

# 2021-2027年中国互联网+ 功能饮料市场分析与投资潜力分析报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2021-2027年中国互联网+功能饮料市场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.abaogao.com/b/yinliao/K77161KCNV.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

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

回顾中国功能饮料的发展，离不开的品牌是红牛，红牛是中国功能饮料的开创者。中国官方并无功能饮料一说，准确的说法应该是特殊用途饮料。特殊用途饮料分为运动饮料、营养素饮料、能量饮料、电解质饮料等，而红牛归属于能量饮料。功能饮料这一词汇的流行，是因为红牛的市场带动，它是中国功能饮料的开创者。

红牛，1995年12月25日进入中国市场；从0-10亿销售额用了8年时间，10-100亿销售额用了8年时间，100-200亿销售额花了2年时间，最高销售额2015年230.7亿元。红牛营销团队14000多人，经销商客户2000多家，签约直供客户30000多家，覆盖销售网点400多万家。红牛的功勋战绩是饮品行业的一个奇迹，它超过了很多品牌，包括大家所熟知的两乐。2013-2018年红牛销售额：千万元红牛在能量饮料品类的市场份额情况 智研数据研究中心发布的

《2021-2027年中国互联网+功能饮料市场分析与投资潜力分析报告》共十四章。首先介绍了中国互联网+功能饮料行业市场发展环境、互联网+功能饮料整体运行态势等，接着分析了中国互联网+功能饮料行业市场运行的现状，然后介绍了互联网+功能饮料市场竞争格局。随后，报告对互联网+功能饮料做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国互联网+功能饮料行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网+功能饮料产业有个系统的了解或者想投资中国互联网+功能饮料行业，本报告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 电子商务与“互联网+”

第一节 电子商务发展分析

一、电子商务基本定义

二、电子商务发展阶段

三、电子商务基本特征

四、电子商务支撑环境

五、电子商务基本模式

六、电子商务规模分析

第二节 “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

## 第二章 互联网环境下功能饮料行业的机会与挑战

### 第一节 2019年中国互联网环境分析

#### 一、网民基本情况分析

- (一) 总体网民规模分析
- (二) 分省网民规模分析
- (三) 手机网民规模分析
- (四) 网民属性结构分析

#### 二、网民互联网应用状况

- (一) 信息获取情况分析
- (二) 商务交易发展情况
- (三) 交流沟通现状分析
- (四) 网络娱乐应用分析

### 第二节 互联网环境下功能饮料行业的机会与挑战

- 一、互联网时代行业大环境的变化
- 二、互联网直击传统行业消费痛点
- 三、互联网助力企业开拓市场
- 四、电商成为传统企业突破口

### 第三节 互联网功能饮料行业的改造与重构

- 一、互联网重构行业的供应链格局
- 二、互联网改变生产厂商营销模式
- 三、互联网导致行业利益重新分配
- 四、互联网改变行业未来竞争格局

### 第四节 功能饮料与互联网融合创新机会孕育

- 一、电商政策变化趋势分析
- 二、电子商务消费环境趋势分析
- 三、互联网技术对行业支撑作用

## 四、电商黄金发展期机遇分析

### 第三章 功能饮料所属行业发展现状分析

#### 第一节 功能饮料行业发展现状分析

##### 一、功能饮料行业产业政策分析

二、功能饮料行业发展现状分析 中国快消品行业零售网点大概有500万个，其中中国偏远地区以及加油站、传统百货等渠道不计入此数据，对于功能饮料市场来说此数据有差异。例如，卡拉宝有40%左右销量出自加油站，并不在尼尔森的统计范畴中。2017-2018年各月中国功能饮料市场份额

##### 三、功能饮料行业主要企业分析

##### 四、功能饮料行业市场规模分析

#### 第二节 功能饮料行业市场前景分析

##### 一、功能饮料行业发展机遇分析

##### 二、功能饮料行业市场规模预测

##### 三、功能饮料行业发展前景分析

### 第四章 功能饮料行业市场规模与电商未来空间预测

#### 第一节 功能饮料电商市场规模与渗透率

##### 一、功能饮料电商总体开展情况

##### 二、功能饮料电商交易规模分析

##### 三、功能饮料电商渠道渗透率分析

#### 第二节 功能饮料电商行业盈利能力分析

##### 一、功能饮料电子商务发展有利因素

##### 二、功能饮料电子商务发展制约因素

##### 三、功能饮料电商行业经营成本分析

##### 四、功能饮料电商行业盈利模式分析

##### 五、功能饮料电商行业盈利水平分析

#### 第三节 电商行业未来前景及趋势预测

##### 一、功能饮料电商行业市场空间测算

##### 二、功能饮料电商市场规模预测分析

##### 三、功能饮料电商发展趋势预测分析

## 第五章 功能饮料企业互联网战略体系构建及平台选择

### 第一

#### 一、功能饮料电子商务关键环节分析

- (一) 产品采购与组织
- (二) 电商网站建设
- (三) 网站品牌建设及营销
- (四) 服务及物流配送体系
- (五) 网站增值服务

#### 二、功能饮料企业电子商务网站构建

- (一) 网站域名申请
- (二) 网站运行模式
- (三) 网站开发规划
- (四) 网站需求规划

### 第二节 功能饮料企业转型电商发展途径

#### 一、电商B2B发展模式

#### 二、电商B2C发展模式

#### 三、电商C2C发展模式

#### 四、电商O2O发展模式

### 第三节 功能饮料企业转型电商平台选择分析

#### 一、功能饮料企业电商建设模式

#### 二、自建商城网店平台

- (一) 自建商城概况分析
- (二) 自建商城优势分析

#### 三、借助第三方网购平台

- (一) 电商平台的优劣势
- (二) 电商平台盈利模式

#### 四、电商服务外包模式分析

- (一) 电商服务外包的优势
- (二) 电商服务外包可行性
- (三) 电商服务外包前景

#### 五、功能饮料企业电商平台选择策略

## 第六章 功能饮料行业电子商务运营模式分析

### 第一节 功能饮料电子商务B2B模式分析

- 一、功能饮料电子商务B2B市场概况
- 二、功能饮料电子商务B2B盈利模式
- 三、功能饮料电子商务B2B运营模式
- 四、功能饮料电子商务B2B的供应链

### 第二节 功能饮料电子商务B2C模式分析

- 一、功能饮料电子商务B2C市场概况
- 二、功能饮料电子商务B2C市场规模
- 三、功能饮料电子商务B2C盈利模式
- 四、功能饮料电子商务B2C物流模式
- 五、功能饮料电商B2C物流模式选择

### 第三节 功能饮料电子商务C2C模式分析

- 一、功能饮料电子商务C2C市场概况
- 二、功能饮料电子商务C2C盈利模式
- 三、功能饮料电子商务C2C信用体系
- 四、功能饮料电子商务C2C物流特征
- 五、重点C2C电商企业发展分析

### 第四节 功能饮料电子商务O2O模式分析

- 一、功能饮料电子商务O2O市场概况
- 二、功能饮料电子商务O2O优势分析
- 三、功能饮料电子商务O2O营销模式
- 四、功能饮料电子商务O2O潜在风险

## 第七章 功能饮料主流网站平台比较及企业入驻选择

### 第一节 网站A

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站用户特征分析
- 三、网站覆盖人数分析
- 四、网站访问次数分析
- 五、网站发展策略分析

### 第二节 网站B

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站用户特征分析
- 三、网站覆盖人数分析
- 四、网站访问次数分析
- 五、网站发展策略分析

### 第三节 网站C

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站用户特征分析
- 三、网站覆盖人数分析
- 四、网站访问次数分析
- 五、网站发展策略分析

### 第四节 网站D

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站用户特征分析
- 三、网站覆盖人数分析
- 四、网站访问次数分析
- 五、网站发展策略分析

### 第五节 网站E

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站用户特征分析
- 三、网站覆盖人数分析
- 四、网站访问次数分析
- 五、网站发展策略分析

## 第八章 功能饮料企业进入互联网领域投资策略分析

### 第一节 功能饮料企业电子商务市场投资要素

- 一、企业自身发展阶段的认知分析
- 二、企业开展电子商务目标的确定
- 三、企业电子商务发展的认知确定
- 四、企业转型电子商务的困境分析

### 第二节 功能饮料企业转型电商物流投资分析

- 一、功能饮料企业电商自建物流分析



(一) 电商自建物流的优势分析

(二) 电商自建物流的负面影响

二、功能饮料企业电商外包物流分析

第三节 功能饮料企业电商市场策略分析

图表目录 (部分)

图表 2011-2019年中国网民规模及互联网普及率

图表 2013-2019年中国网民各类网络应用的使用率

图表 2014-2019年中国网民各类手机网络应用的使用率

图表 2011-2019年我国网络零售市场交易规模

图表 2010-2025年我国移动网民规模及增长速度

图表 移动端网购增长仍处爆发阶段

图表 移动端网购占比大幅提升

图表 传统功能饮料消费存在的“痛点”

图表 功能饮料电子商务重构供应链流程

图表 中国电商相关政策汇总

图表 2012-2019年功能饮料电商交易规模趋势图

图表 2012-2019年功能饮料电商市场渗透率趋势图

图表 2021-2027年功能饮料电商交易规模预测趋势图

图表 2021-2027年功能饮料电商市场渗透率预测趋势图

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yinliao/K77161KCNV.html>