

2008年中国功能饮料市场调查及 投资咨询报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2008年中国功能饮料市场调查及投资咨询报告》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.abaogao.com/b/yinliao/A7189416Z1.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

[b]2008年中国[b]功能饮料[b]市场调查及投资咨询报告 内容介绍：[/b]

[b]第一章 世界软饮料市场消费动向趋势预测

- 一、世界饮料市场消费动向分析
 - 二、亚洲饮料市场发展趋势分析
 - 三、2008年中国饮料业发展趋势预测
- ### 第三节 世界功能型饮料市场发展迅猛

[b]第二章 中国软饮料发展历程

- 五、功能饮料的营养价值
- 六、功能饮料的市场发展前景广阔
- 七、功能饮料快速进入日常生活

第二节 功能饮料市场现状

- 一、功能饮料瓜分天下
- 二、群雄蜂起，功能性饮料喧闹市场
- 三、回归理性，功能性饮料进入整理期
- 四、饮料市场杀出“黑马”
- 五、企业纷纷提议修订行业标准
- 六、饮料广告比饮料市场红火
- 七、功能饮料销售有望翻倍
- 八、功能饮料呈爆炸性增长

第三节 功能饮料市场竞争状况分析

- 一、各大商家转变策略进军功能饮料
- 二、抢占市场招数频出
- 三、功能饮料还将进一步细分
- 四、功能饮料：非产品层面的竞争
- 五、饮料巨头争先恐后卖“功能概念”
- 六、国外巨头等待功能饮料成熟时
- 七、竞争加剧，市场集中度低
- 八、本土品牌建设不完善
- 九、功能饮料市场洋影重重

[b]第四章 重点企业及产品分析[/b]

第一节 红牛的“红牛”

- 一、红牛在中国的本土化策略
- 二、依托国际品牌背景力求做强做大
- 三、产品品质与安全是红牛永恒的追求
- 四、“红牛”获得“安全饮品认证”
- 五、红牛风波
- 六、红牛国际市场发展状况

第二节 日本大政的“力保健”

- 一、日本人为何喜欢喝力保健？
- 二、力保健饮品创造销售奇迹
- 三、力保健打响亚健康狙击战

第三节 乐百氏与“脉动”

- 一、乐百氏“脉动”：打造健康饮料品牌
- 二、心动的产品名称
- 三、脉动的市场定位
- 四、诱人的分销策略
- 五、问题与不足

第四节 娃哈哈的“康有利”与“激活”

- 一、不幸“夭折”的代表——康有利
- 二、“激活”功能饮料市场

第五节 汇源的“他+她-”

- 一、冰山之旅
- 二、在自我迷恋中搁浅
- 三、透视“他+她-”：威力与缺失
- 四、他+她-，新产品搅乱营销观念

第六节 大冢的“宝矿力”

- 一、宝矿力水特市场调查
- 二、宝矿力水特整合促销策划
- 三、宝矿力欲成为功能饮料的可口可乐

第七节 怡冠

- 一、怡冠功能饮料市场推广设计方案
- 二、新一代怡冠入市走俏

三、失败后东山再起的营销总结

第八节 康师傅的“劲跑X”

- 一、强化产品定位
- 二、降低推广成本
- 三、注意力的争夺
- 四、提高受众的参与度
- 五、于细微处见工夫

第九节 巨能的“体饮”

- 一、体饮的价格策略
- 二、市场策略
- 三、竞争与培育
- 四、市场机遇
- 五、市场风险

第十节 老将健力宝

- 一、长期战略迷失
- 二、组织架构不合理
- 三、流程管理僵化
- 四、营销模式败局
- 五、多品牌失败
- 六、企业文化迷茫
- 七、人力资源管理混乱
- 八、健力宝前途依然看好

[b]第五章 营销策略与案例分析[/b]

第一节 功能饮料营销策略

- 一、功能性饮料营销须避免短视症
- 二、功能饮料的五大营销模式
- 三、功能饮料营销体验时尚脉动
- 四、营销新视点功能以外卖点

第二节 营销案例分析

- 一、红牛：功能饮料市场营销突围策略
- 二、脉动维生素水：脉动快速“卖动”
- 三、王老吉：“防火”让自己火起来

四、中国能量饮料行业重点企业经济指标[/b]

一、杭州娃哈哈保健食品有限公司

二、维维集团

三、山东吉龙集团有限公司

四、乐百氏行业各地区企业单位数分析

2006-2007年1至11月中国饮料行业各地区总资产分析

2006-2007年1至11月中国饮料行业各地区销售收入分析

2006-2007年1至11月中国饮料行业各地区工业总产值分析

2006-2007年1至11月中国饮料行业各地区利润总额分析

2003-2007年1至11月中国饮料行业工业总产值规模变化分析

2003-2007年1至11月中国饮料行业企业数量规模变化分析

2003-2007年1至11月中国饮料行业销售收入规模变化分析

2003-2007年1至11月中国饮料行业资本保值增值率变化分析

2003-2007年1至11月中国饮料行业资本负债率变化分析

2003-2007年1至11月中国饮料行业产值利税率变化分析

2003-2007年1至11月中国饮料行业资金利润率变化分析

2003-2007年1至11月中国饮料行业成本费用利润率变化分析

2003-2007年1至11月中国饮料行业人均销售率变化分析

2003-2007年1至11月中国饮料行业亏损企业数量变化分析

2003-2007年1至11月中国饮料行业亏损企业亏损总额变化分析

2003-2007年1至11月中国饮料行业利润总额变化分析

2003-2007年1至11月中国饮料行业流动资产变化分析

2003-2007年1至11月中国饮料行业固定资产变化分析

2003-2007年1至11月中国饮料行业总资产变化分析

2003-2007年1至11月中国饮料行业负债变化分析

2003-2007年1至11月中国饮料行业产品销售成本变化分析

2003-2007年1至11月中国饮料行业产品销售费用变化分析

2003-2007年1至11月中国饮料行业产品销售税金及附加变化分析

1997-2009年中国软饮料(软饮料市场分析)市场发展

主要城市消费者功能应料饮用频率

饮料市场品牌名称知名度调查

杭州娃哈哈保健食品有限公司基本情况

杭州娃哈哈保健食品有限公司负债分析

杭州娃哈哈保健食品有限公司企业经费用分析

杭州娃哈哈保健食品有限公司企业收入及利润分析

杭州娃哈哈保健食品有限公司企业营业外支出分析

杭州娃哈哈保健食品有限公司企业工业中间投入及现金流分析

维维集团基本情况

维维集团负债分析

维维集团企业经费用分析

维维集团企业收入及利润分析

维维集团企业营业外支出分析

维维集团企业工业中间投入及现金流分析

山东吉龙集团有限公司基本情况

山东吉龙集团有限公司负债分析

山东吉龙集团有限公司企业经费用分析

山东吉龙集团有限公司企业收入及利润分析

山东吉龙集团有限公司企业营业外支出分析

山东吉龙集团有限公司企业工业中间投入及现金流分析

乐百氏(广东)食品饮料有限公司基本情况

乐百氏(广东)食品饮料有限公司负债分析

乐百氏(广东)食品饮料有限公司企业经费用分析

乐百氏(广东)食品饮料有限公司企业收入及利润分析

乐百氏(广东)食品饮料有限公司企业营业外支出分析

乐百氏(广东)食品饮料有限公司企业工业中间投入及现金流分析

露露集团有限责任公司基本情况

露露集团有限责任公司负债分析

露露集团有限责任公司企业经费用分析

露露集团有限责任公司企业收入及利润分析

露露集团有限责任公司企业营业外支出分析

露露集团有限责任公司企业工业中间投入及现金流分析

佛山市三水健力宝贸易有限公司基本情况

佛山市三水健力宝贸易有限公司负债分析

佛山市三水健力宝贸易有限公司企业经费用分析

佛山市三水健力宝贸易有限公司企业收入及利润分析
佛山市三水健力宝贸易有限公司企业营业外支出分析
佛山市三水健力宝贸易有限公司企业工业中间投入及现金流分析
红牛维他命饮料有限公司基本情况
红牛维他命饮料有限公司负债分析
红牛维他命饮料有限公司企业经费用分析
红牛维他命饮料有限公司企业收入及利润分析
红牛维他命饮料有限公司企业营业外支出分析
红牛维他命饮料有限公司企业工业中间投入及现金流分析
厦门银鹭食品有限公司基本情况
厦门银鹭食品有限公司负债分析
厦门银鹭食品有限公司企业经费用分析
厦门银鹭食品有限公司企业收入及利润分析
厦门银鹭食品有限公司企业营业外支出分析
厦门银鹭食品有限公司企业工业中间投入及现金流分析
杭州娃哈哈饮料有限公司基本情况
杭州娃哈哈饮料有限公司负债分析
杭州娃哈哈饮料有限公司企业经费用分析
杭州娃哈哈饮料有限公司企业收入及利润分析
杭州娃哈哈饮料有限公司企业营业外支出分析
杭州娃哈哈饮料有限公司企业工业中间投入及现金流分析
河北小洋人生物乳业有限公司基本情况
河北小洋人生物乳业有限公司负债分析
河北小洋人生物乳业有限公司企业经费用分析
河北小洋人生物乳业有限公司企业收入及利润分析
河北小洋人生物乳业有限公司企业营业外支出分析
河北小洋人生物乳业有限公司企业工业中间投入及现金流分析

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yinliao/A7189416Z1.html>