



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国功能性饮料市场发展现状及战略咨询报告

一、调研说明

《2016-2022年中国功能性饮料市场发展现状及战略咨询报告》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/274910.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，适宜于特定人群饮用，具有调节机体功能，不以治疗疾病为目的，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。据有关资料对功能性饮料的分类，认为广义的功能饮料包括运动饮料、能量饮料和其他有保健作用的饮料。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。它含有钾、钠、钙、镁等电解质，成分与人体体液相似，饮用后更能迅速被身体吸收，及时补充人体因大量运动出汗所损失的水分和电解质（盐分），使体液达到平衡状态。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。行业刊物《饮料系列》编辑巴里·纳坦松说，功能性饮料的产业价值已高达15亿美元，产品类型超过150种。然而营养学家提醒消费者，面对功能性饮料，应三思而后“饮”。目前功能饮料在我国受到越来越多的消费者喜爱，我国逐渐成为功能性饮料的消费大国。

分类:

多糖饮料

大多指含有膳食纤维的饮料，可以调节肠胃。一般在饭前或饭后喝，能帮助消化，排除体内毒素。便秘的人长期饮用，可慢慢调节肠道，缓解和治疗便秘。

维生素饮料

能补充身体所需多种营养成分。维生素饮料除了补充人体所需的维生素外，其中的抗氧化成分还能清除体内垃圾，起到抗衰老的作用。这类饮料适合所有人。但一般维生素饮料都是含糖量较高的饮料，不建议糖尿病等人士饮用,比如红牛是罐装功能性饮料代表，能启动补充维生素和提神效果，但所含咖啡因不适合未成年人饮用，瓶装英菲动力饮料不含咖啡因，但是也不建议未成年人饮用。

矿物质饮料

与维生素饮料功能相似，用于补充人体所需的铁、锌、钙等各种矿物质元素，增强人体免疫功能 and 身体素质，改善骨质疏松，有效抗疲劳。适合容易疲劳的成人，儿童不宜。

运动平衡类饮料

能降低消耗，恢复活力。大多含有大量对人体有益的蛋白质、多肽和氨基酸，能及时补充人体因为大量运动、劳动出汗所损失的水分和电解质（盐分），使体液达到平衡状态。适宜体力消耗后的各类人群，儿童不宜，血压高病人慎用。

益生菌和益生原饮料

能促进人体肠胃中有益菌生长，改善肠道功能，帮助消化、养颜，尤其适合老人和消化不良的人。

低能量饮料

所含热量、脂肪含量、糖分都低于其他功能性饮料，尤其低于补充体能的饮料，适合比较肥胖的人群。低能量饮料，很适合我国人民饮用，因为我国人民亚健康比例比较严重，2012全世界亚健康人口总比已达75%，引起亚健康的原因之一正是由于我们平时饮食习惯，总是食用高能量食物导致而成。特别是很多特殊人群（例如老人，儿童，病患者或体能消耗大的人群等）为了摄取营养而多食，导致肥胖等亚健康问题，而饮用低能量功能饮料就可以补充我们身体所需营养，可以饮用氨康源氨基酸固体功能饮料，氨基酸是蛋白质的基本组成单位，能够帮助人体提供营养，饮用氨康源氨基酸饮料不仅不会导致亚健康问题，反而还能补充人体所需营养，增强抵抗力。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 全球功能性饮料行业发展分析22

第一节 2014-2015年全球功能性饮料市场分析22

一、2014-2015年全球功能性饮料市场分析22

二、2014-2015年全球功能性饮料市场规模22

三、2014-2015年全球功能性饮料市场需求23

四、2016-2022年全球功能性饮料市场趋势23

第二节 部分国家地区功能性饮料行业发展状况24

第二章 我国功能性饮料行业发展现状26

第一节 我国功能性饮料行业发展现状26

一、功能性饮料行业品牌发展现状26

二、功能性饮料行业消费市场现状26

三、功能性饮料市场消费层次分析27

四、我国功能性饮料市场走向分析27

第二节 我国功能性饮料行业发展状况28

一、中国软饮料行业发展回顾28

二、功能性饮料行业发展回顾	31
三、2015年功能性饮料行业发展分析	32
四、2015年功能性饮料行业发展分析	32
第三节 中国功能性饮料行业供需分析	33
一、中国功能性饮料市场供给总量分析	33
二、中国功能性饮料市场需求总量分析	33
三、中国功能性饮料市场供需平衡分析	34
四、中国功能性饮料市场景气情况分析	34
第三章 中国功能性饮料行业经济运行分析	36
第一节 2014-2015年功能性饮料行业运行情况分析	36
一、2014-2015年软饮料行业经济指标分析	36
二、2014-2015年功能性饮料行业经济指标	36
第二节 2014-2015年功能性饮料行业产量分析	37
一、2015年我国功能性饮料产品产量分析	37
二、2015年我国功能性饮料产品产量分析	37
第三节 2015年功能性饮料行业进出口分析	37
一、2015年功能性饮料行业进口总量分析	37
二、2015年功能性饮料行业出口总量分析	37
第四章 中国功能性饮料消费市场分析	39
第一节 中国功能性饮料消费者收入分析	39
一、中国人口、人民生活分析	39
二、2014-2015年消费者收入水平	40
三、2014-2015年消费价格指数分析	41
第二节 功能性饮料消费市场状况分析	46
一、人均消费量	46
二、功能饮料认识度	47
三、功能饮料饮用率	47
四、功能饮料购买理由	47
第三节 功能性饮料行业产品的品牌市场调查	48
一、消费者年龄分布	48
二、消费者职业分布	48
三、消费者品牌认知度	49

四、消费者的偏好调查	49
五、消费者价格敏感度	50
六、消费者购买影响因素	50
七、消费者购买渠道调查	51
第五章 中国功能性饮料行业区域市场分析	52
第一节 华北地区功能性饮料行业分析	52
一、2014-2015年行业市场规模分析	52
二、2014-2015年行业销售情况分析	52
三、2014-2015年行业营收情况分析	52
四、2014-2015年行业利润情况分析	53
第二节 东北地区功能性饮料行业分析	53
一、2014-2015年行业市场规模分析	53
二、2014-2015年行业销售情况分析	53
三、2014-2015年行业营收情况分析	54
四、2014-2015年行业利润情况分析	54
第三节 华东地区功能性饮料行业分析	54
一、2014-2015年行业市场规模分析	54
二、2014-2015年行业销售情况分析	55
三、2014-2015年行业营收情况分析	55
四、2014-2015年行业利润情况分析	55
第四节 华南地区功能性饮料行业分析	56
一、2014-2015年行业市场规模分析	56
二、2014-2015年行业销售情况分析	56
三、2014-2015年行业营收情况分析	56
四、2014-2015年行业利润情况分析	57
第五节 华中地区功能性饮料行业分析	57
一、2014-2015年行业市场规模分析	57
二、2014-2015年行业销售情况分析	57
三、2014-2015年行业营收情况分析	58
四、2014-2015年行业利润情况分析	58
第六节 西南地区功能性饮料行业分析	58
一、2014-2015年行业市场规模分析	58

二、2014-2015年行业销售情况分析	59
三、2014-2015年行业营收情况分析	59
四、2014-2015年行业利润情况分析	59
第七节 西北地区功能性饮料行业分析	60
一、2014-2015年行业市场规模分析	60
二、2014-2015年行业销售情况分析	60
三、2014-2015年行业营收情况分析	60
四、2014-2015年行业利润情况分析	61
第六章 功能性饮料行业投资与发展前景分析	62
第一节 2014-2015年功能性饮料行业投资情况分析	62
一、2014-2015年全社会固定资产投资情况分析	62
二、2014-2015年功能性饮料行业投资规模情况	66
三、2015年功能性饮料行业投资增速情况	66
第二节 功能性饮料行业投资机会分析	67
一、2014-2015年功能性饮料投资机会	67
二、2014-2015年功能性饮料市场潜力	67
三、功能性饮料投资新方向	67
第三节 功能性饮料行业发展前景分析	68
一、功能性饮料市场发展前景分析	68
二、我国功能性饮料市场蕴藏的商机	68
三、功能性饮料市场面临的发展商机	68
第二部分 市场竞争格局与形势	70
第七章 功能性饮料行业竞争格局分析	70
第一节 功能性饮料行业集中度分析	70
一、功能性饮料市场集中度分析	70
二、功能性饮料企业集中度分析	70
三、功能性饮料区域集中度分析	71
第二节 功能性饮料行业主要企业竞争力分析	71
一、功能性饮料行业竞争力分析	71
二、功能性饮料主要企业竞争力分析	71
三、功能性饮料行业主要企业竞争动向	72
第三节 功能性饮料行业竞争格局分析	73

- 一、2014-2015年功能性饮料行业竞争分析73
- 二、2014-2015年中外功能性饮料产品竞争分析73
- 第八章 2016-2022年中国功能性饮料行业发展形势分析74
- 第一节 功能性饮料行业发展概况74
- 一、功能性饮料行业发展概述74
- 二、功能性饮料行业发展现状75
- 三、功能性饮料行业特征分析76
- 第二节 2014-2015年功能性饮料行业市场情况分析78
- 一、功能性饮料市场规模分析78
- 二、功能性饮料市场存在的问题78
- 三、功能性饮料行业的发展对策79
- 第三节 2014-2015年功能性饮料产销状况分析81
- 一、功能性饮料产量分析81
- 二、功能性饮料产能分析82
- 三、功能性饮料市场需求状况分析82
- 第四节 2016-2022年功能性饮料行业发展形势分析83
- 一、影响功能饮料发展的因素83
- 二、功能性饮料行业标准情况84
- 三、功能性饮料行业发展形势86
- 第三部分 盈利水平与企业分析88
- 第九章 中国功能性饮料行业整体运行指标分析88
- 第一节 2014-2015年中国功能性饮料行业总体规模分析88
- 一、企业数量结构分析88
- 二、行业生产规模分析88
- 第二节 2014-2015年中国功能性饮料行业产销分析89
- 一、行业产成品情况总体分析89
- 二、行业产品销售收入总体分析89
- 第三节 2014-2015年中国功能性饮料行业财务指标总体分析90
- 一、行业盈利能力分析90
- 二、行业偿债能力分析90
- 三、行业营运能力分析90
- 四、行业发展能力分析91

第十章 功能性饮料行业赢利水平分析92

第一节 成本分析92

一、2014-2015年功能性饮料原材料价格走势92

二、2014-2015年功能性饮料行业人工成本分析92

第二节 产销运存分析94

一、2014-2015年功能性饮料行业产销情况94

二、2014-2015年功能性饮料行业库存情况95

第三节 盈利水平分析95

一、2016-2022年功能性饮料行业价格走势95

二、2014-2015年功能性饮料行业营业收入情况96

三、2014-2015年功能性饮料行业毛利率情况96

四、2014-2015年功能性饮料行业盈利能力96

第十一章 功能性饮料行业盈利能力分析98

第一节 2015年中国功能性饮料行业利润总额分析98

二、不同规模企业利润总额比较分析98

三、不同所有制企业利润总额比较分析99

第二节 2013-2015年中国功能性饮料行业销售利润率99

一、销售利润率分析99

二、不同规模企业销售利润率比较分析100

三、不同所有制企业销售利润率比较分析100

第三节 2013-2015年中国功能性饮料行业总资产利润率分析101

一、总资产利润率分析101

二、不同规模企业总资产利润率比较分析101

三、不同所有制企业总资产利润率比较分析102

第四节 2013-2015年中国功能性饮料行业产值利税率分析102

一、产值利税率分析102

二、不同规模企业总产值利税率比较分析103

三、不同所有制企业产值利税率比较分析103

第十二章 功能性饮料重点企业发展分析105

第一节 红牛105

一、企业概况105

二、2014-2015企业经营状况105

三、企业营销策略	111
第二节 宝矿力水特	112
一、企业概况	112
二、2014-2015企业经营状况	112
三、企业发展战略	118
第三节 激活	118
一、企业概况	118
二、2014-2015企业经营状况	120
三、企业发展目标	125
第四节 佳得乐	125
一、企业概况	125
二、2014-2015企业经营状况	126
三、企业发展战略	131
第五节 雀巢能量E	131
一、企业概况	131
二、2014-2015企业经营状况	132
三、企业发展策略	137
第六节 劲跑	138
一、企业概况	138
二、2014-2015企业经营状况	138
三、企业发展战略	144
第七节 王老吉与加多宝	145
一、企业概况	145
二、2014-2015企业经营状况	145
三、企业发展战略	151
第十三章 功能性饮料行业投资策略分析	153
第一节 行业发展特征	153
二、行业的区域性	154
三、行业发展特征	154
第二节 行业投资形势分析	157
一、行业发展格局	157
二、行业进入壁垒	157

三、行业SWOT分析	159
第三节 功能性饮料行业投资战略研	160
一、技术开发战略	160
二、产业战略规划	164
三、业务组合战略	166
四、营销战略规划	169
五、区域战略规划	171
第四部分 投资策略与风险预警	181
第十四章 功能性饮料行业投资风险预警	181
第一节 影响功能性饮料行业发展的主要因素	181
一、2015年影响功能性饮料行业运行的有利因素	181
二、2015年影响功能性饮料行业运行的稳定因素分析	181
三、2015年影响功能性饮料行业运行的不利因素分析	182
四、2015年我国功能性饮料行业发展面临的挑战分析	183
第二节 功能性饮料行业投资风险预警	183
一、2016-2022年功能性饮料行业市场风险预测	183
二、2016-2022年功能性饮料行业技术风险	184
三、2016-2022年功能性饮料行业竞争风险预测	184
四、2016-2022年功能性饮料行业管理风险预测	184
第五部分 发展趋势与规划建议	186
第十五章 功能性饮料行业发展趋势分析	186
第一节 2016-2022年中国功能性饮料市场趋势分析	186
一、2016-2022年我国功能性饮料市场趋势总结	186
二、2016-2022年我国功能性饮料发展趋势分析	186
第二节 2016-2022年功能性饮料产品发展趋势预测	187
一、2016-2022年我国功能性饮料市场趋势预测	187
二、2016-2022年功能性饮料产品技术趋势分析	187
第三节 功能性饮料行业规划建议	189
一、功能性饮料行业“十二五”整体回顾	189
二、功能性饮料行业“十三五”规划预测	189
三、2016-2022年功能性饮料行业规划建议	190
第十六章 功能性饮料企业管理策略建议	191

第一节 市场策略分析	191
一、功能性饮料营销模式分析	191
二、功能性饮料渠道策略分析	193
第二节 销售策略分析	194
一、媒介选择策略分析	194
二、产品定位策略分析	197
三、企业宣传策略分析	197
第三节 提高功能性饮料企业竞争力的策略	198
一、提高中国功能性饮料企业核心竞争力的对策	198
二、影响功能性饮料企业核心竞争力的因素及提升途径	202
三、提高功能性饮料企业竞争力的策略	204
第四节 对我国功能性饮料品牌的战略思考	206
一、功能性饮料品牌的特性和作用	206
二、功能性饮料品牌价值战略研究	207
三、我国功能性饮料品牌竞争趋势	209
四、功能性饮料企业品牌发展战略	211

图表目录:

图表 1 2013-2015年全球功能性饮料市场规模分析	22
图表 2 2013-2015年美国功能性饮料行业分析	24
图表 3 2013-2015年欧洲功能性饮料行业分析	24
图表 4 2013-2015年日本功能性饮料行业分析	24
图表 5 2013-2015年韩国功能性饮料行业分析	25
图表 6 2015年全国软饮料产量分省市统计表	28
图表 7 2015年全国软饮料产量分省市统计表	30
图表 8 2013-2015年中国功能性饮料市场供给总量分析	33
图表 9 2013-2015年中国功能性饮料市场需求总量分析	33
图表 10 2013-2015年中国功能性饮料市场供需平衡分析	34
图表 11 2013-2015年软饮料行业经济指标分析	36
图表 12 2013-2015年功能性饮料行业经济指标分析	36
图表 13 2015年中国功能性饮料产品产量分析	37
图表 14 2015年中国功能性饮料产品产量分析	37

图表 15 2015年中国功能性饮料行业进口总量分析37

图表 16 2015年中国功能性饮料行业出口总量分析37

图表 17 2014-2015年全国居民消费价格涨跌幅42

图表 18 2014-2015年猪肉、牛肉、羊肉价格变动情况43

图表 19 2014-2015年鲜菜、鲜果价格变动情况43

图表 20 2014-2015年居民消费价格分类别同比涨跌幅44

图表 21 2015年居民消费价格分类别环比涨跌幅45

图表 22 2015年居民消费价格主要数据45

图表 23 功能性饮料消费者年龄分布48

图表 24 功能性饮料消费者职业分布48

图表 25 功能性饮料消费者品牌认知度49

图表 26 功能性饮料消费因素调查49

图表 27 选择功能性饮料的原因调查49

图表 28 消费功能性饮料的时间调查50

图表 29 消费对功能性饮料的价格评价调查50

图表 30 消费者购买功能性饮料影响因素50

图表 31 消费者购买功能性饮料渠道调查51

图表 32 2013-2015年华北地区功能性饮料行业市场规模分析52

图表 33 2013-2015年华北地区功能性饮料行业市场规模分析52

图表 34 2013-2015年华北地区功能性饮料行业营收情况分析52

图表 35 2013-2015年华北地区功能性饮料行业利润情况分析53

图表 36 2013-2015年东北地区功能性饮料行业市场规模分析53

图表 37 2013-2015年东北地区功能性饮料行业市场规模分析53

图表 38 2013-2015年东北地区功能性饮料行业营收情况分析54

图表 39 2013-2015年东北地区功能性饮料行业利润情况分析54

图表 40 2013-2015年华东地区功能性饮料行业市场规模分析54

图表 41 2013-2015年华东地区功能性饮料行业市场规模分析55

图表 42 2013-2015年华东地区功能性饮料行业营收情况分析55

图表 43 2013-2015年华东地区功能性饮料行业利润情况分析55

图表 44 2013-2015年华南地区功能性饮料行业市场规模分析56

图表 45 2013-2015年华南地区功能性饮料行业市场规模分析56

图表 46 2013-2015年华南地区功能性饮料行业营收情况分析56

图表 47 2013-2015年华南地区功能性饮料行业利润情况分析57
图表 48 2013-2015年华中地区功能性饮料行业市场规模分析57
图表 49 2013-2015年华中地区功能性饮料行业市场规模分析57
图表 50 2013-2015年华中地区功能性饮料行业营收情况分析58
图表 51 2013-2015年华中地区功能性饮料行业利润情况分析58
图表 52 2013-2015年西南地区功能性饮料行业市场规模分析58
图表 53 2013-2015年西南地区功能性饮料行业市场规模分析59
图表 54 2013-2015年西南地区功能性饮料行业营收情况分析59
图表 55 2013-2015年西南地区功能性饮料行业利润情况分析59
图表 56 2013-2015年西北地区功能性饮料行业市场规模分析60
图表 57 2013-2015年西北地区功能性饮料行业市场规模分析60
图表 58 2013-2015年西北地区功能性饮料行业营收情况分析60
图表 59 2013-2015年西北地区功能性饮料行业利润情况分析61
图表 60 2014-2015年固定资产投资（不含农户）同比增速62
图表 61 2014-2015年固定资产投资到位资金同比增速63
图表 62 2015年固定资产投资（不含农户）主要数据64
图表 63 2012-2015年我国功能性饮料产品行业投资增速分析66
图表 64 我国功能性饮料市场集中度分析70
图表 65 2013-2015年我国功能性饮料行业市场规模分析78
图表 66 2013-2015年中国功能性饮料产量分析81
图表 67 2013-2015年中国功能性饮料产能分析82
图表 68 2013-2015年中国功能性饮料市场需求状况分析82
图表 69 2013-2015年我国功能性饮料企业数量分析88
图表 70 2013-2015年中国功能性饮料行业资产规模增长分析88
图表 71 2013-2015年功能性饮料行业产成品情况总体分析89
图表 72 2013-2015年功能性饮料行业销售收入分析89
图表 73 2014-2015年功能性饮料行业销售利润率90
图表 74 2014-2015年功能性饮料行业偿债能力分析90
图表 75 2014-2015年功能性饮料行业营运能力分析90
图表 76 2014-2015年功能性饮料行业利润总额增长率91
图表 77 2012-2015年我国功能性饮料产品行业产销情况94
图表 78 2012-2015年我国功能性饮料产品行业库存情况95

图表 79 2013-2020年功能性饮料行业销售收入分析及预测96

图表 80 2013-2015年中国功能性饮料行业销售毛利率96

图表 81 2016-2022年中国功能性饮料市场盈利预测分析96

图表 82 2014-2015年中国功能性饮料行业利润总额分析98

图表 83 2015年中国功能性饮料行业不同类型利润结构分析%98

图表 84 2015年中国功能性饮料行业不同所有制利润结构分析%99

图表 85 2014-2015年中国功能性饮料行业销售毛利率分析99

图表 86 2015年中国不同规模功能性饮料行业销售毛利率比较100

图表 87 2015年中国不同性质功能性饮料行业销售毛利率比较100

图表 88 2014-2015年中国功能性饮料行业总资产利润率分析101

图表 89 2015年中国不同规模功能性饮料行业总资产利润率比较101

图表 90 2015年中国不同性质功能性饮料行业总资产增长率比较102

图表 91 2014-2015年中国功能性饮料行业产值利税率分析102

图表 92 2015年中国不同规模功能性饮料行业产值利税率比较103

图表 93 2015年中国不同性质功能性饮料行业产值利税率比较103

图表 94 近4年红牛维他命饮料有限公司固定资产周转次数情况105

图表 95 近4年红牛维他命饮料有限公司固定资产周转次数变化情况105

图表 96 近4年红牛维他命饮料有限公司流动资产周转次数变化情况106

图表 97 近4年红牛维他命饮料有限公司流动资产周转次数变化情况106

图表 98 近4年红牛维他命饮料有限公司销售毛利率变化情况107

图表 99 近4年红牛维他命饮料有限公司销售毛利率变化情况107

图表 100 近4年红牛维他命饮料有限公司资产负债率变化情况108

图表 101 近4年红牛维他命饮料有限公司资产负债率变化情况108

图表 102 近4年红牛维他命饮料有限公司产权比率变化情况109

图表 103 近4年红牛维他命饮料有限公司产权比率变化情况109

图表 104 近4年红牛维他命饮料有限公司总资产周转次数变化情况110

图表 105 近4年红牛维他命饮料有限公司总资产周转次数变化情况110

图表 106 近4年天津大冢饮料有限公司固定资产周转次数情况112

图表 107 近4年天津大冢饮料有限公司固定资产周转次数变化情况112

图表 108 近4年天津大冢饮料有限公司流动资产周转次数变化情况113

图表 109 近4年天津大冢饮料有限公司流动资产周转次数变化情况113

图表 110 近4年天津大冢饮料有限公司销售毛利率变化情况114

图表 111 近4年天津大冢饮料有限公司销售毛利率变化情况114

图表 112 近4年天津大冢饮料有限公司资产负债率变化情况115

图表 113 近4年天津大冢饮料有限公司资产负债率变化情况115

图表 114 近4年天津大冢饮料有限公司产权比率变化情况116

图表 115 近4年天津大冢饮料有限公司产权比率变化情况116

图表 116 近4年天津大冢饮料有限公司总资产周转次数变化情况117

图表 117 近4年天津大冢饮料有限公司总资产周转次数变化情况117

图表 118 近4年娃哈哈集团固定资产周转次数情况120

图表 119 近4年娃哈哈集团固定资产周转次数变化情况120

图表 120 近4年娃哈哈集团流动资产周转次数变化情况120

图表 121 近4年娃哈哈集团流动资产周转次数变化情况121

图表 122 近4年娃哈哈集团销售毛利率变化情况121

图表 123 近4年娃哈哈集团销售毛利率变化情况122

图表 124 近4年娃哈哈集团资产负债率变化情况122

图表 125 近4年娃哈哈集团资产负债率变化情况122

图表 126 近4年娃哈哈集团产权比率变化情况123

图表 127 近4年娃哈哈集团产权比率变化情况123

图表 128 近4年娃哈哈集团总资产周转次数变化情况124

图表 129 近4年娃哈哈集团总资产周转次数变化情况124

图表 130 近4年百事可乐公司固定资产周转次数情况126

图表 131 近4年百事可乐公司固定资产周转次数情况126

图表 132 近4年百事可乐公司流动资产周转次数变化情况127

图表 133 近4年百事可乐公司流动资产周转次数变化情况127

图表 134 近4年百事可乐公司销售毛利率变化情况127

图表 135 近4年百事可乐公司销售毛利率变化情况128

图表 136 近4年百事可乐公司资产负债率变化情况128

图表 137 近4年百事可乐公司资产负债率变化情况128

图表 138 近4年百事可乐公司产权比率变化情况129

图表 139 近4年百事可乐公司产权比率变化情况129

图表 140 近4年百事可乐公司总资产周转次数变化情况130

图表 141 近4年百事可乐公司总资产周转次数变化情况130

图表 142 近4年雀巢公司固定资产周转次数情况132

图表 143 近4年雀巢公司固定资产周转次数情况132

图表 144 近4年雀巢公司流动资产周转次数变化情况132

图表 145 近4年雀巢公司流动资产周转次数变化情况133

图表 146 近4年雀巢公司销售毛利率变化情况133

图表 147 近4年雀巢公司销售毛利率变化情况134

图表 148 近4年雀巢公司资产负债率变化情况134

图表 149 近4年雀巢公司资产负债率变化情况134

图表 150 近4年雀巢公司产权比率变化情况135

图表 151 近4年雀巢公司产权比率变化情况135

图表 152 近4年雀巢公司总资产周转次数变化情况136

图表 153 近4年雀巢公司总资产周转次数变化情况136

图表 154 近4年康师傅控股有限公司固定资产周转次数情况138

图表 155 近4年康师傅控股有限公司固定资产周转次数情况139

图表 156 近4年康师傅控股有限公司流动资产周转次数变化情况139

图表 157 近4年康师傅控股有限公司流动资产周转次数变化情况139

图表 158 近4年康师傅控股有限公司销售毛利率变化情况140

图表 159 近4年康师傅控股有限公司销售毛利率变化情况140

图表 160 近4年康师傅控股有限公司资产负债率变化情况141

图表 161 近4年康师傅控股有限公司资产负债率变化情况141

图表 162 近4年康师傅控股有限公司产权比率变化情况142

图表 163 近4年康师傅控股有限公司产权比率变化情况142

图表 164 近4年康师傅控股有限公司总资产周转次数变化情况143

图表 165 近4年康师傅控股有限公司总资产周转次数变化情况143

图表 166 近4年广药集团固定资产周转次数情况145

图表 167 近4年广药集团固定资产周转次数情况146

图表 168 近4年广药集团流动资产周转次数变化情况146

图表 169 近4年广药集团流动资产周转次数变化情况147

图表 170 近4年广药集团销售毛利率变化情况147

图表 171 近4年广药集团销售毛利率变化情况147

图表 172 近4年广药集团资产负债率变化情况148

图表 173 近4年广药集团资产负债率变化情况148

图表 174 近4年广药集团产权比率变化情况149

图表 175 近4年广药集团产权比率变化情况149
图表 176 近4年广药集团总资产周转次数变化情况150
图表 177 近4年广药集团总资产周转次数变化情况150
图表 178 行业生命周期、战略及其特征153
图表 179 区域发展战略咨询流程图177
图表 180 区域SWOT战略分析图179
图表 181 2013-2015年影响功能性饮料行业运行的有利因素181
图表 182 2013-2015年影响功能性饮料行业运行的稳定因素182
图表 183 2013-2015年影响功能性饮料行业运行的不利因素182
图表 184 2013-2015年我国功能性饮料行业发展面临的挑战183
图表 185 2016-2022年功能性饮料行业经营风险及控制策略184
图表 186 2016-2022年功能性饮料行业同业竞争风险及控制策略185
图表 187 四种基本的品牌战略211

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/274910.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。