宝矿力水特

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

### 第三节 激活

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

### 第四节 佳得乐

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

### 第五节 雀巢能量E

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

### 第六节 劲跑

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

### 第七节 王老吉（红色罐装）

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

## 第三部分 行业前景预测

### 第十三章 功能性饮料行业发展趋势分析

#### 第一节 我国功能性饮料行业前景与机遇分析

一、我国功能性饮料行业发展前景

## 二、我国功能性饮料发展机遇分析

### 三、2009年功能性饮料的发展机遇分析

## 四、金融危机对功能性饮料行业的影响分析

### 第二节 2009-2012年中国功能性饮料市场趋势分析

#### 一、2008-2009年功能性饮料市场趋势总结

#### 二、2009-2012年功能性饮料发展趋势分析

#### 三、2009-2012年功能性饮料市场发展空间

#### 四、2009-2012年功能性饮料产业政策趋向

#### 五、2009-2012年功能性饮料技术革新趋势

#### 六、2009-2012年功能性饮料价格走势分析

#### 七、2009-2012年国际环境对行业的影响

## 第十四章 未来功能性饮料行业发展预测

### 第一节 未来功能性饮料需求与消费预测

#### 一、2009-2012年功能性饮料产品消费预测

#### 二、2009-2012年功能性饮料市场规模预测

#### 三、2009-2012年功能性饮料行业总产值预测

#### 四、2009-2012年功能性饮料行业销售收入预测

#### 五、2009-2012年功能性饮料行业总资产预测

### 第二节 2009-2012年中国功能性饮料行业供需预测

#### 一、2008-2012年中国功能性饮料供给预测

#### 二、2009-2012年中国功能性饮料产量预测

#### 三、2009-2012年中国功能性饮料需求预测

#### 四、2009-2012年中国功能性饮料供需平衡预测

#### 五、2009-2012年中国功能性饮料产品价格预测

#### 六、2009-2012年主要功能性饮料产品进出口预测

## 第四部分 投资战略研究

## 第十五章 功能性饮料行业投资现状分析

### 第一节 2008年功能性饮料行业投资情况分析

#### 一、2008年总体投资及结构

#### 二、2008年投资规模情况

三、2008年投资增速情况

四、2008年分行业投资分析

五、2008年分地区投资分析

六、2008年外商投资情况

第二节 2009年1-5月功能性饮料行业投资情况分析

一、2009年1-5月总体投资及结构

二、2009年1-5月投资规模情况

三、2009年1-5月投资增速情况

四、2009年1-5月分行业投资分析

五、2009年1-5月分地区投资分析

六、2009年1-5月外商投资情况

第十六章 功能性饮料行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

一、2008-2009年我国宏观经济运行情况

二、2009-2012年我国宏观经济形势分析

三、2009-2012年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

一、2009年功能性饮料行业政策环境分析

二、2009年国内宏观政策对其影响

三、2009年行业产业政策对其影响

第三节 技术发展环境分析

一、国内功能性饮料技术现状

二、2009年功能性饮料技术发展分析

三、2009-2012年功能性饮料技术发展趋势分析

第四节 社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2009年社会环境发展分析

三、2009-2012年社会环境对行业的影响分析

第十七章 功能性饮料行业投资机会与风险

第一节 行业活力系数比较及分析

一、2009年相关产业活力系数比较

二、2007-2008行业活力系数分析

## 第二节 行业投资收益率比较及分析

一、2009年相关产业投资收益率比较

二、2007-2008行业投资收益率分析

## 第三节 功能性饮料行业投资效益分析

一、2008-2009年功能性饮料行业投资状况分析

二、2009-2012年功能性饮料行业投资效益分析

三、2009-2012年功能性饮料行业投资趋势预测

四、2009-2012年功能性饮料行业的投资方向

五、2009-2012年功能性饮料行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

## 第四节 影响功能性饮料行业发展的主要因素

一、2009-2012年影响功能性饮料行业运行的有利因素分析

二、2009-2012年影响功能性饮料行业运行的稳定因素分析

三、2009-2012年影响功能性饮料行业运行的不利因素分析

四、2009-2012年我国功能性饮料行业发展面临的挑战分析

五、2009-2012年我国功能性饮料行业发展面临的机遇分析

## 第五节 功能性饮料行业投资风险及控制策略分析

一、2009-2012年功能性饮料行业市场风险及控制策略

二、2009-2012年功能性饮料行业政策风险及控制策略

三、2009-2012年功能性饮料行业经营风险及控制策略

四、2009-2012年功能性饮料行业技术风险及控制策略

五、2009-2012年功能性饮料行业同业竞争风险及控制策略

六、2009-2012年功能性饮料行业其他风险及控制策略

## 第十八章 功能性饮料行业投资战略研究

### 第一节 功能性饮料行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国功能性饮料品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、功能性饮料实施品牌战略的意义

三、功能性饮料企业品牌的现状分析

四、我国功能性饮料企业的品牌战略

五、功能性饮料品牌战略管理的策略

第三节 功能性饮料经营策略分析

一、功能性饮料市场细分策略

二、功能性饮料市场创新策略

三、饮料品牌定位与品类规划

四、功能性饮料新产品差异化战略

第四节 功能性饮料行业投资战略研究

一、2009年饮料行业投资战略

二、2009年功能性饮料行业投资战略

三、2009-2012年功能性饮料行业投资战略

四、2009-2012年细分行业投资战略

图表目录

图表：功能性饮料产业链分析

图表：国际功能性饮料市场规模

图表：国际功能性饮料生命周期

图表：2003-2008年中国功能性饮料行业市场规模

图表：2002-2008年全球功能性饮料产业市场规模

图表：2006-2008年功能性饮料重要数据指标比较

图表：2003-2008年中国功能性饮料行业销售情况分析

图表：2003-2008年中国功能性饮料行业利润情况分析

图表：2003-2008年中国功能性饮料行业资产情况分析

图表：2008-2009年中国功能性饮料发展能力分析

图表：2008-2009年中国功能性饮料竞争力分析

图表：2009-2012年中国功能性饮料产能预测

图表：2009-2012年中国功能性饮料消费量预测

图表：2009-2012年中国功能性饮料市场前景预测

图表：2009-2012年中国功能性饮料市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国功能性饮料发展前景预测

图表：2008年1-12月功能性饮料产量全国合计

图表：2008年1-12月功能性饮料产量北京市合计

图表：2008年1-12月功能性饮料产量天津市合计

图表：2008年1-12月功能性饮料产量河北省合计

图表：2008年1-12月功能性饮料产量山西省合计

图表：2008年1-12月功能性饮料产量辽宁省合计

图表：2008年1-12月功能性饮料产量吉林省合计

图表：2008年1-12月功能性饮料产量黑龙江合计

图表：2008年1-12月功能性饮料产量上海市合计

图表：2008年1-12月功能性饮料产量江苏省合计

图表：2008年1-12月功能性饮料产量浙江省合计

图表：2008年1-12月功能性饮料产量安徽省合计

图表：2008年1-12月功能性饮料产量福建省合计

图表：2008年1-12月功能性饮料产量江西省合计

图表：2008年1-12月功能性饮料产量山东省合计

图表：2008年1-12月功能性饮料产量河南省合计

图表：2008年1-12月功能性饮料产量湖北省合计

图表：2008年1-12月功能性饮料产量湖南省合计

图表：2008年1-12月功能性饮料产量广东省合计

图表：2008年1-12月功能性饮料产量广西区合计

图表：2008年1-12月功能性饮料产量海南省合计

图表：2008年1-12月功能性饮料产量重庆市合计

图表：2008年1-12月功能性饮料产量四川省合计

图表：2008年1-12月功能性饮料产量贵州省合计

图表：2008年1-12月功能性饮料产量云南省合计

图表：2008年1-12月功能性饮料产量陕西省合计

图表：2008年1-12月功能性饮料产量甘肃省合计

图表：2008年1-12月功能性饮料产量新疆区合计  
图表：2008年1-12月功能性饮料产量内蒙古合计  
图表：2009年1-5月功能性饮料产量全国合计  
图表：2009年1-5月功能性饮料产量北京市合计  
图表：2009年1-5月功能性饮料产量天津市合计  
图表：2009年1-5月功能性饮料产量河北省合计  
图表：2009年1-5月功能性饮料产量山西省合计  
图表：2009年1-5月功能性饮料产量辽宁省合计  
图表：2009年1-5月功能性饮料产量吉林省合计  
图表：2009年1-5月功能性饮料产量黑龙江合计  
图表：2009年1-5月功能性饮料产量上海市合计  
图表：2009年1-5月功能性饮料产量江苏省合计  
图表：2009年1-5月功能性饮料产量浙江省合计  
图表：2009年1-5月功能性饮料产量安徽省合计  
图表：2009年1-5月功能性饮料产量福建省合计  
图表：2009年1-5月功能性饮料产量江西省合计  
图表：2009年1-5月功能性饮料产量山东省合计  
图表：2009年1-5月功能性饮料产量河南省合计  
图表：2009年1-5月功能性饮料产量湖北省合计  
图表：2009年1-5月功能性饮料产量湖南省合计  
图表：2009年1-5月功能性饮料产量广东省合计  
图表：2009年1-5月功能性饮料产量广西区合计  
图表：2009年1-5月功能性饮料产量海南省合计  
图表：2009年1-5月功能性饮料产量重庆市合计  
图表：2009年1-5月功能性饮料产量四川省合计  
图表：2009年1-5月功能性饮料产量贵州省合计  
图表：2009年1-5月功能性饮料产量云南省合计  
图表：2009年1-5月功能性饮料产量陕西省合计  
图表：2009年1-5月功能性饮料产量甘肃省合计  
图表：2009年1-5月功能性饮料产量新疆区合计  
图表：2009年1-5月功能性饮料产量内蒙古合计  
图表：2008年1-12月饮料行业经济指标全国合计

图表：2008年1-12月饮料行业经济指标北京市合计  
图表：2008年1-12月饮料行业经济指标天津市合计  
图表：2008年1-12月饮料行业经济指标河北省合计  
图表：2008年1-12月饮料行业经济指标山西省合计  
图表：2008年1-12月饮料行业经济指标内蒙古合计  
图表：2008年1-12月饮料行业经济指标辽宁省合计  
图表：2008年1-12月饮料行业经济指标吉林省合计  
图表：2008年1-12月饮料行业经济指标黑龙江合计  
图表：2008年1-12月饮料行业经济指标上海市合计  
图表：2008年1-12月饮料行业经济指标江苏省合计  
图表：2008年1-12月饮料行业经济指标浙江省合计  
图表：2008年1-12月饮料行业经济指标安徽省合计  
图表：2008年1-12月饮料行业经济指标福建省合计  
图表：2008年1-12月饮料行业经济指标江西省合计  
图表：2008年1-12月饮料行业经济指标山东省合计  
图表：2008年1-12月饮料行业经济指标河南省合计  
图表：2008年1-12月饮料行业经济指标湖北省合计  
图表：2008年1-12月饮料行业经济指标湖南省合计  
图表：2008年1-12月饮料行业经济指标广东省合计  
图表：2008年1-12月饮料行业经济指标广西区合计  
图表：2008年1-12月饮料行业经济指标海南省合计  
图表：2008年1-12月饮料行业经济指标重庆市合计  
图表：2008年1-12月饮料行业经济指标四川省合计  
图表：2008年1-12月饮料行业经济指标贵州省合计  
图表：2008年1-12月饮料行业经济指标云南省合计  
图表：2008年1-12月饮料行业经济指标陕西省合计  
图表：2008年1-12月饮料行业经济指标甘肃省合计  
图表：2008年1-12月饮料行业经济指标青海省合计  
图表：2008年1-12月饮料行业经济指标宁夏区合计  
图表：2008年1-12月饮料行业经济指标新疆区合计  
图表：2009年1-5月饮料行业经济指标全国合计  
图表：2009年1-5月饮料行业经济指标北京市合计

图表：2009年1-5月饮料行业经济指标天津市合计

图表：2009年1-5月饮料行业经济指标河北省合计

图表：2009年1-5月饮料行业经济指标山西省合计

图表：2009年1-5月饮料行业经济指标内蒙古合计

图表：2009年1-5月饮料行业经济指标辽宁省合计

图表：2009年1-5月饮料行业经济指标吉林省合计

图表：2009年1-5月饮料行业经济指标黑龙江合计

图表：2009年1-5月饮料行业经济指标上海市合计

图表：2009年1-5月饮料行业经济指标江苏省合计

图表：2009年1-5月饮料行业经济指标浙江省合计

图表：2009年1-5月饮料行业经济指标安徽省合计

图表：2009年1-5月饮料行业经济指标福建省合计

图表：2009年1-5月饮料行业经济指标江西省合计

图表：2009年1-5月饮料行业经济指标山东省合计

图表：2009年1-5月饮料行业经济指标河南省合计

图表：2009年1-5月饮料行业经济指标湖北省合计

图表：2009年1-5月饮料行业经济指标湖南省合计

图表：2009年1-5月饮料行业经济指标广东省合计

图表：2009年1-5月饮料行业经济指标广西区合计

图表：2009年1-5月饮料行业经济指标海南省合计

图表：2009年1-5月饮料行业经济指标重庆市合计

图表：2009年1-5月饮料行业经济指标四川省合计

图表：2009年1-5月饮料行业经济指标贵州省合计

图表：2009年1-5月饮料行业经济指标云南省合计

图表：2009年1-5月饮料行业经济指标陕西省合计

图表：2009年1-5月饮料行业经济指标甘肃省合计

图表：2009年1-5月饮料行业经济指标青海省合计

图表：2009年1-5月饮料行业经济指标宁夏区合计

图表：2009年1-5月饮料行业经济指标新疆区合计

图表：2008年1-12月功能性饮料进口数据

图表：2008年1季度功能性饮料进口数据

图表：2008年1月功能性饮料进口数据

图表：2008年2月功能性饮料进口数据  
图表：2008年3月功能性饮料进口数据  
图表：2008年2季度功能性饮料进口数据  
图表：2008年4月功能性饮料进口数据  
图表：2008年5月功能性饮料进口数据  
图表：2008年6月功能性饮料进口数据  
图表：2008年3季度功能性饮料进口数据  
图表：2008年7月功能性饮料进口数据  
图表：2008年8月功能性饮料进口数据  
图表：2008年9月功能性饮料进口数据  
图表：2008年4季度功能性饮料进口数据  
图表：2008年10月功能性饮料进口数据  
图表：2008年11月功能性饮料进口数据  
图表：2008年12月功能性饮料进口数据  
图表：2008年1-12月功能性饮料出口数据  
图表：2008年1季度功能性饮料出口数据  
图表：2008年1月功能性饮料出口数据  
图表：2008年2月功能性饮料出口数据  
图表：2008年3月功能性饮料出口数据  
图表：2008年2季度功能性饮料出口数据  
图表：2008年4月功能性饮料出口数据  
图表：2008年5月功能性饮料出口数据  
图表：2008年6月功能性饮料出口数据  
图表：2008年3季度功能性饮料出口数据  
图表：2008年7月功能性饮料出口数据  
图表：2008年8月功能性饮料出口数据  
图表：2008年9月功能性饮料出口数据  
图表：2008年4季度功能性饮料出口数据  
图表：2008年10月功能性饮料出口数据  
图表：2008年11月功能性饮料出口数据  
图表：2008年12月功能性饮料出口数据  
图表：2009年1-5月功能性饮料进口数据

图表：2009年1季度功能性饮料进口数据

图表：2009年1月功能性饮料进口数据

图表：2009年2月功能性饮料进口数据

图表：2009年3月功能性饮料进口数据

图表：2009年2季度功能性饮料进口数据

图表：2009年4月功能性饮料进口数据

图表：2009年5月功能性饮料进口数据

图表：2009年1-5月功能性饮料出口数据

图表：2009年1季度功能性饮料出口数据

图表：2009年1月功能性饮料出口数据

图表：2009年2月功能性饮料出口数据

图表：2009年3月功能性饮料出口数据

图表：2009年2季度功能性饮料出口数据

图表：2009年4月功能性饮料出口数据

图表：2009年5月功能性饮料出口数据

图表：功能性饮料市场调查对象情况分析

图表：功能性饮料消费者消费习惯调查

图表：消费者对功能性饮料产品价格认同情况调查分析

图表：消费者购买渠道情况调查分析

图表：功能性饮料消费者品牌状况调查分析

图表：2008-2009年中国消费者功能性饮料品牌构成

图表：功能性饮料消费者性别比例

图表：功能性饮料消费者年龄分布

图表：功能性饮料消费者购买频率分析

图表：功能性饮料消费者购买功能性饮料的规格

图表：功能性饮料消费者购买功能性饮料消费金额

图表：消费者功能性饮料功能关注度调查分析

图表：影响消费者购买的因素调查分析

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/126609.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;  
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;  
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;  
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。