



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008-2010年中国功能性饮料行业 发展现状及市场走势分析报告

# 一、调研说明

《2008-2010年中国功能性饮料行业发展现状及市场走势分析报告》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/40429.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

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

### 第一章功能性饮料整体概述

#### 第一节 产品的定义

#### 第二节 产品的特征

#### 第三节 产品的分类

##### 一、运功型

##### 二、营养型

##### 三、平衡型

##### 四、电解质补充型

### 第二章 2008-2009年全球功能性饮料市场环境分析

#### 第一节 2008-2009年全球功能性饮料发展概述

##### 一、功能性饮料发展历程

##### 二、功能性饮料的占总饮料市场的份额

##### 三、功能性饮料的发展方向

#### 第二节 2008-2009年全球功能性饮料主要生产国家分析

##### 一、美国

##### 二、日本

##### 三、英国

##### 四、法国

#### 第三节 全球功能性饮料市场一体化趋势分析

### 第三章 2008-2009年中国功能性饮料发展的整体情况分析

#### 第一节 中国功能性饮料的发展概况

##### 一、行业发展的阶段

##### 二、影响发展的主要因素

#### 第二节 2008-2009年中国功能性饮料产品现状分析

##### 一、品牌推广

##### 二、产品结构

##### 三、产品忠诚度

### 第三节 2008-2009年中国功能性饮料市场现状分析

#### 一、供需情况

#### 二、价格走势

#### 三、营销策略

### 第四章 2008-2009年中国功能性饮料市场运行环境分析

#### 第一节 2008-2009年中国功能性饮料经济环境分析

##### 一、GDP增长分析

##### 二、城乡居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数

##### 三、城镇人员从业状况

##### 四、存贷款利率变化

##### 五、财政收支状况

#### 第二节 2008-2009年中国功能性饮料政策环境分析

##### 一、中国出台全国食品标准发展计划

##### 二、《食品安全监管信息发布暂行管理办法》解读

##### 三、中国将实行两项食品标签新标准

#### 第三节 2008-2009年中国功能性饮料社会环境发展分析

##### 一、人们消费水平提高

##### 二、卫生健康意识增强

##### 三、理性购买行为

#### 第四节 2008-2009年中国功能性饮料技术环境分析

##### 一、配方

##### 二、包装技术

##### 三、其他相关技术

### 第五章 2008-2009年中国功能性饮料市场供需平衡分析

#### 第一节 2008-2009年中国功能性饮料需求分析

##### 一、各地区需求分析

##### 二、各功能需求分析

##### 三、新品种需求分析

#### 第二节 2008-2009年中国功能性饮料供给分析

##### 一、各地区供给分析

二、各功能供给分析

三、新品种供给分析

第三节 2008-2009年中国功能性饮料供需平衡分析

第六章 2008-2009年中国功能性饮料消费者分析

第一节 2008-2009年消费者群体分析

一、人口总量与结构统计

二、主要消费群体分析

三、消费者对功能性饮料的消费支出分析

第二节 影响消费者购买行为分析

一、功能

二、口味

三、品牌

四、包装

五、价格

六、渠道

第三节 消费者主要消费渠道分析

一、大型超市、大卖场

二、小型便利店

三、小卖部、报亭

第七章 2008-2009年中国功能性饮料市场竞争格局深入分析

第一节 2008-2009年中国功能性饮料市场竞争整体情况

第一节 2008-2009年中国功能性饮料重点城市竞争格局

一、北京

二、上海

三、广州

第二节 2008-2009年中国功能性饮料产品竞争格局

一、产品种类

二、产品功能

第三节 2008-2009年中国功能性饮料营销策略竞争格局

一、品牌营销

## 二、广告营销

## 三、网络营销

### 第四节 2008-2009年中国功能性饮料新产品的竞争趋势

## 第八章 2008-2009年中国市场上功能性饮料重点品牌分析

### 第一节 红牛

#### 一、红牛维他命饮料有限公司概述

#### 二、红牛维他命饮料有限公司收入及盈利指标

#### 三、红牛维他命饮料有限公司资产状况分析

#### 四、红牛维他命饮料有限公司成本费用构成情况

#### 五、红牛维他命饮料有限公司竞争力分析

### 第二节 宝矿力水特

#### 一、天津大冢饮料有限公司概述

#### 二、天津大冢饮料有限公司收入及盈利指标

#### 三、天津大冢饮料有限公司资产状况分析

#### 四、天津大冢饮料有限公司成本费用构成情况

#### 五、天津大冢饮料有限公司竞争力分析

### 第三节 激活

#### 一、杭州娃哈哈集团有限公司概述

#### 二、杭州娃哈哈集团有限公司收入及盈利指标

#### 三、杭州娃哈哈集团有限公司资产状况分析

#### 四、杭州娃哈哈集团有限公司成本费用构成情况

#### 五、杭州娃哈哈集团有限公司竞争力分析

### 第四节 佳得乐

#### 一、百事可乐公司概述

#### 二、百事可乐公司收入及盈利指标

#### 三、百事可乐公司资产状况分析

#### 四、百事可乐公司成本费用构成情况

#### 五、百事可乐公司竞争力分析

### 第五节 雀巢能量E

#### 一、雀巢公司概述

#### 二、雀巢公司收入及盈利指标

三、雀巢公司资产状况分析

四、雀巢公司成本费用构成情况

五、雀巢公司竞争力分析

第六节 劲跑

一、康师傅控股有限公司概述

二、康师傅控股有限公司收入及盈利指标

三、康师傅控股有限公司资产状况分析

四、康师傅控股有限公司成本费用构成情况

五、康师傅控股有限公司竞争力分析

第七节 王老吉（红色罐装）

一、加多宝集团概述

二、加多宝集团收入及盈利指标

三、加多宝集团资产状况分析

四、加多宝集团成本费用构成情况

五、加多宝集团竞争力分析

第九章 2008-2010年中国功能性饮料行业发展前景及趋势分析

第一节 2008-2010年中国功能性饮料产品工艺与技术趋势

一、政策环境与需求环境走势分析

二、基于需求市场的技术应用趋势

三、生产方法与质量标准改进趋势

第二节 2008-2010年中国功能性饮料产品竞争趋势分析

一、总体规模的量化预测

二、产品竞争格局预测

三、企业竞争格局预测

四、市场规模与结构趋势预测

第十章 2008-2010年中国功能性饮料投资及风险分析

第一节 2008-2012年中国功能性饮料投资机会分析

一、市场可拓展的空间大

二、新产品推出的机会多

三、生产成本较低

## 四、北京奥运会带来的机会

### 第二节 2008-2012年中国功能性饮料投资风险分析

#### 一、政策风险

#### 二、财务风险

#### 三、营销风险

#### 四、竞争风险

### 第三节 专家建议

#### 一、产品策略建议

#### 二、价格策略建议

#### 三、渠道策略建议

#### 四、促销策略建议

#### 五、服务策略建议

#### 六、品牌策略建议

## 图表目录

图表：华北地区功能性饮料产品产销量统计分析

图表：东北地区功能性饮料产品产销量统计分析

图表：华东地区功能性饮料产品产销量统计分析

图表：华中地区功能性饮料产品产销量统计分析

图表：华南地区功能性饮料产品产销量统计分析

图表：西南地区功能性饮料产品产销量统计分析

图表：西北地区功能性饮料产品产销量统计分析

图表：北京功能性饮料产品产销量统计分析

图表：上海地区功能性饮料产品产销量统计分析

图表：广州地区功能性饮料产品产销量统计分析

图表：2004-2008年中国功能性饮料历年产量数据分析

图表：2004-2008年中国功能性饮料历年销量分析

图表：2004-2008年中国功能性饮料历年进出口数量分析

图表：2008-2009年中国功能性饮料企业总体规模与集中度分析

图表：功能性饮料产品分类图

图表：人口总量与结构统计

图表：功能性饮料产量统计分析



图表：2004-2008年功能性饮料价格分析

图表：影响消费者购买行为分析图

图表：功能性饮料消费渠道分析图

图表：功能性饮料主要品牌市场占有率分析

图表：主要生产厂家及其产能分析

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/40429.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。