

2016-2022年中国功能性饮料市场发展现状及战略 咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2016-2022年中国功能性饮料市场发展现状及战略咨询报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/184884.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

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的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，增强人体免疫功能和身体素质，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占比已达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，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
- 一、不同规模企业利润总额比较分析98
- 二、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.huaon.com/detail/184884.html>