



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2012-2016年功能型饮料市场深度调研与投资价值分析研究报告

## 一、调研说明

《2012-2016年功能型饮料市场深度调研与投资价值分析研究报告》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/208948.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

功能饮料是指通过调整饮料中天然营养素的成分和含量比例，以适应某些特殊人群营养需要的饮品，包括营养素饮料、运动饮料和其它特殊用途饮料三类。功能饮料主要作用为抗疲劳和补充能量。功能饮料是指通过调整饮料中营养素的成分和含量比例，在一定程度上调节人体功能的饮料。功能饮料是2000年来风靡于欧美和日本等发达国家的一种健康饮品。目前我国功能饮料中运动人体饮料占68%，营养素强化饮料占25%，其它占7%。如近年来出现的“激活”、“脉动”、“尖叫”、“体能365”、“劲跑”、“体饮”、“他+她”和“东东”等产品。目前市场上的功能性饮料按其原料特点可大致分为蛋白质饮料、茶饮料、乳饮料、果汁饮料等。在中国，功能饮品是指在饮料中加入一定的功能成分(或功能性食品添加剂)，使饮用者在解渴的同时又具有一定的保健或降低疾病风险的功能。当饮用功能性饮料成为一种时尚，这一产业也随之欣欣向荣。2010年，我国功能性饮料市场规模达到88亿元，2011年末市场规模达到近100亿元，2012年第一季度我国功能型饮料市场规模在50亿元左右，随着2012年奥运会的来临以及第三季度（旺季）的到来，预计2012年全年有望突破120亿元。

预计2012年我国功能性饮料产量达到280万吨左右，到2016年产量将突破400万吨，市场需求达到450万吨左右。牛磺酸人本身并不缺，但身体疲劳的时候，则需要补充牛磺酸，现在市场上的牛磺酸产品多属于药品，而牛磺酸保健品比较缺乏。尽管目前红牛在国内已占据功能饮料大部分的市场份额，但为此付出了不菲的代价。进入中国的第一年，红牛就付出了2亿多人民币的市场费用，而此后每年的广告投入则为1亿多元人民币，基本上都是在为培育市场所付出的启蒙费用。然而如此巨大的投入却并没有让功能饮料这个新市场全面成熟起来，连红牛自身都还是一个区域性的品牌，红牛50%的销售收入来自广东市场。与其它饮料产品相比，功能饮料行业具有较高的技术壁垒和资金壁垒，在红牛等大品牌的经营下，功能性饮料已经形成了一个拥有强大壁垒的高档市场。娃哈哈集团在2012年3月份推出的保健健康饮料“启力”，是一款健康提神饮品，其目标市场定位在白领、学生等易疲劳者和免疫力低下群体。娃哈哈称雄饮料世界已久，此次以保健饮品“启力”作为2012年的首发武器，为自己在饮料中又开辟出一片“蓝海”，不但对直接竞争品牌红牛、力保健等功能饮品有直接的冲击，而对于仍在普通饮料圈中死守阵地的康师傅、统一也将有所启发。饮料界资深人士指出，娃哈哈当年靠营养液起家，如今进军保健功能饮品，是顺势而为，水到渠成的行为。

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、中国食品工业协会、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。

## 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 1

#### 第一节 2010-2012年全球功能性饮料市场分析 1

##### 一、2010-2012年全球功能性饮料市场分析 1

##### 二、2010-2012年全球功能性饮料市场规模 1

##### 三、2010-2012年全球功能性饮料市场需求 2

##### 四、2012-2016年全球功能性饮料市场趋势 2

#### 第二节 部分国家地区功能性饮料行业发展状况 3

##### 一、美国功能性饮料行业分析 3

##### 二、欧洲功能性饮料行业分析 5

##### 三、日本功能性饮料行业分析 6

##### 四、韩国功能性饮料行业分析 7

### 第二章 我国功能性饮料行业发展现状 9

#### 第一节 我国功能性饮料行业发展现状 9

##### 一、功能性饮料行业品牌发展现状 9

##### 二、功能性饮料行业消费市场现状 9

##### 三、功能性饮料市场消费层次分析 10

##### 四、我国功能性饮料市场走向分析 10

#### 第二节 我国功能性饮料行业发展状况 10

##### 一、中国软饮料行业发展回顾 10

##### 二、功能性饮料行业发展回顾 11

##### 三、2010-2012年功能性饮料行业发展分析 16

##### 四、2011年功能性饮料行业发展分析 17

#### 第三节 中国功能性饮料行业供需分析 19

一、中国功能性饮料市场供给总量分析	19
二、中国功能性饮料市场需求总量分析	19
三、中国功能性饮料市场供需平衡分析	20
四、中国功能性饮料市场景气情况分析	20
第三章 中国功能性饮料行业经济运行分析	21
第一节 2010-2012年功能性饮料行业运行情况	21
一、2010-2012年软饮料行业经济指标分析	21
二、2010-2012年功能性饮料行业经济指标	21
第二节 2010-2012年功能性饮料行业产量分析	22
一、2010年我国功能性饮料产品产量分析	22
二、2011年我国功能性饮料产品产量分析	23
第三节 2011年功能性饮料行业进出口分析	40
一、2011年功能性饮料行业进口总量分析	40
二、2011年功能性饮料行业出口总量分析	40
三、2010-2011年功能性饮料行业出口市场分析	40
第四章 中国功能性饮料消费市场分析	42
第一节 中国功能性饮料消费者收入分析	42
一、中国人口、人民生活分析	42
二、2010-2012年消费者收入水平	48
三、2010-2012年消费价格指数分析	52
第二节 功能性饮料消费市场状况分析	56
一、人均消费量	57
二、功能饮料认识度	57
三、功能饮料饮用率	57
四、功能饮料购买理由	57
第三节 功能性饮料行业产品的品牌市场调查	58
一、消费者年龄分布	58
二、消费者职业分布	59
三、消费者品牌认知度	59
四、消费者的偏好调查	60
五、消费者价格敏感度	61
六、消费者购买影响因素	61

## 七、消费者购买渠道调查 62

## 第五章 中国功能性饮料行业区域市场分析 63

### 第一节 华北地区功能性饮料行业分析 63

#### 一、2010-2011年行业市场规模分析 63

#### 二、2010-2011年行业销售情况分析 63

#### 三、2010-2011年行业营收情况分析 63

#### 四、2010-2011年行业利润情况分析 64

### 第二节 东北地区功能性饮料行业分析 64

#### 一、2010-2011年行业市场规模分析 64

#### 二、2010-2011年行业销售情况分析 64

#### 三、2010-2011年行业营收情况分析 65

#### 四、2010-2011年行业利润情况分析 65

### 第三节 华东地区功能性饮料行业分析 65

#### 一、2010-2011年行业市场规模分析 65

#### 二、2010-2011年行业销售情况分析 66

#### 三、2010-2011年行业营收情况分析 66

#### 四、2010-2011年行业利润情况分析 66

### 第四节 华南地区功能性饮料行业分析 67

#### 一、2010-2011年行业市场规模分析 67

#### 二、2010-2011年行业销售情况分析 67

#### 三、2010-2011年行业营收情况分析 67

#### 四、2010-2011年行业利润情况分析 68

### 第五节 华中地区功能性饮料行业分析 68

#### 一、2010-2011年行业市场规模分析 68

#### 二、2010-2011年行业销售情况分析 68

#### 三、2010-2011年行业营收情况分析 69

#### 四、2010-2011年行业利润情况分析 69

### 第六节 西南地区功能性饮料行业分析 69

#### 一、2010-2011年行业市场规模分析 69

#### 二、2010-2011年行业销售情况分析 70

#### 三、2010-2011年行业营收情况分析 70

#### 四、2010-2011年行业利润情况分析 70

## 第七节 西北地区功能性饮料行业分析 71

### 一、2010-2011年行业市场规模分析 71

### 二、2010-2011年行业销售情况分析 71

### 三、2010-2011年行业营收情况分析 71

### 四、2010-2011年行业利润情况分析 72

## 第六章 功能性饮料行业投资与发展前景分析 73

### 第一节 2010-2012年功能性饮料行业投资情况分析 73

#### 一、2010-2011年全社会固定资产投资情况分析 73

#### 二、2010-2011年功能性饮料行业投资规模情况 75

#### 三、2011年功能性饮料行业投资增速情况 75

### 第二节 功能性饮料行业投资机会分析 75

#### 一、2010-2012年功能性饮料投资机会 75

#### 二、2010-2012年功能性饮料市场潜力 76

#### 三、功能性饮料投资新方向 76

### 第三节 功能性饮料行业发展前景分析 80

#### 一、功能性饮料市场发展前景分析 80

#### 二、我国功能性饮料市场蕴藏的商机 81

#### 三、功能性饮料市场面临的发展商机 82

## 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 85

### 第一节 功能性饮料行业集中度分析 85

#### 一、功能性饮料市场集中度分析 85

#### 二、功能性饮料企业集中度分析 86

#### 三、功能性饮料区域集中度分析 87

### 第二节 功能性饮料行业主要企业竞争力分析 87

#### 一、功能性饮料行业竞争力分析 87

#### 二、功能性饮料主要企业竞争力分析 89

#### 三、功能性饮料行业主要企业竞争动向 90

### 第三节 功能性饮料行业竞争格局分析 90

#### 一、2010-2012年功能性饮料行业竞争分析 90

#### 二、2010-2012年中外功能性饮料产品竞争分析 92

## 第八章 2012-2016年中国功能性饮料行业发展形势分析 94

第一节 功能性饮料行业发展概况	94
一、功能性饮料行业发展概述	94
二、功能性饮料行业发展现状	94
三、功能性饮料行业特征分析	95
第二节 2010-2012年功能性饮料行业市场情况分析	96
一、功能性饮料市场规模分析	96
二、功能性饮料市场存在的问题	97
三、功能性饮料行业的发展对策	98
第三节 2010-2012年功能性饮料产销状况分析	100
一、功能性饮料产量分析	100
二、功能性饮料产能分析	100
三、功能性饮料市场需求状况分析	100
第四节 2012-2016年功能性饮料行业发展形势分析	101
一、影响功能饮料发展的因素	101
二、功能性饮料行业标准情况	102
三、功能性饮料行业发展形势	124
第三部分 盈利水平与企业分析	
第九章 中国功能性饮料行业整体运行指标分析	131
第一节 2010-2012年中国功能性饮料行业总体规模分析	131
一、企业数量结构分析	131
二、行业生产规模分析	131
第二节 2010-2012年中国功能性饮料行业产销分析	132
一、行业产成品情况总体分析	132
二、行业产品销售收入总体分析	133
第三节 2010-2012年中国功能性饮料行业财务指标总体分析	133
一、行业盈利能力分析	133
二、行业偿债能力分析	135
三、行业营运能力分析	136
四、行业发展能力分析	137
第十章 功能性饮料行业赢利水平分析	138
第一节 成本分析	138
一、2010-2012年功能性饮料原材料价格走势	138



## 二、2010-2012年功能性饮料行业人工成本分析 141

### 第二节 产销运存分析 149

#### 一、2010-2012年功能性饮料行业产销情况 149

#### 二、2010-2012年功能性饮料行业库存情况 150

### 第三节 盈利水平分析 150

#### 一、2012-2016年功能性饮料行业价格走势 150

#### 二、2010-2012年功能性饮料行业营业收入情况 151

#### 三、2010-2012年功能性饮料行业毛利率情况 152

#### 四、2010-2012年功能性饮料行业盈利能力 153

## 第十一章 功能性饮料行业盈利能力分析 154

### 第一节 2011年中国功能性饮料行业利润总额分析 154

#### 一、利润总额分析 154

#### 二、不同规模企业利润总额比较分析 154

#### 三、不同所有制企业利润总额比较分析 154

### 第二节 2011年中国功能性饮料行业资产负债率 155

#### 一、资产负债率分析 155

#### 二、不同规模企业资产负债率比较分析 155

#### 三、不同所有制企业资产负债率比较分析 155

### 第三节 2011年中国功能性饮料行业产值利税率 156

#### 一、产值利税率分析 156

#### 二、不同规模企业产值利税率比较分析 156

#### 三、不同所有制企业产值利税率比较分析 156

### 第四节 2011年中国功能性饮料行业资金利税率 157

#### 一、资金利税率分析 157

#### 二、不同规模企业资金利税率比较分析 157

#### 三、不同所有制企业资金利税率比较分析 157

## 第十二章 功能性饮料重点企业发展分析 158

### 第一节 红牛 158

#### 一、企业概况 158

#### 二、2010-2012企业经营状况 159

#### 三、企业营销策略 160

### 第二节 宝矿力水特 164

一、企业概况	164
二、2010-2012企业经营状况	165
三、企业发展战略	165
第三节 激活	167
一、企业概况	167
二、2010-2012企业经营状况	168
三、企业发展目标	169
第四节 佳得乐	169
一、企业概况	169
二、2010-2012企业经营状况	171
三、企业发展战略	172
第五节 雀巢能量E	172
一、企业概况	172
二、2010-2012企业经营状况	173
三、企业发展策略	174
第六节 劲跑	176
一、企业概况	176
二、2010-2012企业经营状况	178
三、企业发展战略	179
第七节 王老吉与加多宝	182
一、企业概况	182
二、2010-2012企业经营状况	183
三、企业发展战略	184
第十三章 功能性饮料行业投资策略分析	187
第一节 行业发展特征	187
一、行业的周期性	187
二、行业的区域性	187
三、行业发展特征	187
第二节 行业投资形势分析	188
一、行业发展格局	188
二、行业进入壁垒	189
三、行业SWOT分析	194

### 第三节 功能性饮料行业投资战略研究 195

#### 一、技术开发战略 195

#### 二、产业战略规划 199

#### 三、业务组合战略 200

#### 四、营销战略规划 203

#### 五、区域战略规划 205

### 第四部分 投资策略与风险预警

### 第十四章 功能性饮料行业投资风险预警 216

#### 第一节 影响功能性饮料行业发展的主要因素 216

##### 一、2011年影响功能性饮料行业运行的有利因素 216

##### 二、2011年影响功能性饮料行业运行的稳定因素 216

##### 三、2011年影响功能性饮料行业运行的不利因素 234

##### 四、2011年我国功能性饮料行业发展面临的挑战 235

#### 第二节 功能性饮料行业投资风险预警 237

##### 一、2012-2016年功能性饮料行业市场风险预测 237

##### 二、2012-2016年功能性饮料行业经济波动风险 237

##### 三、2012-2016年功能性饮料行业竞争风险预测 239

##### 四、2012-2016年功能性饮料行业管理风险预测 239

### 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 241

#### 第一节 2012-2016年中国功能性饮料市场趋势分析 241

##### 一、2012-2016年我国功能性饮料市场趋势总结 241

##### 二、2012-2016年我国功能性饮料发展趋势分析 242

#### 第二节 2012-2016年功能性饮料产品发展趋势预测 243

##### 一、2012-2016年我国功能性饮料市场趋势预测 243

##### 二、2012-2016年功能性饮料产品技术趋势分析 252

#### 第三节 功能性饮料行业规划建议 254

##### 一、功能性饮料行业“十一五”整体回顾 254

##### 二、功能性饮料行业“十二五”规划预测 255

##### 三、2012-2016年功能性饮料行业规划建议 260

### 第十六章 功能性饮料企业管理策略建议 263

#### 第一节 市场策略分析 263

一、功能性饮料营销模式分析	263
二、功能性饮料渠道策略分析	275
第二节 销售策略分析	279
一、媒介选择策略分析	279
二、产品定位策略分析	281
三、企业宣传策略分析	282
第三节 提高功能性饮料企业竞争力的策略	285
一、提高中国功能性饮料企业核心竞争力的对策	285
二、影响功能性饮料企业核心竞争力的因素及提升途径	287
三、提高功能性饮料企业竞争力的策略	290
第四节 对我国功能性饮料品牌的战略思考	292
一、功能性饮料品牌的特性和作用	292
二、功能性饮料品牌价值战略研究	296
三、我国功能性饮料品牌竞争趋势	302
四、功能性饮料企业品牌发展战略	303

## 图表目录

图表：2011年6月中国饮料行业品牌网络广告投放TOP10广告主排名	18
图表：2009-2011年我国功能性饮料需求量	19
图表：2009-2011年我国凉茶需求量	19
图表：2009-2011年我国功能性饮料需求量	19
图表：2009-2011年我国凉茶需求量	19
图表：2010-2011年功能性饮料等软饮料制造业经济指标	21
图表：2010-2011年茶饮料及功能性饮料制造业经济指标	21
图表：2011-2012年茶饮料及功能性饮料制造业经济指标	22
图表：2010年我国功能性饮料产量	22
图表：2010年我国凉茶产量	22
图表：2010年1-12月我国软饮料产量	23
图表：2011年我国功能性饮料产量	23
图表：2011年我国凉茶产量	24
图表：2011年1-10月我国软饮料产量	24
图表：2011年1-6月软饮料产量全国合计	25
图表：2011年1-6月软饮料产量北京市合计	25

图表：2011年1-6月软饮料产量天津市合计 25

图表：2011年1-6月软饮料产量河北省合计 25

图表：2011年1-6月软饮料产量山西省合计 25

图表：2011年1-6月软饮料产量内蒙古合计 25

图表：2011年1-6月软饮料产量辽宁省合计 25

图表：2011年1-6月软饮料产量吉林省合计 26

图表：2011年1-6月软饮料产量黑龙江合计 26

图表：2011年1-6月软饮料产量上海市合计 26

图表：2011年1-6月软饮料产量江苏省合计 26

图表：2011年1-6月软饮料产量浙江省合计 26

图表：2011年1-6月软饮料产量安徽省合计 26

图表：2011年1-6月软饮料产量福建省合计 26

图表：2011年1-6月软饮料产量江西省合计 26

图表：2011年1-6月软饮料产量山东省合计 27

图表：2011年1-6月软饮料产量河南省合计 27

图表：2011年1-6月软饮料产量湖北省合计 27

图表：2011年1-6月软饮料产量湖南省合计 27

图表：2011年1-6月软饮料产量广东省合计 27

图表：2011年1-6月软饮料产量广西区合计 27

图表：2011年1-6月软饮料产量海南省合计 27

图表：2011年1-6月软饮料产量重庆市合计 27

图表：2011年1-6月软饮料产量四川省合计 28

图表：2011年1-6月软饮料产量贵州省合计 28

图表：2011年1-6月软饮料产量云南省合计 28

图表：2011年1-6月软饮料产量西藏区合计 28

图表：2011年1-6月软饮料产量陕西省合计 28

图表：2011年1-6月软饮料产量甘肃省合计 28

图表：2011年1-6月软饮料产量青海省合计 28

图表：2011年1-6月软饮料产量宁夏区合计 28

图表：2011年1-6月软饮料产量新疆区合计 29

图表：2011年1-6月碳酸饮料产量全国合计 29

图表：2011年1-6月碳酸饮料产量北京市合计 29

图表：2011年1-6月碳酸饮料产量天津市合计 29

图表：2011年1-6月碳酸饮料产量河北省合计 29

图表：2011年1-6月碳酸饮料产量山西省合计 29

图表：2011年1-6月碳酸饮料产量内蒙古合计 29

图表：2011年1-6月碳酸饮料产量辽宁省合计 29

图表：2011年1-6月碳酸饮料产量吉林省合计 30

图表：2011年1-6月碳酸饮料产量黑龙江合计 30

图表：2011年1-6月碳酸饮料产量上海市合计 30

图表：2011年1-6月碳酸饮料产量江苏省合计 30

图表：2011年1-6月碳酸饮料产量浙江省合计 30

图表：2011年1-6月碳酸饮料产量安徽省合计 30

图表：2011年1-6月碳酸饮料产量福建省合计 30

图表：2011年1-6月碳酸饮料产量江西省合计 30

图表：2011年1-6月碳酸饮料产量山东省合计 31

图表：2011年1-6月碳酸饮料产量河南省合计 31

图表：2011年1-6月碳酸饮料产量湖北省合计 31

图表：2011年1-6月碳酸饮料产量湖南省合计 31

图表：2011年1-6月碳酸饮料产量广东省合计 31

图表：2011年1-6月碳酸饮料产量广西区合计 31

图表：2011年1-6月碳酸饮料产量海南省合计 31

图表：2011年1-6月碳酸饮料产量重庆市合计 31

图表：2011年1-6月碳酸饮料产量四川省合计 32

图表：2011年1-6月碳酸饮料产量云南省合计 32

图表：2011年1-6月碳酸饮料产量陕西省合计 32

图表：2011年1-6月碳酸饮料产量新疆区合计 32

图表：2011年1-6月果汁和蔬菜汁饮料产量全国合计 32

图表：2011年1-6月果汁和蔬菜汁饮料产量北京市合计 32

图表：2011年1-6月果汁和蔬菜汁饮料产量天津市合计 32

图表：2011年1-6月果汁和蔬菜汁饮料产量河北省合计 32

图表：2011年1-6月果汁和蔬菜汁饮料产量山西省合计 33

图表：2011年1-6月果汁和蔬菜汁饮料产量内蒙古合计 33

图表：2011年1-6月果汁和蔬菜汁饮料产量辽宁省合计 33

图表：2011年1-6月果汁和蔬菜汁饮料产量吉林省合计 33

图表：2011年1-6月果汁和蔬菜汁饮料产量黑龙江合计 33

图表：2011年1-6月果汁和蔬菜汁饮料产量上海市合计 33

图表：2011年1-6月果汁和蔬菜汁饮料产量江苏省合计 33

图表：2011年1-6月果汁和蔬菜汁饮料产量浙江省合计 33

图表：2011年1-6月果汁和蔬菜汁饮料产量安徽省合计 34

图表：2011年1-6月果汁和蔬菜汁饮料产量福建省合计 34

图表：2011年1-6月果汁和蔬菜汁饮料产量江西省合计 34

图表：2011年1-6月果汁和蔬菜汁饮料产量山东省合计 34

图表：2011年1-6月果汁和蔬菜汁饮料产量河南省合计 34

图表：2011年1-6月果汁和蔬菜汁饮料产量湖北省合计 34

图表：2011年1-6月果汁和蔬菜汁饮料产量湖南省合计 34

图表：2011年1-6月果汁和蔬菜汁饮料产量广东省合计 34

图表：2011年1-6月果汁和蔬菜汁饮料产量广西区合计 35

图表：2011年1-6月果汁和蔬菜汁饮料产量海南省合计 35

图表：2011年1-6月果汁和蔬菜汁饮料产量重庆市合计 35

图表：2011年1-6月果汁和蔬菜汁饮料产量四川省合计 35

图表：2011年1-6月果汁和蔬菜汁饮料产量贵州省合计 35

图表：2011年1-6月果汁和蔬菜汁饮料产量云南省合计 35

图表：2011年1-6月果汁和蔬菜汁饮料产量陕西省合计 35

图表：2011年1-6月果汁和蔬菜汁饮料产量甘肃省合计 35

图表：2011年1-6月果汁和蔬菜汁饮料产量青海省合计 36

图表：2011年1-6月果汁和蔬菜汁饮料产量宁夏区合计 36

图表：2011年1-6月果汁和蔬菜汁饮料产量新疆区合计 36

图表：2011年1-6月包装饮用水产量全国合计 36

图表：2011年1-6月包装饮用水产量北京市合计 36

图表：2011年1-6月包装饮用水产量天津市合计 36

图表：2011年1-6月包装饮用水产量河北省合计 36

图表：2011年1-6月包装饮用水产量山西省合计 36

图表：2011年1-6月包装饮用水产量内蒙古合计 37

图表：2011年1-6月包装饮用水产量辽宁省合计 37

图表：2011年1-6月包装饮用水产量吉林省合计 37

图表：2011年1-6月包装饮用水产量黑龙江合计 37

图表：2011年1-6月包装饮用水产量上海市合计 37

图表：2011年1-6月包装饮用水产量江苏省合计 37

图表：2011年1-6月包装饮用水产量浙江省合计 37

图表：2011年1-6月包装饮用水产量安徽省合计 37

图表：2011年1-6月包装饮用水产量福建省合计 38

图表：2011年1-6月包装饮用水产量江西省合计 38

图表：2011年1-6月包装饮用水产量山东省合计 38

图表：2011年1-6月包装饮用水产量河南省合计 38

图表：2011年1-6月包装饮用水产量湖北省合计 38

图表：2011年1-6月包装饮用水产量湖南省合计 38

图表：2011年1-6月包装饮用水产量广东省合计 38

图表：2011年1-6月包装饮用水产量广西区合计 38

图表：2011年1-6月包装饮用水产量海南省合计 39

图表：2011年1-6月包装饮用水产量重庆市合计 39

图表：2011年1-6月包装饮用水产量四川省合计 39

图表：2011年1-6月包装饮用水产量贵州省合计 39

图表：2011年1-6月包装饮用水产量云南省合计 39

图表：2011年1-6月包装饮用水产量西藏区合计 39

图表：2011年1-6月包装饮用水产量陕西省合计 39

图表：2011年1-6月包装饮用水产量甘肃省合计 39

图表：2011年1-6月包装饮用水产量青海省合计 40

图表：2011年1-6月包装饮用水产量新疆区合计 40

图表：2011年我国功能性饮料进口量 40

图表：2011年我国功能性饮料出口量 40

图表：2011年1-6月功能性饮料等软饮料制造业出口交货值 40

图表：2011年1-6月功能性饮料等软饮料制造业出口交货值同比增长 41

图表：2010-2011年功能性饮料等软饮料制造业出口交货值 41

图表：2010年我国各省（区、市）城乡居民收入比较 48

图表：2011年居民消费价格月度涨跌幅度 53

图表：2011年居民消费价格同比涨幅 53

图表：2011年功能性饮料消费者年龄分布图 58



图表：2011年功能性饮料消费者职业分布图 59

图表：功能性饮料消费种类的调查 59

图表：通过各类渠道了解功能性饮料渠道的调查 59

图表：功能性饮料消费因素调查 60

图表：选择功能性饮料的原因调查 60

图表：消费功能性饮料的时间调查 60

图表：消费者对功能性饮料价格评价的调查 61

图表：各类因素对消费者购买功能性饮料影响调查 61

图表：消费者购买饮料渠道调查 62

图表：2010-2011年华北功能性饮料市场规模 63

图表：2010-2011年华北功能性饮料等软饮料制造业工业销售产值 63

图表：2010-2011年华北功能性饮料等软饮料制造业主营业务收入 63

图表：2010-2011年华北功能性饮料等软饮料制造业利润总额 64

图表：2010-2011年东北功能性饮料市场规模 64

图表：2010-2011年东北功能性饮料等软饮料制造业工业销售产值 64

图表：2010-2011年东北功能性饮料等软饮料制造业主营业务收入 65

图表：2010-2011年东北功能性饮料等软饮料制造业利润总额 65

图表：2010-2011年华东功能性饮料市场规模 65

图表：2010-2011年华东功能性饮料等软饮料制造业工业销售产值 66

图表：2010-2011年华东功能性饮料等软饮料制造业主营业务收入 66

图表：2010-2011年华东功能性饮料等软饮料制造业利润总额 66

图表：2010-2011年华南功能性饮料市场规模 67

图表：2010-2011年华南功能性饮料等软饮料制造业工业销售产值 67

图表：2010-2011年华南功能性饮料等软饮料制造业主营业务收入 67

图表：2010-2011年华南功能性饮料等软饮料制造业利润总额 68

图表：2010-2011年华中功能性饮料市场规模 68

图表：2010-2011年华中功能性饮料等软饮料制造业工业销售产值 68

图表：2010-2011年华中功能性饮料等软饮料制造业主营业务收入 69

图表：2010-2011年华中功能性饮料等软饮料制造业利润总额 69

图表：2010-2011年西南功能性饮料市场规模 69

图表：2010-2011年西南功能性饮料等软饮料制造业工业销售产值 70

图表：2010-2011年西南功能性饮料等软饮料制造业主营业务收入 70

图表：2010-2011年西南功能性饮料等软饮料制造业利润总额 70

图表：2010-2011年西北功能性饮料市场规模 71

图表：2010-2011年西北功能性饮料等软饮料制造业工业销售产值 71

图表：2010-2011年西北功能性饮料等软饮料制造业主营业务收入 71

图表：2010-2011年西北功能性饮料等软饮料制造业利润总额 72

图表：2006-2011年全社会固定资产投资及其增长速度 74

图表：2010年我国功能性饮料行业投资规模 75

图表：2011年我国功能性饮料行业投资规模 75

图表：红牛与健力宝的具体对比 89

图表：2010-2012年我国功能性饮料产量 100

图表：2010-2011年我国功能性饮料产能 100

图表：2010-2011年我国功能性饮料需求量 101

图表：2011年1-6月功能性饮料等软饮料制造业企业单位数 131

图表：2010-2011年功能性饮料等软饮料制造业企业单位数 131

图表：2010-2011年功能性饮料等软饮料制造业新产品产值 132

图表：2010-2011年功能性饮料等软饮料制造业产成品 132

图表：2010-2011年功能性饮料等软饮料制造业工业销售产值 133

图表：2010-2011年茶饮料及功能性饮料制造业盈利能力 133

图表：2010-2011年功能性饮料等软饮料制造业盈利能力 134

图表：2011-2012年茶饮料及功能性饮料制造业盈利能力 134

图表：2011年1-6月功能性饮料等软饮料制造业利润总额 134

图表：2011年1-6月功能性饮料等软饮料制造业利润总额同比增长 134

图表：2010-2011年茶饮料及功能性饮料制造业偿债能力 135

图表：2010-2011年功能性饮料等软饮料制造业偿债能力 135

图表：2011-2012年茶饮料及功能性饮料制造业偿债能力 135

图表：2010-2011年茶饮料及功能性饮料制造业运营能力 136

图表：2010-2011年功能性饮料等软饮料制造业运营能力 136

图表：2011-2012年茶饮料及功能性饮料制造业运营能力 136

图表：2010-2011年茶饮料及功能性饮料制造业成长能力 137

图表：2010-2011年功能性饮料等软饮料制造业成长能力 137

图表：2011-2012年茶饮料及功能性饮料制造业成长能力 137

图表：2010年1月饮料、烟酒零售价格指数 138

图表：2010年2月饮料、烟酒零售价格指数 139

图表：2010年3月饮料、烟酒零售价格指数 139

图表：2010年4月饮料、烟酒零售价格指数 139

图表：2010年5月饮料、烟酒零售价格指数 139

图表：2010年6月饮料、烟酒零售价格指数 139

图表：2010年7月饮料、烟酒零售价格指数 140

图表：2010年8月饮料、烟酒零售价格指数 140

图表：2010年9月饮料、烟酒零售价格指数 140

图表：2010年10月饮料、烟酒零售价格指数 140

图表：2010年11月饮料、烟酒零售价格指数 140

图表：2010年12月饮料、烟酒零售价格指数 141

图表：2011年1-6月功能性饮料等软饮料制造业主营业务成本 143

图表：2011年1-6月功能性饮料等软饮料制造业主营业务成本同比增长 143

图表：2010-2011年功能性饮料等软饮料制造业主营业务成本 143

图表：2011年1-6月功能性饮料等软饮料制造业产成品 149

图表：2011年1-6月功能性饮料等软饮料制造业产成品同比增长 149

图表：2011年1-6月功能性饮料等软饮料制造业工业销售产值 149

图表：2011年1-6月功能性饮料等软饮料制造业工业销售产值同比增长 149

图表：2011年1-6月功能性饮料等软饮料制造业存货 150

图表：2011年1-6月功能性饮料等软饮料制造业存货同比增长 150

图表：2010-2011年功能性饮料等软饮料制造业存货 150

图表：2011年1-6月功能性饮料等软饮料制造业主营业务收入 151

图表：2011年1-6月功能性饮料等软饮料制造业主营业务收入同比增长 152

图表：2010-2011年功能性饮料等软饮料制造业主营业务收入 152

图表：2010-2011年功能性饮料等软饮料制造业利润总额 153

图表：2011年1-9月功能性饮料等软饮料行业利润总额 154

图表：2011年1-9月功能性饮料等软饮料行业不同规模企业利润总额 154

图表：2011年1-9月功能性饮料等软饮料行业不同所有制企业利润总额 154

图表：2011年1-9月功能性饮料等软饮料行业资产负债率 155

图表：2011年1-9月功能性饮料等软饮料行业不同规模企业资产负债率 155

图表：2011年1-9月功能性饮料等软饮料行业不同所有制企业资产负债率 155

图表：2011年1-9月功能性饮料等软饮料行业产值利税率 156

图表：2011年1-9月功能性饮料等软饮料行业不同规模企业产值利税率 156

图表：2011年1-9月功能性饮料等软饮料行业不同所有制企业产值利税率 156

图表：2011年1-9月功能性饮料等软饮料行业资金利税率 157

图表：2011年1-9月功能性饮料等软饮料行业不同规模企业资金利税率 157

图表：2011年1-9月功能性饮料等软饮料行业不同所有制企业资金利税率 157

图表：区域发展战略咨询流程图 212

图表：区域SWOT战略分析图 214

图表：2006-2011年国内生产总值及其增长速度 217

图表：2011年居民消费价格月度涨跌幅度 218

图表：2011年居民消费价格同比涨幅 218

图表：2006-2011年公共财政收入及其增长速度 219

图表：2011年居民消费价格月度涨跌幅度 219

图表：2011年居民消费价格同比涨幅 220

图表：2006-2011年农村居民人均收入及其增长速度 223

图表：2006-2011年城镇居民人均可支配收入及其实际增长速度 224

图表：2006-2011年全社会固定资产投资及其增长速度 229

图表：2006-2011年货物进出口总额 234

图表：现在市场上的主要特殊用途饮料 244

略.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/208948.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](http://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。