



艾凯咨询
ICAN Consulting

2010-2015年功能性饮料行业发展前景分析及投资风险预测报告

一、调研说明

《2010-2015年功能性饮料行业发展前景分析及投资风险预测报告》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/148354.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

经过多年发展，中国饮料业已经成为一个成熟的行业，碳酸类、果蔬汁类、瓶装水类、牛奶/酸奶类、即饮茶类、特殊用途饮料（功能饮料）六种类型的饮料构成饮料市场的基本格局。20世纪90年代以来，中国饮料业的发展更是历经了三个阶段：第一阶段始于90年代初期，以冰茶为代表产品；第二阶段为90年代末期，以能量饮料、运动饮料为代表产品；第三阶段是进入21世纪以后，功能性饮料成为人们追求的时尚。能量的补充在体育运动中是必不可少的，特别是水的补充。所以这是一个很大的市场。目前虽然我国体育人口和发达国家相比还有很大的差距，但是我国的人口多，而且随着健康意识和人民消费水平的提高。我国运动人口绝对数和相对数量都在不断增长，运动饮料的市场前景自然还非常可观。目前，运动饮料的主要市场是在北美和亚太地区。在美国，运动饮料占整个软饮料48%的市场份额；在中国，运动饮料占功能饮料市场份额的一半。近年来，中国饮料企业的实力在不断加强，居民消费能力也在不断提高，尤其是乡镇居民的消费能力的提升，会对饮料行业的增长有很大的推进作用。随着人们健康意识的提高，功能饮料需要赋予更多健康功能的概念进去。同时，国内功能保健饮料市场空间非常大，但现有的产品还不是很多，且价格普遍较高，存在市场进入的机会。因此，运动饮料仍然是功能饮料的主要产品，中国市场上运动饮料发展也会很快，运动饮料的发展更是空间巨大。

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。为此，《运动饮料》新修订的国家标准从2009年12月1日起正式实施

，新标准修订了运动饮料的定义，删除钙、镁指标规定等。新的《运动饮料国家标准》的实施将在一定程度上加快行业发展的步伐，同时也将加快行业整合的速度，在一定程度上有利于行业健康、有序的发展。同时，新国家标准的实施将为运动型饮料今后的发展提供政策上的便利。消费上认识的不足、运动饮料定义模糊、市场的无序混乱，使前几年该饮料市场发展很不均衡，很多商家都不愿过多进入这块市场。新修订运动饮料国家标准将有效解决这些不利的因素，这将极大的鼓舞了饮料企业大力进军这块市场的决心。

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、国内外相关刊物杂志的基础信息以及功能性饮料研究单位等公布和提供的大量资料，结合对功能性饮料相关企业的实地调查，对我国功能性饮料行业发展现状与前景、市场竞争格局与形势、赢利水平与企业发展、投资策略与风险预警、发展趋势与规划建议等进行深入研究，并重点分析了功能性饮料行业的前景与风险。报告揭示了功能性饮料市场潜在需求与潜在机会，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

目录

CONTENTS

第一部分 发展现状与前景分析

第一章 全球功能性饮料行业发展分析

第一节 2009年全球功能性饮料市场分析

一、2009年全球功能性饮料市场回顾

二、2009年全球功能性饮料市场环境

三、2009年全球功能性饮料销售分析

四、2009年全球功能性饮料市场规模

第二节 2010年全球功能性饮料市场分析

一、2010年全球功能性饮料需求分析

二、2010年全球功能性饮料市场规模

三、2010年全球功能性饮料品牌分析

四、2010年中外功能性饮料市场对比

第三节 部分国家地区功能性饮料行业发展状况

一、2009-2010年美国功能性饮料行业发展分析

- 二、2009-2010年欧洲功能性饮料行业发展分析
- 三、2009-2010年日本功能性饮料行业发展分析
- 四、2009-2010年韩国功能性饮料行业发展分析

第二章 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 我国功能性饮料行业发展状况

- 一、2009年中国功能性饮料行业发展回顾
- 二、2009年功能性饮料行业发展情况分析
- 三、2009年我国功能性饮料市场特点分析
- 四、2010年我国功能性饮料市场发展分析

第三节 中国功能性饮料行业供需分析

- 一、2009年中国功能性饮料市场供给总量分析
- 二、2009年中国功能性饮料市场供给结构分析
- 三、2010年中国功能性饮料市场需求总量分析
- 四、2010年中国功能性饮料市场需求结构分析
- 五、2010年中国功能性饮料市场供需平衡分析

第三章 中国功能性饮料行业经济运行分析

第一节 2009-2010年功能性饮料行业运行情况分析

- 一、2009年功能性饮料行业经济指标分析
- 二、2010年功能性饮料行业经济指标分析

第二节 2009-2010年功能性饮料行业产量分析

- 一、2009年我国功能性饮料产品产量分析
- 二、2010年我国功能性饮料产品产量分析

第三节 2009年功能性饮料行业进出口分析

- 一、2009年功能性饮料行业进口总量及价格
- 二、2009年功能性饮料行业出口总量及价格

- 三、2009年功能性饮料行业进出口数据统计
- 四、2010-2015年功能性饮料进出口态势展望

第四章 中国功能性饮料消费市场分析

第一节 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

第二节 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、2010年功能性饮料品牌市场消费需求分析

第三节 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

第四节 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

第五章 中国功能性饮料行业区域市场分析

第一节 华北地区功能性饮料行业分析

- 一、2009-2010年行业发展现状分析
- 二、2009-2010年市场规模情况分析
- 三、2010-2015年市场需求情况分析

四、2010-2015年行业发展前景预测

五、2010-2015年行业投资风险预测

第二节 东北地区功能性饮料行业分析

一、2009-2010年行业发展现状分析

二、2009-2010年市场规模情况分析

三、2010-2015年市场需求情况分析

四、2010-2015年行业发展前景预测

五、2010-2015年行业投资风险预测

第三节 华东地区功能性饮料行业分析

一、2009-2010年行业发展现状分析

二、2009-2010年市场规模情况分析

三、2010-2015年市场需求情况分析

四、2010-2015年行业发展前景预测

五、2010-2015年行业投资风险预测

第四节 华南地区功能性饮料行业分析

一、2009-2010年行业发展现状分析

二、2009-2010年市场规模情况分析

三、2010-2015年市场需求情况分析

四、2010-2015年行业发展前景预测

五、2010-2015年行业投资风险预测

第五节 华中地区功能性饮料行业分析

一、2009-2010年行业发展现状分析

二、2009-2010年市场规模情况分析

三、2010-2015年市场需求情况分析

四、2010-2015年行业发展前景预测

五、2010-2015年行业投资风险预测

第六节 西南地区功能性饮料行业分析

一、2009-2010年行业发展现状分析

二、2009-2010年市场规模情况分析

三、2010-2015年市场需求情况分析

四、2010-2015年行业发展前景预测

五、2010-2015年行业投资风险预测

第七节 西北地区功能性饮料行业分析

- 一、2009-2010年行业发展现状分析
- 二、2009-2010年市场规模情况分析
- 三、2010-2015年市场需求情况分析
- 四、2010-2015年行业发展前景预测
- 五、2010-2015年行业投资风险预测

第六章 功能性饮料行业投资与发展前景分析

第一节 2009年功能性饮料行业投资情况分析

- 一、2009年功能性饮料行业总体投资结构
- 二、2009年功能性饮料行业投资规模情况
- 三、2009年功能性饮料行业投资增速情况
- 四、2009年功能性饮料分行业投资分析
- 五、2009年功能性饮料分地区投资分析

第二节 功能性饮料行业投资机会分析

- 一、功能性饮料投资项目分析
- 二、可以投资的功能性饮料模式
- 三、2010年功能性饮料投资机会
- 四、2010年功能性饮料细分行业投资机会
- 五、2010年功能性饮料投资新方向

第三节 功能性饮料行业发展前景分析

- 一、功能性饮料市场发展前景分析
- 二、我国功能性饮料市场蕴藏的商机
- 三、后危机时代功能性饮料市场的发展前景
- 四、2010年功能性饮料市场面临的发展商机
- 五、2010-2015年功能性饮料市场面临的发展商机

第二部分 市场竞争格局与形势

第七章 功能性饮料行业竞争格局分析

第一节 功能性饮料行业集中度分析

- 一、功能性饮料市场集中度分析
- 二、功能性饮料企业集中度分析

三、功能性饮料区域集中度分析

第二节 功能性饮料行业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业利润总额对比分析

五、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 功能性饮料行业竞争格局分析

一、2009年功能性饮料行业竞争分析

二、2009年中外功能性饮料产品竞争分析

三、2009-2010年国内外功能性饮料竞争分析

四、2009-2010年我国功能性饮料市场竞争分析

五、2009-2010年我国功能性饮料市场集中度分析

六、2010-2015年国内主要功能性饮料企业动向

第八章 2010-2015年中国功能性饮料行业发展形势分析

第一节 功能性饮料行业发展概况

一、功能性饮料行业发展特点分析

二、功能性饮料行业投资现状分析

三、功能性饮料行业总产值分析

四、功能性饮料行业技术发展分析

第二节 2009-2010年功能性饮料行业市场情况分析

一、功能性饮料行业市场发展分析

二、功能性饮料市场存在的问题

三、功能性饮料市场规模分析

第三节 2009-2010年功能性饮料产销状况分析

一、功能性饮料产量分析

二、功能性饮料产能分析

三、功能性饮料市场需求状况分析

第四节 产品发展趋势预测

一、产品发展新动态

二、技术新动态

三、产品发展趋势预测

第三部分 赢利水平与企业分析

第九章 中国功能性饮料行业整体运行指标分析

第一节 2009-2010年中国功能性饮料行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业生产规模分析

第二节 2009-2010年中国功能性饮料行业产销分析

一、行业产成品情况总体分析

二、行业产品销售收入总体分析

第三节 2009-2010年中国功能性饮料行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 功能性饮料行业赢利水平分析

第一节 成本分析

一、2009-2010年功能性饮料原材料价格走势

二、2009-2010年功能性饮料行业人工成本分析

第二节 产销运存分析

一、2009-2010年功能性饮料行业产销情况

二、2009-2010年功能性饮料行业库存情况

三、2009-2010年功能性饮料行业资金周转情况

第三节 盈利水平分析

一、2009-2010年功能性饮料行业价格走势

二、2009-2010年功能性饮料行业营业收入情况

三、2009-2010年功能性饮料行业毛利率情况

四、2009-2010年功能性饮料行业赢利能力

五、2009-2010年功能性饮料行业赢利水平

六、2010-2015年功能性饮料行业赢利预测

第十一章 功能性饮料行业盈利能力分析

第一节 2009-2010年中国功能性饮料行业利润总额分析

- 一、利润总额分析
- 二、不同规模企业利润总额比较分析
- 三、不同所有制企业利润总额比较分析

第二节 2009-2010年中国功能性饮料行业销售利润率

- 一、销售利润率分析
- 二、不同规模企业销售利润率比较分析
- 三、不同所有制企业销售利润率比较分析

第三节 2009-2010年中国功能性饮料行业总资产利润率分析

- 一、总资产利润率分析
- 二、不同规模企业总资产利润率比较分析
- 三、不同所有制企业总资产利润率比较分析

第四节 2009-2010年中国功能性饮料行业产值利税率分析

- 一、产值利税率分析
- 二、不同规模企业产值利税率比较分析
- 三、不同所有制企业产值利税率比较分析

第十二章 功能性饮料重点企业发展分析

第一节 红牛

- 一、企业概况
- 二、2009-2010年经营状况
- 三、2010-2015年盈利能力
- 四、2010-2015年投资风险

第二节 宝矿力水特

- 一、企业概况
- 二、2009-2010年经营状况
- 三、2010-2015年盈利能力
- 四、2010-2015年投资风险

第三节 激活

- 一、企业概况
- 二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第四节 佳得乐

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第五节 雀巢能量E

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第六节 劲跑

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第七节 王老吉（红色罐装）

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第四部分 投资策略与风险预警

第十三章 功能性饮料行业投资策略分析

第一节 行业发展特征

一、行业的周期性

二、行业的区域性

三、行业的上下游

四、行业经营模式

第二节 行业投资形势分析

一、行业发展格局

二、行业进入壁垒

三、行业SWOT分析

四、行业五力模型分析

第三节 功能性饮料行业投资效益分析

一、2009年功能性饮料行业投资状况分析

二、2009年功能性饮料行业投资效益分析

三、2010-2015年功能性饮料行业投资方向

四、2010-2015年功能性饮料行业投资建议

第四节 功能性饮料行业投资策略研究

一、2009年功能性饮料行业投资策略

二、2010年功能性饮料行业投资策略

三、2010-2015年功能性饮料行业投资策略

四、2010-2015年功能性饮料细分行业投资策略

第十四章 功能性饮料行业投资风险预警

第一节 影响功能性饮料行业发展的主要因素

一、2010年影响功能性饮料行业运行的有利因素

二、2010年影响功能性饮料行业运行的稳定因素

三、2010年影响功能性饮料行业运行的不利因素

四、2010年我国功能性饮料行业发展面临的挑战

五、2010年我国功能性饮料行业发展面临的机遇

第二节 功能性饮料行业投资风险预警

一、2010-2015年功能性饮料行业市场风险预测

二、2010-2015年功能性饮料行业政策风险预测

三、2010-2015年功能性饮料行业经营风险预测

四、2010-2015年功能性饮料行业技术风险预测

五、2010-2015年功能性饮料行业竞争风险预测

六、2010-2015年功能性饮料行业其他风险预测

第五部分 发展趋势与规划建议

第十五章 功能性饮料行业发展趋势分析

第一节 2010-2015年中国功能性饮料市场趋势分析

- 一、2009-2010年我国功能性饮料市场趋势总结
- 二、2010-2015年我国功能性饮料发展趋势分析
- 第二节 2010-2015年功能性饮料产品发展趋势分析
 - 一、2010-2015年功能性饮料产品技术趋势分析
 - 二、2010-2015年功能性饮料产品价格趋势分析
- 第三节 2010-2015年中国功能性饮料行业供需预测
 - 一、2008-2012年中国功能性饮料供给预测
 - 二、2010-2015年中国功能性饮料需求预测
 - 三、2010-2015年中国功能性饮料价格预测
- 第四节 2010-2015年功能性饮料行业规划建议
 - 一、功能性饮料行业"十一五"整体规划
 - 二、功能性饮料行业"十二五"规划预测
 - 三、2010-2015年功能性饮料行业规划建议

第十六章 功能性饮料企业管理策略建议

第一节 市场策略分析

- 一、功能性饮料价格策略分析
- 二、功能性饮料渠道策略分析

第二节 销售策略分析

- 一、媒介选择策略分析
- 二、产品定位策略分析
- 三、企业宣传策略分析

第三节 提高功能性饮料企业竞争力的策略

- 一、提高中国功能性饮料企业核心竞争力的对策
- 二、功能性饮料企业提升竞争力的主要方向
- 三、影响功能性饮料企业核心竞争力的因素及提升途径
- 四、提高功能性饮料企业竞争力的策略

第四节 对我国功能性饮料品牌的战略思考

- 一、功能性饮料实施品牌战略的意义
- 二、功能性饮料企业品牌的现状分析
- 三、我国功能性饮料企业的品牌战略
- 四、功能性饮料品牌战略管理的策略

图表目录

图表：功能性饮料产业链分析

图表：功能性饮料行业生命周期

图表：2009-2010年中国功能性饮料行业市场规模

图表：2009-2010年全球功能性饮料产业市场规模

图表：2009-2010年功能性饮料重要数据指标比较

图表：2009-2010年中国功能性饮料行业销售情况分析

图表：2009-2010年中国功能性饮料行业利润情况分析

图表：2009-2010年中国功能性饮料行业资产情况分析

图表：2009-2010年中国功能性饮料竞争力分析

图表：2010-2015年中国功能性饮料市场前景预测

图表：2010-2015年中国功能性饮料市场价格走势预测

图表：2010-2015年中国功能性饮料发展前景预测

图表：2001-2009年美国功能性饮料市场销售规模

图表：2010-2015年美国功能性饮料市场销售规模预测

图表：2002-2009年英国功能性饮料市场规模

图表：2002-2009年英国功能性饮料市场占全球和欧洲份额比较

图表：2010-2015年英国功能性饮料市场规模预测

图表：2008-2012年英国功能性饮料市场规模及其预测趋势图

图表：2002-2009年德国功能性饮料市场规模

图表：2002-2009年德国功能性饮料市场占全球和欧洲份额比较

图表：2010-2015年德国功能性饮料市场规模预测

图表：2008-2012年德国功能性饮料市场规模及其预测趋势图

图表：2002-2009年日本功能性饮料市场规模

图表：2002-2009年日本功能性饮料市场占全球和亚洲份额比较

图表：2010-2015年日本功能性饮料市场规模预测

图表：2010-2015年日本功能性饮料市场规模趋预测势图

图表：2002-2009年中国功能性饮料市场规模

图表：2002-2009年中国功能性饮料市场占全球和亚洲份额比较

图表：2010-2015年中国功能性饮料市场规模预测

图表：2010-2015年中国功能性饮料市场规模趋预测势图

图表：2009-2010年2月功能性饮料行业销售成本分析

图表：2009-2010年2月功能性饮料行业销售费用分析

图表：2009-2010年2月功能性饮料行业管理费用分析

图表：2009-2010年2月功能性饮料行业财务费用分析

图表：2009-2010年2月功能性饮料行业销售及利润分析

图表：2009-2010年2月功能性饮料行业销售毛利率分析

图表：2009-2010年2月功能性饮料行业销售利润率分析

图表：2009-2010年2月功能性饮料行业成本费用利润率分析

图表：2009-2010年2月功能性饮料行业总资产利润率分析

图表：2009-2010年2月功能性饮料行业资产分析

图表：2009-2010年2月功能性饮料行业负债分析

图表：2009-2010年2月功能性饮料行业偿债能力分析

图表：2004-2009年国内生产总值及其增长速度

图表：2004-2009年居民消费价格涨跌幅度

图表：2009年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2004-2009年年末国家外汇储备

图表：2004-2009年税收收入及其增长速度

图表：2004-2009年粮食产量及其增长速度

图表：2004-2009年工业增加值及其增长速度

图表：2009年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2009年规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表：2004-2009年建筑业增加值及其增长速度

图表：2004-2009年固定资产投资及其增长速度

图表：2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度

图表：2009年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2009年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：2004-2009年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2009年货物进出口总额及其增长速度

图表：2009年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2009年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表：2009年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表：2004-2009年货物进出口总额及其增长速度

图表：2009年分行业外商直接投资及其增长速度

图表：2009年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表：2009年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表：2004-2009年年末电话用户数

图表：2009年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度

图表：2004-2009年城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度

图表：2004-2009年年末各类教育招生人数

图表：2009年人口数及其构成

图表：2004-2009年农村居民村收入及其增长速度

图表：2004-2009年城镇居民可支配收入及其增长速度

图表：2009-2010年2月全国居民消费价格指数

图表：2009-2010年2月工业品出厂价格指数

图表：2009年1-12月我国功能性饮料产品进口数据

图表：2009年1-12月我国功能性饮料产品出口数据

图表：2009年1月我国功能性饮料产品进口数据

图表：2009年1月我国功能性饮料产品出口数据

图表：2009年2月我国功能性饮料产品进口数据

图表：2009年2月我国功能性饮料产品出口数据

图表：2009年3月我国功能性饮料产品进口数据

图表：2009年3月我国功能性饮料产品出口数据

图表：2009年4月我国功能性饮料产品进口数据

图表：2009年4月我国功能性饮料产品出口数据

图表：2009年5月我国功能性饮料产品进口数据

图表：2009年5月我国功能性饮料产品出口数据

图表：2009年6月我国功能性饮料产品进口数据

图表：2009年6月我国功能性饮料产品出口数据

图表：2009年7月我国功能性饮料产品进口数据

图表：2009年7月我国功能性饮料产品出口数据

图表：2009年8月我国功能性饮料产品进口数据

图表：2009年8月我国功能性饮料产品出口数据

图表：2009年9月我国功能性饮料产品进口数据

图表：2009年9月我国功能性饮料产品出口数据

图表：2009年10月我国功能性饮料产品进口数据

图表：2009年10月我国功能性饮料产品出口数据

图表：2009年11月我国功能性饮料产品进口数据

图表：2009年11月我国功能性饮料产品出口数据

图表：2009年12月我国功能性饮料产品进口数据

图表：2009年12月我国功能性饮料产品出口数据

图表：2009-2010年2月中国功能性饮料行业国有企业工业数据

图表：2009-2010年2月中国功能性饮料行业集体企业工业数据

图表：2009-2010年2月中国功能性饮料行业股份合作制企业工业数据

图表：2009-2010年2月中国功能性饮料行业股份制企业工业数据

图表：2009-2010年2月中国功能性饮料行业私营企业工业数据

图表：2009-2010年2月中国功能性饮料行业外商和港澳台投资企业工业数据

图表：2009-2010年2月中国功能性饮料行业其他类型企业工业数据

图表：2009-2010年2月中国不同所有制功能性饮料企业累计工业总产值对比

图表：2009-2010年2月中国不同所有制功能性饮料企业累计产品销售收入对比

图表：2009-2010年2月中国不同所有制功能性饮料企业累计资产总计对比

图表：2009-2010年2月中国不同所有制功能性饮料企业累计利润总额对比

图表：2009-2010年2月中国不同所有制功能性饮料企业累计工业总产值增长对比

图表：2009-2010年2月中国不同所有制功能性饮料企业累计产品销售收入增长对比

图表：2009-2010年2月中国不同所有制功能性饮料企业累计利润总额增长对比

图表：2009-2010年2月中国不同所有制功能性饮料企业产销率对比

图表：2009-2010年2月中国不同所有制功能性饮料企业流动资产周转次数对比

图表：2009-2010年2月中国不同所有制功能性饮料企业人均销售率对比

图表：2009-2010年2月中国不同所有制功能性饮料企业亏损面对比

图表：2009-2010年2月中国不同所有制功能性饮料企业销售利润率对比

图表：2009-2010年2月中国不同所有制功能性饮料企业资金利税率对比

图表：2009年1-12月功能性饮料产品产量全国统计

图表：2009年1-12月功能性饮料产品产量北京市统计

图表：2009年1-12月功能性饮料产品产量天津市统计

图表：2009年1-12月功能性饮料产品产量河北省统计

图表：2009年1-12月功能性饮料产品产量内蒙古统计

图表：2009年1-12月功能性饮料产品产量辽宁省统计

图表：2009年1-12月功能性饮料产品产量吉林省统计

图表：2009年1-12月功能性饮料产品产量黑龙江统计

图表：2009年1-12月功能性饮料产品产量上海市统计

图表：2009年1-12月功能性饮料产品产量江苏省统计

图表：2009年1-12月功能性饮料产品产量浙江省统计

图表：2009年1-12月功能性饮料产品产量安徽省统计

图表：2009年1-12月功能性饮料产品产量福建省统计

图表：2009年1-12月功能性饮料产品产量江西省统计

图表：2009年1-12月功能性饮料产品产量山东省统计

图表：2009年1-12月功能性饮料产品产量河南省统计

图表：2009年1-12月功能性饮料产品产量湖北省统计

图表：2009年1-12月功能性饮料产品产量湖南省统计

图表：2009年1-12月功能性饮料产品产量广东省统计

图表：2009年1-12月功能性饮料产品产量广西区统计

图表：2009年1-12月功能性饮料产品产量海南省统计

图表：2009年1-12月功能性饮料产品产量四川省统计

图表：2009年1-12月功能性饮料产品产量云南省统计

图表：2009年1-12月功能性饮料产品产量陕西省统计

图表：2009年1-12月功能性饮料产品产量甘肃省统计

图表：2009年1-12月功能性饮料产品产量青海省统计

图表：2009年1-12月功能性饮料产品产量宁夏区统计

图表：2009年1-12月功能性饮料产品产量新疆区统计

图表：2010年1-2月功能性饮料产品产量全国统计

图表：2010年1-2月功能性饮料产品产量北京市统计

图表：2010年1-2月功能性饮料产品产量天津市统计

图表：2010年1-2月功能性饮料产品产量河北省统计

图表：2010年1-2月功能性饮料产品产量内蒙古统计

图表：2010年1-2月功能性饮料产品产量辽宁省统计

图表：2010年1-2月功能性饮料产品产量吉林省统计

图表：2010年1-2月功能性饮料产品产量黑龙江统计

图表：2010年1-2月功能性饮料产品产量上海市统计

图表：2010年1-2月功能性饮料产品产量江苏省统计

图表：2010年1-2月功能性饮料产品产量浙江省统计

图表：2010年1-2月功能性饮料产品产量安徽省统计

图表：2010年1-2月功能性饮料产品产量福建省统计

图表：2010年1-2月功能性饮料产品产量江西省统计

图表：2010年1-2月功能性饮料产品产量山东省统计

图表：2010年1-2月功能性饮料产品产量河南省统计

图表：2010年1-2月功能性饮料产品产量湖北省统计

图表：2010年1-2月功能性饮料产品产量湖南省统计

图表：2010年1-2月功能性饮料产品产量广东省统计

图表：2010年1-2月功能性饮料产品产量广西区统计

图表：2010年1-2月功能性饮料产品产量海南省统计

图表：2010年1-2月功能性饮料产品产量四川省统计

图表：2010年1-2月功能性饮料产品产量云南省统计

图表：2010年1-2月功能性饮料产品产量陕西省统计

图表：2010年1-2月功能性饮料产品产量甘肃省统计

图表：2010年1-2月功能性饮料产品产量青海省统计

图表：2010年1-2月功能性饮料产品产量宁夏区统计

图表：2010年1-2月功能性饮料产品产量新疆区统计

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/148354.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）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提供投资咨询报告、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。