

2008年中国功能饮料市场分析及 投资发展预测报告

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年中国功能饮料市场分析及投资发展预测报告》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/200806/3314.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 宏观经济运行环境分析

一、2007年我国宏观经济运行情况

二、2008年经济走势初步判断

(一) 2008年经济发展面临的国内外环境和不确定因素

(二) 2008年三大需求仍将保持较高增长

(三) 2008年经济增速情况

三、2008年宏观调控政策走势

(一) 财政政策真正回到稳健操作，实现当年财政收支平衡

(二) 实行适度从紧的货币政策，更加灵活运用价格型政策工具

(三) 引导人民币一揽子货币实际有效汇率小幅升值，提高人民币国际地位

(四) 抑制物价上涨，推出利于节能减排的价格和税费改革措施

(五) 继续加大普通住宅的土地供应，更加明确保障性住房的非商品性质

四、世界经济贸易形势

(一) 当前世界经济贸易总体形势

(二) 主要国家和地区经贸形势前景

第二章 全球功能饮料市场发展态势分析

一、全球饮料市场发展状况分析

(一) 软饮料走俏英国市场

(二) 全球饮料市场的消费特点分析

(三) 全球饮料市场需求结构变化分析

二、全球功能饮料市场需求状况分析

(一) 全球功能性饮料进入发展新阶段

(二) 日本开发出多种功能饮料

(三) 全球功能饮料市场需求量统计分析

第三章 我国功能饮料市场运行状况分析

一、我国功能饮料市场产销状况分析

二、我国功能饮料行业发展概况分析

(一) 我国功能饮料品牌发展分析

(二) 影响中国功能饮料发展因素分析

(三) 我国功能饮料发展存在的问题分析

三、我国功能饮料市场动态分析

(一) 我国功能饮料市场价格分析

(二) 我国功能饮料广告发展分析

(三) 消费者倾向品牌分析

第四章 我国功能饮料市场竞争格局分析

一、我国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

二、我国功能饮料市场品牌竞争分析

三、未来中国功能饮料市场竞争格局分析

第五章 我国功能饮料细分市场发展分析

一、运动饮料

(一) 运动饮料的作用

(二) 2007年全球运动饮料市场分析

(三) 中国运动饮料的市场状况

(四) 运动饮料市场的问题分析

二、能量饮料

(一) 美国e3能量饮料新品简述

(二) Monster能量饮料发展历程及市场销售状况

(三) 中国能量饮料市场的竞争

(四) 能量饮料市场问题分析

三、保健饮料

(一) 排铅饮料市场现状分析

(二) 醋保健饮料市场营销分析

(三) 鲜花饮料市场营销分析

（四）植物保健饮料市场开发前景分析

第六章 2007年中国功能饮料市场重点企业分析

一、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”

二、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

三、体饮

（一）体饮的市场运营过程

（二）体饮的模糊概念营销简析

（三）体饮的市场发展策略

四、大塚的“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

第七章 我国功能饮料的相关行业发展局势分析

一、茶饮料

（一）我国茶饮料行业发展总体状况

（二）茶饮料市场竞争状况分析

（三）浅析茶饮料行业的市场机会

（四）茶饮料行业发展的主要趋势

二、果汁饮料

（一）果汁市场规模不断扩大

（二）国内果汁饮料市场特点

（三）果汁市场消费现状分析

(四) 果汁饮料市场的竞争点透视

(五) 果汁行业的发展出路

三、乳饮料

(一) 我国乳饮料市场发展概况

(二) 乳饮料市场亟需治理

(三) 乳饮料市场的开发策略

(四) 中小乳饮料企业的现状及发展策略

(五) 中国乳饮料市场发展趋势探析

四、碳酸饮料

(一) 碳酸饮料市场发展简况

(二) 碳酸饮料市场消费群体分析

(三) 碳酸饮料市场的发展前景

五、瓶装水

(一) 中国的纯净水市场分析

(二) 瓶装水市场亮点探析

(三) 天然矿泉水成饮用水市场主导产品

(四) 瓶装饮用水产业的发展趋势分析

第八章 2008-2010年中国功能饮料市场发展趋势及投资分析

一、2008-2010年中国功能饮料行业发展前景分析

(一) 大健康产业为功能饮料发展提供契机

(二) 未来中国功能饮料市场前景良好

二、我国功能饮料行业投资环境分析

三、我国功能饮料行业投资周期分析

四、我国功能饮料行业投资机会分析

附录：运动饮料相关标准及规定

附录一：饮料厂卫生规范

附录二：运动饮料国家标准

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200806/3314.html>