

2008-2009年中国功能性饮料市场分析及行业分析预测报告

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

《2008-2009年中国功能性饮料市场分析及行业分析预测报告》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/200810/5808.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 功能性饮料整体概述

一、产品的定义

二、产品的特征

三、产品的分类

（一）运动型

（二）营养型

（三）其他功能型

第二章 2007-2008年国际功能性饮料发展环境及现状分析

一、2007-2008年国际功能性饮料的发展概述

（一）功能性饮料发展历程介绍

（二）功能性饮料的占总饮料市场的份额

（三）功能性饮料的产品发展方向

二、2007-2008年国际功能性饮料主要生产国分析

（一）美国

（二）英国

（三）法国

（四）日本

三、2007-2008年国际功能性饮料的全球市场一体化

第三章 2007-2008年中国功能性饮料发展的整体情况分析

一、中国功能性饮料的发展概况

（一）发展历程

（二）行业发展的阶段

（三）影响发展的主要因素

二、2007-2008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

三、2007-2008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 2007-2008年中国功能性饮料市场运行环境分析

一、2007-2008年中国功能性饮料经济环境分析

（一）GDP

（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

二、2007-2008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）中国发布《食品安全监管信息发布暂行管理办法》

（三）中国将实施两项食品标签新标准

三、2007-2008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

四、2007-2008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 2007-2008年中国功能性饮料市场供需平衡分析

一、2007-2008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

二、2007-2008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

三、2007-2008年中国功能性饮料供需平衡分析

第六章 2007-2008年中国功能性饮料消费者分析

一、2007-2008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

二、影响消费者购买行为分析

- (一) 口味
- (二) 品牌
- (三) 包装
- (四) 价格
- (五) 渠道
- (六) 功能

三、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 2007-2008年中国功能性饮料市场竞争格局深入分析

一、2007-2008年中国功能性饮料市场竞争整体情况

一、2007-2008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

二、2007-2008年中国功能性饮料产品竞争格局

- (一) 产品种类
- (二) 产品功能

三、2007-2008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

四、2007-2008年中国功能性饮料新产品的竞争趋势

第八章 2007-2008年中国市场上功能性饮料重点品牌分析

一、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财务分析

二、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财务分析

三、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财务分析

四、佳得乐

（一）百事可乐公司概述

（二）百事可乐公司财务分析

五、雀巢能量E

（一）雀巢公司概述

（二）雀巢公司财务分析

六、劲跑

（一）康师傅控股有限公司概述

（二）康师傅控股有限公司财务分析

第九章 2008-2010年中国功能性饮料行业发展及投资分析

一、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

二、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

三、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

四、专家相关建议

- (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（部分）：

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：2002-2008年中国功能性饮料历年产量数据分析

图表：2002-2008年中国功能性饮料历年销量分析

图表：2002-2008年中国功能性饮料历年进出口数量分析

图表：2007-2008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：2003-2008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

图表：主要生产厂家及其产能分析表

图表：略……

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200810/5808.html>