

2020-2026年中国保健饮料 行业分析与投资潜力分析报告

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

《2020-2026年中国保健饮料行业分析与投资潜力分析报告》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/202006/167380.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

数据显示：截至2016年5月25日，我国共批准了313个保健饮料，其中国产保健饮料为204个，进口保健饮料为9个。2016年5月中国获得批文的保健饮料数量

中企顾问网发布的《2020-2026年中国保健饮料行业分析与投资潜力分析报告》共十四章。首先介绍了保健饮料相关概念及发展环境，接着分析了中国保健饮料规模及消费需求，然后对中国保健饮料市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国保健饮料面临的机遇及发展前景。您若想对中国保健饮料有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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 2015-2019年保健饮料电商市场环境发展分析

第一节 “互联网+”的相关概述

一、“互联网+”的提出

二、“互联网+”的内涵

三、“互联网+”的发展

四、“互联网+”的评价

五、“互联网+”的趋势

第二节 电子商务相关概念简述

一、电子商务定义及发展模式分析

二、中国电子商务行业政策现状

第三节 中国电子商务行业发展现状

一、中国电子商务整体监测数据

1、2015-2019年中国电子商务交易规模

2、2015-2019年中国电子商务从业人数

二、中国B2B 电子商务监测数据

1、2015-2019年中国B2B 电子商务交易规模

2、2015-2019年中国B2B 电子商务服务商市场营收

- 3、2019年中国B2B 电子商务服务商市场份额
- 4、2019年中国B2B 电子商务服务商融资规模
- 5、2019年中国B2B 电子商务市场趋势

三、跨境电商监测数据

- 1、2015-2019年中国跨境电商交易规模
- 2、2015-2019年中国跨境电商进出口交易规模比例
- 3、2015-2019年中国跨境电商交易规模模式结构
- 4、中国跨境进口电商三个阶段
- 5、跨境进口电商主要类型对比
- 6、市场趋势

四、网络零售监测数据

- 1、2015-2019年中国网络零售交易规模
- 2、2015-2019年网络零售市场销售额占比
- 3、2019年中国网络零售市场份额
- 4、2015-2019年中国网络规模占社会消费品零售总额比例
- 5、2015-2019年中国网购用户规模
- 6、2015-2019年中国移动网购交易规模
- 7、农村网购市场规模

第四节 保健饮料电商市场现状及建设情况

- 一、保健饮料电商总体开展情况
- 二、保健饮料电商案例分析
- 三、保健饮料电商平台分析（自建和第三方网购平台）

第五节 保健饮料电商行业未来前景及趋势预测

- 一、保健饮料电商市场规模预测分析
- 二、保健饮料电商发展前景分析

第二章 保健饮料行业“十三五”规划相关分析

第一节 《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》

- 一、《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》正式发布
- 二、《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》重点解读

第二节 《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》对保健饮料行业的影响

- 一、《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》对保健饮料行业的规划
- 二、《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》对保健饮料行业的影响

第三节 保健饮料行业十三五规划及解读

- 一、指导思想、基本原则
- 二、主要目标
- 三、重点领域和任务
- 四、政策措施
- 五、重点解读

第三章 2015-2019年全球保健饮料行业发展情况分析

第一节 2015-2019年全球保健饮料行业发展情况分析

- 一、全球保健饮料行业发展现状及市场规模统计分析
- 二、2019年全球保健饮料业竞争格局分析
- 三、2020-2026年全球保健饮料业利润预测
- 四、全球保健饮料行业发展最新动态分析

第二节 2015-2019年主要国家和地区行业发展情况分析

- 一、欧洲地区市场现状及发展趋势分析
- 二、北美地区市场现状及发展趋势分析
- 三、亚太地区市场现状及发展趋势分析
- 四、其他地区市场现状及发展趋势分析

第三节 2020-2026年全球保健饮料行业发展前景分析预测

第四章 2015-2019年中国保健饮料行业发展现状分析

第一节 保健饮料行业定义及历程

- 一、行业定义
- 二、行业历程
- 三、行业特性

第二节 保健饮料行业统计标准

- 一、统计部门和统计口径
- 二、行业主要统计方法介绍
- 三、行业涵盖数据种类介绍

第三节 2015-2019年中国保健饮料行业经济指标分析

- 一、赢利性
- 二、成长速度
- 三、附加值的提升空间
- 四、进入壁垒／退出机制
- 五、风险性
- 六、行业周期
- 七、竞争激烈程度指标

第四节 保健饮料行业产业链分析

- 一、产业链结构分析
- 二、主要环节的增值空间
- 三、2019年中国保健饮料行业上游运行现状分析
- 四、2020-2026年中国保健饮料行业上游市场趋势预测分析
- 五、上游对保健饮料行业产生的影响分析
- 六、2019年中国保健饮料行业下游运行现状分析
- 七、2020-2026年中国保健饮料行业下游市场趋势预测分析
- 八、下游对保健饮料行业产生的影响分析

第五章 2015-2019年中国保健饮料行业市场环境及影响分析（PEST）

第一节 2015-2019年中国保健饮料行业政治法律环境（P）

- 一、行业监管体制及主要政策法规解读
- 二、政策环境对保健饮料行业的影响分析

第二节 2015-2019年中国保健饮料行业经济环境分析（E）

- 一、宏观经济形势分析
- 二、宏观经济环境对保健饮料行业的影响分析
- 三、2020-2026年中国经济发展展望分析

第三节 2015-2019年中国保健饮料行业社会环境分析（S）

- 一、保健饮料产业社会环境分析
- 二、社会环境对保健饮料行业的影响分析

第四节 2015-2019年中国保健饮料行业技术环境分析（T）

- 一、保健饮料行业技术发展分析
- 二、技术环境对保健饮料行业的影响分析

第六章 2015-2019年中国保健饮料行业发展现状分析

第一节 2019年中国保健饮料行业发展状况

一、2019年保健饮料行业发展状况分析2015年保健饮料畅销排行榜

排名	企业
1	红牛
2	乐百氏
3	加多宝
4	天地壹号
5	金士力

二、2019年中国保健饮料行业发展动态

三、2019年中国保健饮料行业发展热点

四、2019年中国保健饮料行业存在的问题

第二节 2019年中国保健饮料行业市场供需状况

一、2015-2019年中国保健饮料行业供给分析

二、2015-2019年中国保健饮料行业市场需求分析

三、2015-2019年中国保健饮料行业市场规模分析

第三节 2019年中国保健饮料行业SWOT分析

一、保健饮料行业优势分析

二、保健饮料行业劣势分析

三、保健饮料行业机会分析

四、保健饮料行业威胁分析

第七章 2015-2019年中国保健饮料所属行业主要数据监测分析

第一节 2015-2019年中国保健饮料所属行业规模分析

一、企业数量分析

二、资产规模分析

三、销售规模分析

四、利润规模分析

第二节 2015-2019年中国保健饮料所属行业产值分析

一、产成品分析

二、工业总产值分析

第三节 2015-2019年中国保健饮料所属行业成本费用分析

一、销售成本分析

二、销售费用分析

三、管理费用分析

四、财务费用分析

第四节 2015-2019年中国保健饮料所属行业运营效益分析

- 一、盈利能力分析
- 二、偿债能力分析
- 三、运营能力分析
- 四、成长能力分析

第八章 2015-2019年中国保健饮料行业市场竞争策略分析

第一节 保健饮料行业总体市场竞争状况分析

一、保健饮料行业竞争结构分析

- 1、现有企业间竞争
 - 2、潜在进入者分析
 - 3、替代品威胁分析
 - 4、供应商议价能力
 - 5、客户议价能力
 - 6、竞争结构特点总结
- #### 二、保健饮料行业企业间竞争格局分析
- 1、不同地域企业竞争格局
 - 2、不同规模企业竞争格局
 - 3、不同所有制企业竞争格局

第二节 保健饮料行业竞争格局综述

一、保健饮料行业竞争概况

- 1、保健饮料业未来竞争格局和特点
- 2、保健饮料市场进入及竞争对手分析

二、保健饮料行业竞争力分析

- 1、保健饮料行业竞争力剖析
- 2、保健饮料企业市场竞争的优势
- 3、国内保健饮料企业竞争能力提升途径

三、保健饮料竞争力优势分析

- 1、整体竞争力评价
- 2、竞争力评价结果分析
- 3、竞争优势评价及构建建议

第三节 保健饮料市场竞争策略分析

一、保健饮料市场增长潜力分析

二、保健饮料典型企业产品竞争策略分析

第四节 保健饮料行业集中度分析

一、行业集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第九章 2015-2019年中国保健饮料行业重点区域分析及前景

第一节 华北地区

一、华北地区基本简介

二、华北地区经济实力统计分析

三、华北地区保健饮料行业占全国的比重地位分析

四、华北地区保健饮料产销情况分析

五、华北地区保健饮料行业市场规模统计分析

六、华北地区保健饮料行业前景分析预测

第二节 华东地区

一、华东地区基本简介

二、华东地区经济实力统计分析

三、华东地区保健饮料行业占全国的比重地位分析

四、华东地区保健饮料产销情况分析

五、华东地区保健饮料行业市场规模统计分析

六、华东地区保健饮料行业前景分析预测

第三节 东北地区

一、东北地区基本简介

二、东北地区经济实力统计分析

三、东北地区保健饮料行业占全国的比重地位分析

四、东北地区保健饮料产销情况分析

五、东北地区保健饮料行业市场规模统计分析

六、东北地区保健饮料行业前景分析预测

第四节 华中地区

一、华中地区基本简介

二、华中地区经济实力统计分析

三、华中地区保健饮料行业占全国的比重地位分析

四、华中地区保健饮料产销情况分析

五、华中地区保健饮料行业市场规模统计分析

六、华中地区保健饮料行业前景分析预测

第五节 华南地区

一、华南地区基本简介

二、华南地区经济实力统计分析

三、华南地区保健饮料行业占全国的比重地位分析

四、华南地区保健饮料产销情况分析

五、华南地区保健饮料行业市场规模统计分析

六、华南地区保健饮料行业前景分析预测

第六节 西南地区

一、西南地区基本简介

二、西南地区经济实力统计分析

三、西南地区保健饮料行业占全国的比重地位分析

四、西南地区保健饮料产销情况分析

五、西南地区保健饮料行业市场规模统计分析

六、西南地区保健饮料行业前景分析预测

第七节 西北地区

一、西北地区基本简介

二、西北地区经济实力统计分析

三、西北地区保健饮料行业占全国的比重地位分析

四、西北地区保健饮料产销情况分析

五、西北地区保健饮料行业市场规模统计分析

六、西北地区保健饮料行业前景分析预测

第十章 2015-2019年中国保健饮料行业十大重点领先企业调查分析

第一节 吉林金桐食品饮料有限公司

一、公司简介

二、公司经营情况分析

三、公司主营业务及产品结构分析

四、公司竞争优势和劣势分析

第二节 绿田(福建)食品有限公司

一、公司简介

二、公司经营情况分析

三、公司主营业务及产品结构分析

四、公司竞争优势和劣势分析

第三节 厦普赛尔食品饮料股份有限公司

一、公司简介

二、公司经营情况分析

三、公司主营业务及产品结构分析

四、公司竞争优势和劣势分析

第四节 福建省力菲克集团有限公司

一、公司简介

二、公司经营情况分析

三、公司主营业务及产品结构分析

四、公司竞争优势和劣势分析

第五节 广东健力宝集团有限公司

一、公司简介

二、公司经营情况分析

三、公司主营业务及产品结构分析

四、公司竞争优势和劣势分析

第六节 大冢(中国)投资有限公司

一、公司简介

二、公司经营情况分析

三、公司主营业务及产品结构分析

四、公司竞争优势和劣势分析

第十一章 2020-2026年中国保健饮料行业前景及投资价值分析预测

第一节 2020-2026年保健饮料市场发展前景

一、2020-2026年保健饮料市场发展潜力价值

二、2020-2026年保健饮料市场发展前景展望

第二节 2020-2026年保健饮料市场发展趋势预测

一、2020-2026年保健饮料行业发展趋势

二、2020-2026年保健饮料市场规模预测

第三节 2020-2026年中国保健饮料行业供需预测

- 一、2020-2026年中国保健饮料行业供给预测
- 二、2020-2026年中国保健饮料行业产量预测
- 三、2020-2026年中国保健饮料市场销量预测
- 四、2020-2026年中国保健饮料行业需求预测
- 五、2020-2026年中国保健饮料行业供需平衡预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、市场整合成长趋势
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 三、企业区域市场拓展的趋势
- 四、科研开发趋势及替代技术进展
- 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2020-2026年中国保健饮料行业投资价值评估分析

第一节 保健饮料行业投资特性分析

- 一、保健饮料行业盈利因素分析
- 二、保健饮料行业盈利模式分析

第二节 2020-2026年保健饮料行业发展的影响因素

- 一、有利因素
- 二、不利因素

第三节 行业投资效益分析

- 1、行业活力系数比较及分析
- 2、行业投资收益率比较及分析
- 3、行业投资效益评估

第四节 产业发展的空白点分析

第五节 投资回报率比较高的投资方向

第六节 新进入者应注意的障碍因素

第十三章 2020-2026年中国保健饮料行业投资机会与风险防范

第一节 保健饮料行业投融资情况

- 一、行业资金渠道分析
- 二、固定资产投资分析

三、保健饮料行业新增投资规模现状分析

第二节 2020-2026年保健饮料行业投资机会

一、产业链投资机会

二、重点区域投资机会

三、保健饮料行业投资机遇

第三节 2020-2026年保健饮料行业投资风险及防范

一、保健饮料行业环境风险

1.国际经济环境风险

2.汇率风险

3.宏观经济政策风险

4.区域经济变化风险

二、保健饮料行业产业链上下游风险

1.上游行业风险

2.下游行业风险

3.其他关联行业风险

三、保健饮料行业政策风险

1.产业政策风险

2.经营管理政策风险

3.市场运营机制风险

4.区域经济政策风险

5.市场供需风险

6.市场竞争风险

7.保健饮料行业其他风险分析

第十四章 2020-2026年中国保健饮料行业投资建议

第一节 2019年中国保健饮料行业面临的困境

第二节 保健饮料企业面临的困境及对策

一、重点保健饮料企业面临的困境及对策

二、中小保健饮料企业发展困境及策略分析

三、国内保健饮料企业的出路分析

第三节 2019年中国保健饮料行业存在的问题及对策

一、中国保健饮料行业存在的问题

二、保健饮料行业发展的建议对策

- 1、把握国家投资的契机
- 2、竞争性战略联盟的实施
- 3、企业自身应对策略

三、市场的重点客户战略实施

- 1、实施重点客户战略的必要性
- 2、合理确立重点客户
- 3、重点客户战略管理
- 4、重点客户管理功能

第四节 中国保健饮料品牌的战略思考

- 一、保健饮料品牌的重要性
- 二、保健饮料实施品牌战略的意义
- 三、保健饮料企业品牌的现状分析
- 四、中国保健饮料企业的品牌战略
- 五、保健饮料品牌战略管理的策略

第五节 2020-2026年中国保健饮料产品生产及销售投资运作模式探讨

- 一、国内生产企业投资运作模式
- 二、国内营销企业投资运作模式
- 三、外销与内销优势分析
- 1、产品外销优势
- 2、产品内销优势

第六节 保健饮料行业“十三五”投资建议

- 一、行业发展策略建议
- 二、行业投资方向建议
- 三、行业投资方式建议

第七节 2020-2026年中国保健饮料产业研究总结

图表目录：

图表：2015-2019年我国保健饮料行业企业数量增长趋势图

图表：2015-2019年我国保健饮料行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2015-2019年我国保健饮料行业从业人数增长趋势图

图表：2015-2019年我国保健饮料行业资产规模增长趋势图

图表：2015-2019年我国保健饮料行业产成品增长趋势图

图表：2015-2019年我国保健饮料行业工业销售产值增长趋势图

图表：2015-2019年我国保健饮料行业销售成本增长趋势图

图表：2015-2019年我国保健饮料行业费用使用统计图

图表：2015-2019年我国保健饮料行业主要盈利指标统计图

图表：2015-2019年我国保健饮料行业主要盈利指标增长趋势图

图表：2015-2019年保健饮料行业市场供给

图表：2015-2019年保健饮料行业市场需求

图表：2015-2019年保健饮料行业市场规模

图表：2020-2026年中国保健饮料行业市场规模预测

图表：2020-2026年中国保健饮料行业供给预测

图表：2020-2026年中国保健饮料行业需求预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202006/167380.html>