

2010-2013年中国功能饮料市场调研及投资前景咨询报告

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《2010-2013年中国功能饮料市场调研及投资前景咨询报告》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/7822578225.html>

报告价格：电子版: 6500元 纸介版：6800元 电子和纸介版: 7000

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

据有关资料对功能性饮料的分类，认为广义的功能饮料包括运动饮料、能量饮料和其他有保健作用的饮料。《中国软饮料分类标准》中给功能性饮料下的定义是，通过调整饮料中天然营养素成分和含量比例，以适应某些特殊人群营养需要的饮品，包括运动(运动食品)饮料、营养素饮料和其他特殊用途饮料三大类。

根据国家统计局为我们提供的数据，截至2009年11月底，国内共有规模以上饮料制造业企业5611家，而从近三年整体的数据来看，平均每年规模以上企业数量的增长率为0.83%，即平均每年增加的规模企业数量为998家。

功能型饮料呈加速增长趋势,2006年我国产量为110万吨，2007年达到130万吨，人均消费0.5公斤，2008年产量为160万吨。我国功能饮料市场会以20%的年均速度增长，到2010年达230万吨。这个数字与世界功能饮料年产4500万吨，人均消费7.5公斤的产销量相比差距依然较大。我国功能型饮料的发展空间很大。

【 报告目录 】

第一章 饮料及功能饮料概述 18

第一节 饮料的概述 18

一、饮料和软饮料简介 18

二、饮料的国家标准分类 18

三、饮料的其他分类法介绍 18

第二节 饮料相关生产工艺介绍 19

一、碳酸饮料加工技术 19

二、果蔬汁的生产工艺介绍 22

三、茶饮料加工工艺 23

第三节 功能饮料的相关概述 25

一、功能饮料简介 25

二、功能饮料成分分类法 26

三、运动饮料的概念及特点 27

四、功能饮料的选择与饮用 27

第二章 2008-2009年世界功能饮料行业运行状况分析 28

第一节 2008-2009年国际饮料市场发展概况 28

一、全球饮料产品结构分析 28

二、传统饮料重回俄罗斯市场主流 28

三、主要国家饮料市场综合分析 29

第二节 2008-2009年国际功能饮料行业发展状况分析 30

一、全球功能饮料开发现状 30

- 二、功能性饮料进入发展新阶段 30
- 三、功能性饮料逐渐占领美国饮料市场 30
- 四、功能饮料开发方向 31
- 第三节 2009-2012年世界功能饮料产业发展趋势分析 31
- 第三章 2008-2009年中国功能饮料产业运行环境分析 33
- 第一节 2008-2009年中国功能饮料产业政策分析 33
- 一、中华人民共和国食品安全法 33
- 二、饮料厂卫生规范 55
- 三、《饮料通则》出台功能饮料有新分类 65
- 第二节 2008-2009年中国宏观经济环境分析 66
- 一、中国GDP分析 66
- 二、中国经济受金融危机影响分析 69
- 三、中国CPI指数分析 69
- 第三节 2008-2009年中国功能饮料产业社会环境分析 70
- 第四章 2008-2009年中国功能饮料产业运行形势分析 75
- 第一节 2008-2009年中国功能饮料行业发展综述 75
- 一、功能饮料市场走向细分时代 75
- 二、健康理念助功能饮料市场火爆 76
- 三、影响功能饮料发展的因素分析 76
- 四、中国功能性饮料行业发展的取向 76
- 第二节 2008-2009年中国功能饮料市场发展的的问题 77
- 一、功能性饮料消费的误区 77
- 二、国内功能饮料监管市场存在缺失 77
- 三、功能饮料市场面临挑战 78
- 第三节 2008-2009年中国功能饮料的发展策略分析 78
- 一、功能性饮料发展须众强联合 78
- 二、功能饮料的成功策略分析 80
- 三、红牛的销售策略 85
- 四、功能饮料的创新策略分析 87
- 第五章 2008-2009年中国功能饮料产业运行动态分析 90
- 第一节 2009年中国功能饮料市场解读 90
- 一、2009年功能饮料再次进入发展高峰期 90
- 二、2009年红牛事件引发功能饮料地震 91
- 三、2009年功能饮料消费者市场调查及潜力分析 91
- 第二节 2008-2009年中国功能饮料市场品牌分析 92

- 一、红牛牢据中国功能饮料市场制高点 92
- 二、功能饮料品牌定位分析 93
- 三、品牌与品质成未来功能饮料市场主宰 94
- 四、功能饮料亟需突破区域品牌强化概念 95
- 第三节 2008-2009年中国功能饮料重点资讯分析 95
- 第六章 2008-2009年中国功能饮料细分市场运行态势分析 96
- 第一节 2008-2009年中国运动饮料市场概况 96
- 一、运动饮料的作用 96
- 二、世界运动饮料市场分析 98
- 三、中国运动饮料的市场状况 101
- 四、2009年我国运动饮料新国标出台 101
- 五、我国运动饮料市场发展面临的问题 102
- 六、我国运动饮料存在的主要安全问题 102
- 七、椰子水应用于运动饮料发展展望 103
- 第二节 2008-2009年中国能量饮料市场概况 104
- 一、欧洲能量饮料市场分析 104
- 二、中国能量饮料市场的竞争 104
- 三、能量饮料市场问题分析 106
- 第三节 2008-2009年中国保健饮料市场状况分析 107
- 一、国际保健饮料开发火热 107
- 二、我国保健饮料市场发展现状 108
- 三、醋保健饮料市场优势分析 108
- 四、鲜花饮料市场营销分析 109
- 五、植物保健饮料市场开发前景分析 110
- 六、保健饮料市场发展空间大 111
- 第七章 2006-2009年中国饮料制造业行业规模以上企业经济运行数据监测 112
- 第一节 2005-2009年中国饮料制造业行业数据监测回顾 112
- 一、竞争企业数量 112
- 二、亏损面情况 113
- 三、市场销售额增长 115
- 四、利润总额增长 115
- 五、投资资产增长性 116
- 六、行业从业人数调查分析 117
- 第二节 2005-2009年中国饮料制造业行业投资价值测算 119
- 一、销售利润率 119

二、销售毛利率 119

三、资产利润率 120

第三节 2005-2009年中国饮料制造业行业产销率调查 121

一、工业总产值 121

二、工业销售产值 122

三、产销率调查 123

第四节 2005-2009年饮料制造业出口交货值数据 124

一、出口交货值增长 124

二、出口交货值占工业产值的比重（出口率） 125

第八章 2008-2009年中国功能饮料营销及案例分析 127

第一节 2008-2009年中国功能饮料的营销分析 127

一、功能饮料营销需要创新 127

二、时尚是功能饮料不可或缺的因素 127

三、产品创新，机会无限 128

四、功能性饮料营销的出路 129

第二节 功能饮料营销案例分析 131

一、力丽营销分析 131

二、红牛营销策略分析 133

三、健力宝的营销策略 134

四、脉动营销分析 137

五、体饮营销分析 138

六、劲跑市场营销分析 144

第九章 2008-2009年中国功能饮料产业市场竞争格局分析 149

第一节 2008-2009年中国功能饮料产业竞争现状分析 149

一、功能饮料品牌竞争分析 149

二、功能饮料价格竞争分析 149

三、功能饮料竞争广告战开唱主角 150

第二节 2008-2009年中国功能饮料产业区域竞争格局分析 150

一、北京 150

二、天津 150

三、深圳 151

第三节 2008-2009年中国功能饮料产业提升竞争力策略分析 151

第十章 2008-2009年中国功能饮料产业优势企业竞争力分析 154

第一节 红牛维他命饮料有限公司 154

一、公司简介 154

- 二、企业主要财务数据分析 154
- 三、企业成本费用分析 156
- 四、公司竞争力及战略分析 156
- 第二节 杭州娃哈哈集团有限公司 157
 - 一、公司简介 157
 - 二、公战略合作 158
 - 三、功能饮料上市 158
 - 四、公司竞争力分析 158
- 第三节 乐百氏食品饮料有限公司 159
 - 一、公司简介 159
 - 二、企业主要财务数据分析 159
 - 三、企业成本费用分析 160
 - 四、公司竞争力分析 161
- 第四节 天津大冢饮料有限公司 161
 - 一、公司简介 161
 - 二、企业主要财务数据分析 162
 - 三、企业成本费用分析 163
- 第五节 北京广东健力宝饮料有限公司 164
 - 一、公司简介 164
 - 二、企业主要财务数据分析 164
 - 三、企业成本费用分析 166
 - 四、公司竞争力分析 166
- 第六节 广东加多宝饮料食品有限公司 167
 - 一、公司简介 167
 - 二、企业主要财务数据分析 167
 - 三、企业成本费用分析 168
 - 四、公司竞争力分析 169
- 第七节 北京汇源食品饮料有限公司 169
 - 一、公司简介 169
 - 二、企业主要财务数据分析 170
 - 三、企业成本费用分析 171
 - 四、公司竞争力分析 172
- 第八节 广州顶津食品有限公司 172
 - 一、公司简介 172
 - 二、企业主要财务数据分析 173

- 三、企业成本费用分析 174
- 四、公司竞争力分析 175
- 第九节 三得利上海食品有限公司 175
 - 一、公司简介 175
 - 二、饮料王国的舞者 175
 - 三、变革出新 176
 - 四、公司竞争力及市场策略分析 177
- 第十节 江西润田昌北饮料食品有限公司 177
 - 一、公司简介 177
 - 二、企业主要财务数据分析 177
 - 三、企业成本费用分析 179
 - 四、公司竞争力分析 179
- 第十一章 2008-2009年中国功能饮料的相关行业运行态势分析 181
 - 第一节 碳酸饮料 181
 - 一、碳酸饮料逐渐失宠市场 181
 - 二、碳酸饮料市场消费分析及推广建议 181
 - 三、碳酸饮料健康化成未来发展趋势 182
 - 第二节 果汁饮料 182
 - 一、中国果汁饮料行业发展现状 182
 - 二、果汁饮料市场竞争现状分析 184
 - 三、纯天然、高果汁含量的果汁饮料将成为必然发展方向 185
 - 四、果汁行业的发展出路 185
 - 第三节 茶饮料 186
 - 一、茶饮料国际市场状况 186
 - 二、中国茶饮料市场发展概述 186
 - 三、中国茶饮料市场竞争进一步加剧 186
 - 四、茶饮料产品的发展方向 187
 - 五、茶饮料销售推向二三线城市 188
 - 第四节 乳饮料 189
 - 一、中国乳饮料市场发展概况 189
 - 二、乳饮料市场亟需治理 189
 - 三、乳饮料市场的开发策略 190
 - 四、中小乳饮料企业的现状及发展策略 193
 - 五、中国乳饮料市场发展趋势探析 195
- 第十二章 2009-2012年中国功能饮料的前景及趋势预测分析 198

第一节 2009-2012年中国饮料行业的发展前景分析	198
一、2009年中国饮料行业发展机遇大于挑战	198
二、中国饮料行业产值增长速度均超过GDP的增长	198
三、2012年世界饮料市场消费展望	198
四、我国本土饮料企业发展劣势分析	198
第二节 2009-2012年中国功能饮料行业的前景展望	203
一、大健康产业为功能饮料发展提供契机	203
二、国内功能性饮料增长潜力广阔	204
三、芦荟饮料有望成为功能饮料开发新方向	204
四、全民健身潮流下功能性饮料前景看好	205
第三节 2009-2012年中国功能饮料行业市场盈利预测分析	206
第十三章 2009-2012年中国功能饮料产业投资机会与风险分析	209
第一节 2009-2012年中国功能饮料产业投资环境分析	209
一、宏观经济预测分析	209
二、政策环境与需求环境走势分析	212
第二节 2009-2012年中国功能饮料产业投资机会分析	212
第三节 2009-2012年中国功能饮料产业投资风险分析	213
一、市场竞争风险	213
二、政策风险	213
三、进入退出风险	214
第四节 专家投资建议	214
【 图 表 目 录 】	
图表 1 2009年中国主要宏观经济数据增长表	66
图表 2 2000-2009年中国GDP及其增长率统计表	67
图表 3 2003-2009年中国GDP增长率季度统计表	67
图表 4 2003-2009年中国GDP增长率季度走势图	68
图表 5 2009年02-2010年01月度工业品出厂价格指数图	69
图表 6 2009年02-2010年01月度居民消费价格指数图	70
图表 7 城镇居民可支配收入增长趋势	71
图表 8 农村人均纯收入增长趋势	71
图表 9 城乡居民人均收入对比	72
图表 10 改革开放以来中国城乡居民恩格尔系数对比	73
图表 11 中国城乡居民恩格尔系数走势图	74
图表 12 红牛营销策略分析	85
图表 13 2009年中国主要城市消费者功能饮料饮用频率调查结果	92

- 图表 14 功能饮料品牌定位 93
- 图表 15 2006-2009年11月中国饮料制造业企业数量增长趋势图 112
- 图表 16 2006-2009年11月中国饮料制造业行业亏损企业数量增长趋势图 114
- 图表 17 2006-2009年11月中国饮料制造业行业亏损额增长情况 114
- 图表 18 2006-2009年11月中国饮料制造业行业主营业务收入增长趋势图 115
- 图表 19 2005-2009年11月中国饮料制造业行业利润总额增长趋势图 115
- 图表 20 2006-2009年11月中国饮料制造业行业资产增长趋势图 116
- 图表 21 2008-2009年金融危机影响下全球著名企业裁员名录 117
- 图表 22 2006-2009年11月中国饮料制造业行业从业人数增长趋势图 118
- 图表 23 2005-2009年11月中国饮料制造业行业销售利润率走势图 119
- 图表 24 2005-2009年11月中国饮料制造业行业销售毛利率走势图 120
- 图表 25 2005-2009年11月中国饮料制造业行业总资产利润率指标统计表 120
- 图表 26 2005-2009年11月中国饮料制造业行业总资产利润率走势图 120
- 图表 27 2005-2009年11月中国饮料制造业行业总资产利润率走势图 121
- 图表 28 2006-2008年中国饮料制造业行业工业总产值情况 122
- 图表 29 2006-2008年中国饮料制造业行业工业销售产值走势 123
- 图表 30 2006-2008年中国饮料制造业行业产销率走势图 123
- 图表 31 2006-2009年中国饮料制造业行业出口交货值走势图 124
- 图表 32 2006-2009年中国饮料制造业行业出口率走势图 125
- 图表 33 2007-2008年红牛维他命饮料有限公司收入状况 154
- 图表 34 2007-2008年红牛维他命饮料有限公司盈利指标 155
- 图表 35 2007-2008年红牛维他命饮料有限公司盈利比率 155
- 图表 36 2007-2008年红牛维他命饮料有限公司资产指标 155
- 图表 37 2007-2008年红牛维他命饮料有限公司负债指标 155
- 图表 38 2007-2008年红牛维他命饮料有限公司成本费用构成 156
- 图表 39 2007-2008年乐百氏食品饮料有限公司收入状况 159
- 图表 40 2007-2008年乐百氏食品饮料有限公司盈利指标 159
- 图表 41 2007-2008年乐百氏食品饮料有限公司盈利比率 160
- 图表 42 2007-2008年乐百氏食品饮料有限公司资产指标 160
- 图表 43 2007-2008年乐百氏食品饮料有限公司负债指标 160
- 图表 44 2007-2008年乐百氏食品饮料有限公司成本费用构成 161
- 图表 45 2007-2008年天津大冢饮料有限公司收入状况 162
- 图表 46 2007-2008年天津大冢饮料有限公司盈利指标 162
- 图表 47 2007-2008年天津大冢饮料有限公司盈利比率 162
- 图表 48 2007-2008年天津大冢饮料有限公司资产指标 163

- 图表 49 2007-2008年天津大冢饮料有限公司负债指标 163
- 图表 50 2007-2008年天津大冢饮料有限公司成本费用构成 163
- 图表 51 2007-2008年北京广东健力宝饮料有限公司收入状况 164
- 图表 52 2007-2008年北京广东健力宝饮料有限公司盈利指标 165
- 图表 53 2007-2008年北京广东健力宝饮料有限公司盈利比率 165
- 图表 54 2007-2008年北京广东健力宝饮料有限公司资产指标 165
- 图表 55 2007-2008年北京广东健力宝饮料有限公司负债指标 165
- 图表 56 2007-2008年北京广东健力宝饮料有限公司成本费用构成 166
- 图表 57 2007-2008年广东加多宝饮料食品有限公司收入状况 167
- 图表 58 2007-2008年广东加多宝饮料食品有限公司盈利指标 167
- 图表 59 2007-2008年广东加多宝饮料食品有限公司盈利比率 168
- 图表 60 2007-2008年广东加多宝饮料食品有限公司资产指标 168
- 图表 61 2007-2008年广东加多宝饮料食品有限公司负债指标 168
- 图表 62 2007-2008年广东加多宝饮料食品有限公司成本费用构成 169
- 图表 63 2007-2008年北京汇源食品饮料有限公司收入状况 170
- 图表 64 2007-2008年北京汇源食品饮料有限公司盈利指标 170
- 图表 65 2007-2008年北京汇源食品饮料有限公司盈利比率 171
- 图表 66 2007-2008年北京汇源食品饮料有限公司资产指标 171
- 图表 67 2007-2008年北京汇源食品饮料有限公司负债指标 171
- 图表 68 2007-2008年北京汇源食品饮料有限公司成本费用构成 172
- 图表 69 2007-2008年广州顶津食品有限公司收入状况 173
- 图表 70 2007-2008年广州顶津食品有限公司盈利指标 173
- 图表 71 2007-2008年广州顶津食品有限公司盈利比率 173
- 图表 72 2007-2008年广州顶津食品有限公司资产指标 174
- 图表 73 2007-2008年广州顶津食品有限公司负债指标 174
- 图表 74 2007-2008年广州顶津食品有限公司成本费用构成 174
- 图表 75 2007-2008年江西润田昌北饮料食品有限公司收入状况 178
- 图表 76 2007-2008年江西润田昌北饮料食品有限公司盈利指标 178
- 图表 77 2007-2008年江西润田昌北饮料食品有限公司盈利比率 178
- 图表 78 2007-2008年江西润田昌北饮料食品有限公司资产指标 178
- 图表 79 2007-2008年江西润田昌北饮料食品有限公司负债指标 179
- 图表 80 2007-2008年江西润田昌北饮料食品有限公司成本费用构成 179
- 图表 81 品牌PET瓶乳饮料的价格体系 192
- 图表 82 2006-2012年我国功能饮料产量增长趋势图 205
- 图表 83 2009-2013年中国功能饮料制造业行业销售毛利率走势图 206

图表 84 2009-2013年中国功能饮料制造业行业销售利润率走势图 207

图表 85 2009-2013年中国功能饮料制造业行业总资产利润率走势图 207

图表 86公司业务相关资格证书-全国市场研究行业协会会员证 218

图表 87公司业务相关资格证书-竞争情报协会会员证书 219

图表 88公司业务相关资格证书-涉外社会调查许可证 220

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yinliao/7822578225.html>