

2010-2015年中国功能饮料 市场格局分析与前景预测报告

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

《2010-2015年中国功能饮料市场格局分析与前景预测研究报告》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/201003/35830.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

第一章 饮料及功能饮料相关概述

第一节 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 2009-2010年国际功能饮料市场运行态势分析

第一节 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010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 2010-2015年世界功能饮料市场新趋势分析

第三章 2009-2010年中国运动饮料行业市场运行环境解析

第一节 2009-2010年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、城乡居民家庭人均可支配收入分析
- 三、中国CPI分析
- 四、进出口总额及增长率分析

五、社会消费品零售总额

第二节 2009-2010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 2009-2010年中国运动饮料市场社会环境分析

- 一、人们健康意识提高
- 二、消费观念

第四章 2009-2010年中国功能饮料行业运行态势分析

第一节 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010年中国功能饮料市场挑战分析

- 一、产品不能特色化制约发展
- 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 2009-2010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、功能饮料做大做强的策略
- 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 2005-2010年中国功能饮料制造行业运行经济指标监测与分析

第一节 2006-2009年中国功能饮料制造行业数据统计与监测分析

- 一、2006-2009年中国功能饮料制造行业企业数量增长分析
- 二、2006-2009年中国功能饮料制造行业从业人数调查分析
- 三、2005-2009年中国功能饮料制造行业总销售收入分析
- 四、2005-2009年中国功能饮料制造行业利润总额分析
- 五、2005-2009年中国功能饮料制造行业投资资产增长性分析

第二节 2010年1-2月中国功能饮料制造行业最新数据统计与监测分析

- 一、企业数量与分布
- 二、销售收入
- 三、利润总额
- 四、从业人数

第三节 2010年1-2月中国功能饮料制造行业投资状况监测

- 一、行业资产区域分布
- 二、主要省市投资增速对比

第六章 2007-2009年中国功能饮料产量数据分析

第一节 2007-2008年中国瓶(罐)装饮用水产量数据分析

- 一、2007-2008年全国瓶(罐)装饮用水产量数据分析
- 二、2007-2008年瓶(罐)装饮用水重点省市数据分析

第二节 2009年中国瓶(罐)装饮用水产量数据分析

- 一、2009年全国瓶(罐)装饮用水产量数据分析
- 二、2009年瓶(罐)装饮用水重点省市数据分析

第三节 2009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 2009-2010年中国功能饮料细分市场运行形势分析

第一节 2009-2010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 2006-2009年中国功能饮料进出口数据统计情况

第一节 2006-2009年中国功能饮料出口统计

一、2006-2009年中国功能饮料出口量统计

二、2006-2009年中国功能饮料出口金额统计

第二节 2006-2009年中国功能饮料进口统计

一、2006-2009年中国功能饮料进口量统计

二、2006-2009年中国功能饮料进口金额统计

第三节 2006-2009年中国功能饮料进出口价格分析

第九章 2009-2010年中国功能饮料市场营销及案例分析

第一节 2009-2010年中国功能饮料的市场营销状况分析

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 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010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

第十章 2009-2010年中国功能饮料市场竞争格局分析

第一节 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010年中国功能饮料产业集中度分析

一、产品产量区域分布

二、生产企业的集中分布

三、市场集中度分析

第四节 2010-2015年中国功能饮料市场竞争趋势分析

第十一章 2009-2010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

第十二章 2009-2010年中国功能饮料行业主要经营态势分析

第一节 红牛维他命饮料有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业收入及盈利指标
- 三、企业资产状况分析
- 四、企业成本费用构成情况

第二节 乐百氏(广东)食品饮料有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业收入及盈利指标
- 三、企业资产状况分析
- 四、企业成本费用构成情况

第三节 广州王老吉药业股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业收入及盈利指标
- 三、企业资产状况分析
- 四、企业成本费用构成情况

第四节 佛山市三水健力宝贸易有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业收入及盈利指标
- 三、企业资产状况分析
- 四、企业成本费用构成情况

第五节 三得利(上海)食品有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业销售收入及盈利水平分析
- 三、企业资产及负债情况分析
- 四、企业成本费用情况

第六节 杭州娃哈哈饮料有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业销售收入及盈利水平分析
- 三、企业资产及负债情况分析
- 四、企业成本费用情况

第七节 深圳万和制药有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业销售收入及盈利水平分析
- 三、企业资产及负债情况分析
- 四、企业成本费用情况

第八节 广东大冢制药有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业销售收入及盈利水平分析
- 三、企业资产及负债情况分析
- 四、企业成本费用情况

第九节 上海锦江麒麟饮料食品有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业销售收入及盈利水平分析
- 三、企业资产及负债情况分析
- 四、企业成本费用情况

第十三章 2009-2010年中国功能饮料的相关行业发展态势分析

第一节 碳酸饮料

- 一、2009-2010年碳酸饮料市场发展简况
- 二、2009-2010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、2009-2010年中国茶饮料行业发展总体状况
- 二、2009-2010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、2009-2010年中国乳饮料市场发展概况

二、2009-2010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、2009-2010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

第十四章 2010-2015年中国功能饮料行业投资前景预测

第一节 2010-2015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 2010-2015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 2010-2015年中国功能饮料行业投资风险预警

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

第十五章 2010-2015年中国功能饮料行业发展前景及趋势分析

第一节 2010-2015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 2010-2015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 2010-2015年中国功能饮料行业市场盈利状况预测分析

图表目录：

图表：2006-2009年功能饮料制造业企业数量增长趋势图

图表：2006-2009年中国功能饮料制造业亏损企业数量及亏损面情况变化图

图表：2006-2009年功能饮料制造业累计从业人数及增长情况对比图

图表：2005-2009年中国功能饮料制造业销售收入及增长趋势图

图表：2005-2009年中国功能饮料制造业毛利率变化趋势图

图表：2005-2009年中国功能饮料制造业利润总额及增长趋势图

图表：2006-2009年中国功能饮料制造业总资产利润率变化图

图表：2005-2009年中国功能饮料制造业总资产及增长趋势图

图表：2009-2010年中国功能饮料制造业亏损企业对比图

图表：2010年1-2月中国功能饮料制造业不同规模企业分布结构图

图表：2010年1-2月中国功能饮料制造业不同所有制企业比例分布图

图表：2010年1-2月中国功能饮料制造业主营业务收入与上年同期对比表

图表：2010年1-2月中国功能饮料制造业收入前五位省市比例对比表

图表：2010年1-2月中国功能饮料制造业销售收入排名前五位省市对比图

图表：2010年1-2月中国功能饮料制造业收入前五位省区占全国比例结构图

图表：2010年1-2月中国功能饮料制造业主营入同比增速前五省市对比 单位：千元

图表：2010年1-2月中国功能饮料制造业主营业务收入增长速度前五省市增长趋势图

图表：2010年1-2月中国功能饮料制造业利润总额及与上年同期对比图

图表：2010年1-2月中国功能饮料制造业利润总额前五位省市统计表 单位：千元

图表：2010年1-2月中国功能饮料制造业利润总额前五位省市对比图

图表：2010年中国功能饮料制造业利润总额增长幅度最快的省市统计表 单位：千元

图表：2010年中国功能饮料制造业利润总额增长最快省市变化趋势图

图表：2010年1-2月中国功能饮料制造业从业人数与上年同期对比图

图表：2010年1-2月中国功能饮料制造业资产总计及与上年同期对比图

图表：2010年1-2月中国功能饮料制造业资产总计前五位省市统计表

图表：2010年1-2月中国功能饮料制造业资产总计前五省市资产情况对比图

图表：2010年1-2月中国功能饮料制造业资产总计前五位省市分布结构图

图表：2010年1-2月中国功能饮料制造业资产增长幅度最快的省市统计表 单位：千元

图表：2010年1-2月中国功能饮料制造业资产增速前五省市资产总计及增长趋势

图表：2007-2008年中国及重点省市瓶(罐)装饮用水产量统计分析

图表：2009年中国及重点省市瓶(罐)装饮用水产量统计

图表：瓶(罐)装饮用水产量增长性分析

图表：2006-2009年中国功能饮料出口量统计

图表：2006-2009年中国功能饮料出口金额统计

图表：2006-2009年中国功能饮料进口量统计

图表：2006-2009年中国功能饮料进口金额统计

图表：2006-2009年中国功能饮料进出口价格分析

图表：中国功能饮料产量预测分析

图表：中国功能饮料市场消费情况预测分析

图表：中国功能饮料进出口贸易预测分析

图表：略……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201003/35830.html>