

2011-2015年中国功能性饮料行业市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2011-2015年中国功能性饮料行业市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/yinliao1110/1571984NFC.html>

【报告价格】纸介版**7800**元 电子版**8300**元 纸介+电子**8800**元

【出版日期】2011-10-12

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国功能性饮料行业市场分析与投资前景研究报告》共十八章。首先介绍了功能性饮料行业相关概述、中国功能性饮料产业运行环境等,接着分析了中国功能性饮料行业的现状,然后介绍了中国功能性饮料行业竞争格局。随后,报告对中国功能性饮料行业做了重点企业经营状况分析,最后分析了中国功能性饮料产业发展前景与投资预测。您若想对功能性饮料产业有个系统的了解或者想投资功能性饮料行业,本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

虽然中国的运动饮料市场容量很大,发展前景可观,但由于运动饮料是近两三年火起来的饮料品种,老的标准对于更多新型运动饮料产品的出现没有充分预见,门槛偏低,很多条款已经不能适应实际情况。

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 2010年全球功能性饮料市场分析

一、2010年全球功能性饮料市场回顾

二、2010年全球功能性饮料市场环境

三、2010年全球功能性饮料销售分析

四、2010年全球功能性饮料市场规模

第二节 2011年全球功能性饮料市场分析

一、2011年全球功能性饮料需求分析

二、2011年全球功能性饮料市场规模

三、2011年全球功能性饮料品牌分析

四、2011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、2010-2011年美国功能性饮料市场分析

二、2010-2011年欧洲功能性饮料市场分析

三、2010-2011年日本功能性饮料市场分析

四、2010-2011年韩国功能性饮料市场分析

五、2010-2011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 2009-2011年功能性饮料业发展情况分析

一、2009年功能性饮料行业发展情况分析

二、2010年功能性饮料行业发展情况分析

三、2011年功能性饮料行业发展特点分析

四、2011年1-8月功能性饮料行业发展情况

第三节 2010-2011年功能性饮料行业运行分析

一、2010-2011年功能性饮料业产销存运行分析

二、2010-2011年功能性饮料行业利润情况分析

三、2010-2011年功能性饮料行业发展周期分析

四、2011-2015年功能性饮料行业发展机遇分析

五、2011-2015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 2010年我国功能性饮料市场发展研究

一、2010年1季度我国功能性饮料市场研究

二、2010年2季度我国功能性饮料市场研究

三、2010年3季度我国功能性饮料市场研究

四、2010年4季度我国功能性饮料市场研究

第二节 2011年我国功能性饮料市场情况

一、2011年1-8月我国功能性饮料产销情况

二、2011年1-8月我国功能性饮料市场价格情况

三、2011年1-8月重点城市功能性饮料市场发展情况

四、2011年1-8月我国功能性饮料市场发展情况

第三节 2011年我国功能性饮料市场结构和价格走势分析

一、2011年1-8月我国功能性饮料市场结构和价格走势概述

二、2011年1-8月我国功能性饮料市场结构分析

三、2011年1-8月我国功能性饮料市场价格走势分析

第四节 2011年我国功能性饮料业市场发展特点分析

- 一、2011年1-8月我国功能性饮料市场格局特点
- 二、2011年1-8月我国功能性饮料产品创新特点
- 三、2011年1-8月我国功能性饮料市场服务特点
- 四、2011年1-8月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 2010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 2011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 2011年上半年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 2010-2011年功能性饮料产量分析

一、2010年功能性饮料产量分析

二、2011年1-8月功能性饮料产量分析

第二节 2010-2011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、2010年饮料行业主要经济指标分析

三、2011年1-8月饮料行业主要经济指标分析

第三节 2010-2011年我国功能性饮料行业绩效分析

一、2010-2011年行业产销情况

二、2010-2011年行业规模情况

三、2010-2011年行业盈利能力

四、2010-2011年行业经营发展能力

五、2010-2011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、2010年进口总量分析

二、2010年进口结构分析

三、2010年进口区域分析

第二节 我国功能性饮料出口分析

一、2010年出口总量分析

二、2010年出口结构分析

三、2010年出口区域分析

第三节 我国功能性饮料进出口预测

一、2011年1-8月进口分析

二、2011年1-8月出口分析

三、2011年功能性饮料进口预测

四、2011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、2010-2011年行业发展现状分析
- 二、2010-2011年市场需求情况分析
- 三、2010-2011年市场规模情况分析
- 四、2010-2011年行业竞争格局分析
- 五、2010-2011年消费者的偏好分析
- 六、2011-2015年行业发展趋势分析

第二节 东北地区

- 一、2010-2011年行业发展现状分析
- 二、2010-2011年市场需求情况分析
- 三、2010-2011年市场规模情况分析
- 四、2010-2011年行业竞争格局分析
- 五、2010-2011年消费者的偏好分析
- 六、2011-2015年行业发展趋势分析

第三节 华东地区

- 一、2010-2011年行业发展现状分析
- 二、2010-2011年市场需求情况分析
- 三、2010-2011年市场规模情况分析
- 四、2010-2011年行业竞争格局分析
- 五、2010-2011年消费者的偏好分析
- 六、2011-2015年行业发展趋势分析

第四节 华南地区

- 一、2010-2011年行业发展现状分析
- 二、2010-2011年市场需求情况分析
- 三、2010-2011年市场规模情况分析
- 四、2010-2011年行业竞争格局分析
- 五、2010-2011年消费者的偏好分析
- 六、2011-2015年行业发展趋势分析

第五节 中南地区

- 一、2010-2011年行业发展现状分析
- 二、2010-2011年市场需求情况分析
- 三、2010-2011年市场规模情况分析
- 四、2010-2011年行业竞争格局分析

五、2010-2011年消费者的偏好分析

六、2011-2015年行业发展趋势分析

第六节 西南地区

一、2010-2011年行业发展现状分析

二、2010-2011年市场需求情况分析

三、2010-2011年市场规模情况分析

四、2010-2011年行业竞争格局分析

五、2010-2011年消费者的偏好分析

六、2011-2015年行业发展趋势分析

第七节 西北地区

一、2010-2011年行业发展现状分析

二、2010-2011年市场需求情况分析

三、2010-2011年市场规模情况分析

四、2010-2011年行业竞争格局分析

五、2010-2011年消费者的偏好分析

六、2011-2015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、2010-2011年消费者收入水平

三、2011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、2011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、2010年功能性饮料行业集中度
- 二、2010年功能性饮料行业竞争程度
- 三、2010年功能性饮料企业与品牌数量
- 四、2010年功能性饮料行业竞争格局分析
- 第四节 2010-2011年功能性饮料行业竞争格局分析
- 一、2010-2011年国内外功能性饮料竞争分析
- 二、2010-2011年我国功能性饮料市场竞争分析
- 三、2010-2011年我国功能性饮料市场集中度分析
- 四、2011-2015年国内主要功能性饮料企业动向
- 五、2011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、2011年功能性饮料市场增长潜力分析
- 二、2011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、2011-2015年我国功能性饮料市场竞争趋势
- 四、2011-2015年功能性饮料行业竞争格局展望
- 五、2011-2015年功能性饮料行业竞争策略分析
- 六、2011-2015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、2010-2011年经营状况
- 四、2011-2015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、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第三节 激活

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第四节 佳得乐

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015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、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第六节 劲跑

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015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、2010-2011年经营状况

四、2011-2015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、2011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 2011-2015年中国功能性饮料市场趋势分析

- 一、2010-2011年功能性饮料市场趋势总结
- 二、2011-2015年功能性饮料发展趋势分析
- 三、2011-2015年功能性饮料市场发展空间
- 四、2011-2015年功能性饮料产业政策趋向
- 五、2011-2015年功能性饮料技术革新趋势
- 六、2011-2015年功能性饮料价格走势分析
- 七、2011-2015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、2011-2015年功能性饮料产品消费预测
- 二、2011-2015年功能性饮料市场规模预测
- 三、2011-2015年功能性饮料行业总产值预测
- 四、2011-2015年功能性饮料行业销售收入预测
- 五、2011-2015年功能性饮料行业总资产预测

第二节 2011-2015年中国功能性饮料行业供需预测

- 一、2010-2015年中国功能性饮料供给预测
- 二、2011-2015年中国功能性饮料产量预测
- 三、2011-2015年中国功能性饮料需求预测
- 四、2011-2015年中国功能性饮料供需平衡预测
- 五、2011-2015年中国功能性饮料产品价格预测
- 六、2011-2015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 2010年功能性饮料行业投资情况分析

- 一、2010年总体投资及结构
- 二、2010年投资规模情况
- 三、2010年投资增速情况
- 四、2010年分行业投资分析
- 五、2010年分地区投资分析
- 六、2010年外商投资情况

第二节 2011年1-8月功能性饮料行业投资情况分析

- 一、2011年1-8月总体投资及结构
- 二、2011年1-8月投资规模情况
- 三、2011年1-8月投资增速情况
- 四、2011年1-8月分行业投资分析
- 五、2011年1-8月分地区投资分析
- 六、2011年1-8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、2010-2011年我国宏观经济运行情况
- 二、2011-2015年我国宏观经济形势分析
- 三、2011-2015年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

- 一、2011年功能性饮料行业政策环境分析
- 二、2011年国内宏观政策对其影响
- 三、2011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、2011年功能性饮料技术发展分析
- 三、2011-2015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、2011年社会环境发展分析
- 三、2011-2015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、2011年相关产业活力系数比较

二、2009-2010行业活力系数分析

第二节 行业投资收益率比较及分析

一、2011年相关产业投资收益率比较

二、2009-2010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、2010-2011年功能性饮料行业投资状况分析

二、2011-2015年功能性饮料行业投资效益分析

三、2011-2015年功能性饮料行业投资趋势预测

四、2011-2015年功能性饮料行业的投资方向

五、2011-2015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、2011-2015年影响功能性饮料行业运行的有利因素分析

二、2011-2015年影响功能性饮料行业运行的稳定因素分析

三、2011-2015年影响功能性饮料行业运行的不利因素分析

四、2011-2015年我国功能性饮料行业发展面临的挑战分析

五、2011-2015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、2011-2015年功能性饮料行业市场风险及控制策略

二、2011-2015年功能性饮料行业政策风险及控制策略

三、2011-2015年功能性饮料行业经营风险及控制策略

四、2011-2015年功能性饮料行业技术风险及控制策略

五、2011-2015年功能性饮料行业同业竞争风险及控制策略

六、2011-2015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、2011年饮料行业投资战略

二、2011年功能性饮料行业投资战略

三、2011-2015年功能性饮料行业投资战略

四、2011-2015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：2003-2010年中国功能性饮料行业市场规模

图表：2002-2010年全球功能性饮料产业市场规模

图表：2008-2010年功能性饮料重要数据指标比较

图表：2003-2010年中国功能性饮料行业销售情况分析

图表：2003-2010年中国功能性饮料行业利润情况分析

图表：2003-2010年中国功能性饮料行业资产情况分析

图表：2010-2011年中国功能性饮料发展能力分析

图表：2010-2011年中国功能性饮料竞争力分析

图表：2011-2015年中国功能性饮料产能预测

图表：2011-2015年中国功能性饮料消费量预测

图表：2011-2015年中国功能性饮料市场前景预测

图表：2011-2015年中国功能性饮料市场价格走势预测

图表：2011-2015年中国功能性饮料发展前景预测

图表：2010年1-12月功能性饮料产量全国合计

图表：2010年1-12月功能性饮料产量北京市合计

图表：2010年1-12月功能性饮料产量天津市合计

图表：2010年1-12月功能性饮料产量河北省合计

图表：2010年1-12月功能性饮料产量山西省合计

图表：2010年1-12月功能性饮料产量辽宁省合计

图表：2010年1-12月功能性饮料产量吉林省合计

图表：2010年1-12月功能性饮料产量黑龙江合计

图表：2010年1-12月功能性饮料产量上海市合计

图表：2010年1-12月功能性饮料产量江苏省合计

图表：2010年1-12月功能性饮料产量浙江省合计

图表：2010年1-12月功能性饮料产量安徽省合计

图表：2010年1-12月功能性饮料产量福建省合计

图表：2010年1-12月功能性饮料产量江西省合计

图表：2010年1-12月功能性饮料产量山东省合计

图表：2010年1-12月功能性饮料产量河南省合计

图表：2010年1-12月功能性饮料产量湖北省合计

图表：2010年1-12月功能性饮料产量湖南省合计

图表：2010年1-12月功能性饮料产量广东省合计

图表：2010年1-12月功能性饮料产量广西区合计

图表：2010年1-12月功能性饮料产量海南省合计

图表：2010年1-12月功能性饮料产量重庆市合计

图表：2010年1-12月功能性饮料产量四川省合计

图表：2010年1-12月功能性饮料产量贵州省合计

图表：2010年1-12月功能性饮料产量云南省合计

图表：2010年1-12月功能性饮料产量陕西省合计

图表：2010年1-12月功能性饮料产量甘肃省合计

图表：2010年1-12月功能性饮料产量新疆区合计

图表：2010年1-12月功能性饮料产量内蒙古合计

图表：2011年1-8月功能性饮料产量全国合计

图表：2011年1-8月功能性饮料产量北京市合计

图表：2011年1-8月功能性饮料产量天津市合计

图表：2011年1-8月功能性饮料产量河北省合计

图表：2011年1-8月功能性饮料产量山西省合计

图表：2011年1-8月功能性饮料产量辽宁省合计

图表：2011年1-8月功能性饮料产量吉林省合计

图表：2011年1-8月功能性饮料产量黑龙江合计

图表：2011年1-8月功能性饮料产量上海市合计

图表：2011年1-8月功能性饮料产量江苏省合计

图表：2011年1-8月功能性饮料产量浙江省合计

图表：2011年1-8月功能性饮料产量安徽省合计

图表：2011年1-8月功能性饮料产量福建省合计

图表：2011年1-8月功能性饮料产量江西省合计

图表：2011年1-8月功能性饮料产量山东省合计

图表：2011年1-8月功能性饮料产量河南省合计

图表：2011年1-8月功能性饮料产量湖北省合计

图表：2011年1-8月功能性饮料产量湖南省合计

图表：2011年1-8月功能性饮料产量广东省合计

图表：2011年1-8月功能性饮料产量广西区合计

图表：2011年1-8月功能性饮料产量海南省合计

图表：2011年1-8月功能性饮料产量重庆市合计

图表：2011年1-8月功能性饮料产量四川省合计

图表：2011年1-8月功能性饮料产量贵州省合计

图表：2011年1-8月功能性饮料产量云南省合计

图表：2011年1-8月功能性饮料产量陕西省合计

图表：2011年1-8月功能性饮料产量甘肃省合计

图表：2011年1-8月功能性饮料产量新疆区合计

图表：2011年1-8月功能性饮料产量内蒙古合计

图表：2010年1-12月饮料行业经济指标全国合计

图表：2010年1-12月饮料行业经济指标北京市合计

图表：2010年1-12月饮料行业经济指标天津市合计

图表：2010年1-12月饮料行业经济指标河北省合计

图表：2010年1-12月饮料行业经济指标山西省合计

图表：2010年1-12月饮料行业经济指标内蒙古合计

图表：2010年1-12月饮料行业经济指标辽宁省合计

图表：2010年1-12月饮料行业经济指标吉林省合计

图表：2010年1-12月饮料行业经济指标黑龙江合计

图表：2010年1-12月饮料行业经济指标上海市合计

图表：2010年1-12月饮料行业经济指标江苏省合计

图表：2010年1-12月饮料行业经济指标浙江省合计

图表：2010年1-12月饮料行业经济指标安徽省合计

图表：2010年1-12月饮料行业经济指标福建省合计

图表：2010年1-12月饮料行业经济指标江西省合计

图表：2010年1-12月饮料行业经济指标山东省合计

图表：2010年1-12月饮料行业经济指标河南省合计

图表：2010年1-12月饮料行业经济指标湖北省合计

图表：2010年1-12月饮料行业经济指标湖南省合计

图表：2010年1-12月饮料行业经济指标广东省合计

图表：2010年1-12月饮料行业经济指标广西区合计

图表：2010年1-12月饮料行业经济指标海南省合计

图表：2010年1-12月饮料行业经济指标重庆市合计

图表：2010年1-12月饮料行业经济指标四川省合计

图表：2010年1-12月饮料行业经济指标贵州省合计

图表：2010年1-12月饮料行业经济指标云南省合计

图表：2010年1-12月饮料行业经济指标陕西省合计

图表：2010年1-12月饮料行业经济指标甘肃省合计

图表：2010年1-12月饮料行业经济指标青海省合计

图表：2010年1-12月饮料行业经济指标宁夏区合计

图表：2010年1-12月饮料行业经济指标新疆区合计

图表：2011年1-8月饮料行业经济指标全国合计

图表：2011年1-8月饮料行业经济指标北京市合计

图表：2011年1-8月饮料行业经济指标天津市合计

图表：2011年1-8月饮料行业经济指标河北省合计

图表：2011年1-8月饮料行业经济指标山西省合计

图表：2011年1-8月饮料行业经济指标内蒙古合计

图表：2011年1-8月饮料行业经济指标辽宁省合计

图表：2011年1-8月饮料行业经济指标吉林省合计

图表：2011年1-8月饮料行业经济指标黑龙江合计

图表：2011年1-8月饮料行业经济指标上海市合计

图表：2011年1-8月饮料行业经济指标江苏省合计

图表：2011年1-8月饮料行业经济指标浙江省合计

图表：2011年1-8月饮料行业经济指标安徽省合计

图表：2011年1-8月饮料行业经济指标福建省合计

图表：2011年1-8月饮料行业经济指标江西省合计

图表：2011年1-8月饮料行业经济指标山东省合计

图表：2011年1-8月饮料行业经济指标河南省合计

图表：2011年1-8月饮料行业经济指标湖北省合计

图表：2011年1-8月饮料行业经济指标湖南省合计

图表：2011年1-8月饮料行业经济指标广东省合计

图表：2011年1-8月饮料行业经济指标广西区合计

图表：2011年1-8月饮料行业经济指标海南省合计

图表：2011年1-8月饮料行业经济指标重庆市合计

图表：2011年1-8月饮料行业经济指标四川省合计

图表：2011年1-8月饮料行业经济指标贵州省合计

图表：2011年1-8月饮料行业经济指标云南省合计

图表：2011年1-8月饮料行业经济指标陕西省合计

图表：2011年1-8月饮料行业经济指标甘肃省合计

图表：2011年1-8月饮料行业经济指标青海省合计

图表：2011年1-8月饮料行业经济指标宁夏区合计

图表：2011年1-8月饮料行业经济指标新疆区合计

图表：2010年1-12月功能性饮料进口数据

图表：2010年1季度功能性饮料进口数据

图表：2010年1月功能性饮料进口数据

图表：2010年2月功能性饮料进口数据

图表：2010年3月功能性饮料进口数据

图表：2010年2季度功能性饮料进口数据

图表：2010年4月功能性饮料进口数据

图表：2010年5月功能性饮料进口数据

图表：2010年6月功能性饮料进口数据

图表：2010年3季度功能性饮料进口数据

图表：2010年7月功能性饮料进口数据

图表：2010年8月功能性饮料进口数据

图表：2010年9月功能性饮料进口数据

图表：2010年4季度功能性饮料进口数据

图表：2010年10月功能性饮料进口数据

图表：2010年11月功能性饮料进口数据

图表：2010年12月功能性饮料进口数据

图表：2010年1-12月功能性饮料出口数据

图表：2010年1季度功能性饮料出口数据

图表：2010年1月功能性饮料出口数据

图表：2010年2月功能性饮料出口数据

图表：2010年3月功能性饮料出口数据

图表：2010年2季度功能性饮料出口数据

图表：2010年4月功能性饮料出口数据

图表：2010年5月功能性饮料出口数据

图表：2010年6月功能性饮料出口数据

图表：2010年3季度功能性饮料出口数据

图表：2010年7月功能性饮料出口数据

图表：2010年8月功能性饮料出口数据

图表：2010年9月功能性饮料出口数据

图表：2010年4季度功能性饮料出口数据

图表：2010年10月功能性饮料出口数据

图表：2010年11月功能性饮料出口数据

图表：2010年12月功能性饮料出口数据

图表：2011年1-8月功能性饮料进口数据

图表：2011年1季度功能性饮料进口数据

图表：2011年1月功能性饮料进口数据

图表：2011年2月功能性饮料进口数据

图表：2011年3月功能性饮料进口数据

图表：2011年2季度功能性饮料进口数据

图表：2011年4月功能性饮料进口数据

图表：2011年5月功能性饮料进口数据

图表：2011年1-8月功能性饮料出口数据

图表：2011年1季度功能性饮料出口数据

图表：2011年1月功能性饮料出口数据

图表：2011年2月功能性饮料出口数据

图表：2011年3月功能性饮料出口数据

图表：2011年2季度功能性饮料出口数据

图表：2011年4月功能性饮料出口数据

图表：2011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：2010-2011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

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/yinliao1110/1571984NFC.html>