

2020年中国无糖饮料市场现状分析报告- 产业竞争现状与投资前景预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国无糖饮料市场现状分析报告-产业竞争现状与投资前景预测》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：<http://baogao.chinabaogao.com/yinliao/514414514414.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

近段时间，贴着无糖、低糖等标签的饮料，向饮料界传统种类产品发起了挑战。而受益于消费者对健康和好喝的双重需求，各种无糖、零脂肪、零热量的饮料成为大热产品。近日有某便利店发布数据显示，2020年7月饮料销售上涨25%，其中代糖水饮、高浓度果汁和中高端牛奶的增速明显。

无糖饮料是指不含蔗糖即淀粉水解的糖类，如葡萄糖、麦芽糖、果糖等等，一般采用糖醇和低聚糖等不升高血糖浓度的甜味剂作为糖的替代品，例如苏打水、木糖醇饮品等都可以称作无糖饮料。

近年来，全球糖尿病患者不断增多。据世界卫生组织的数据显示，目前全球糖尿病患者已达4亿多人，而主要原因无疑就是糖。正是看到了严峻的数字，一些国家政府加快了控糖措施的出台，一些饮料企业迅速调整了产品配方，走上了减糖的发展路线。

在此背景下，减糖带来了新的发展契机。戒糖、断糖概念让部分消费者有意识地减少糖分摄入，无糖饮料也乘着这股风潮占领了不少人的冰箱和味蕾。同时，随着现代90后对于饮料糖分越发重视，无糖饮料市场渗透率不断提升。

数据显示，目前我国有近六成消费者购买过无糖饮料，其2019年销售额同比增长超10%，远高于饮料总体增长率。而在某电商平台上，2020年5月份的无糖饮品销售额达5900万元，同比增幅210%。其中，销售额前三的分别是饮用水、果味/风味饮料、茶饮料，共占行业总销售额的79%。从增速来看，农夫山泉、可口可乐、元气森林销售额同比增幅超300%。

。

2020年5月无糖饮料TOP10品牌

序号

品牌

1

运气森林

2

冠芳

3

oatly

4

名仁

5

天地精华

6

亲亲元气

7

三得利/suntory

8

可口可乐

9

颜值百分百

10

农夫山泉资料来源：公路开资料整理

无糖饮料的市场渗透率不断提升，也催生了庞大的市场规模和可观的市场前景。而对市场一向保持敏感的企业，自然不会错过这个新风口，纷纷布局该市场。例如喜茶、元气森林、农夫山泉、可口可乐、百事可乐等一批新老玩家纷纷入局。

相关企业不断发力无糖饮料市场

企业

相关产品

可口可乐

在2018财年和2019财年，可口可乐碳酸饮料的含糖量分别降低1.7%和4%，销量相应增长了1.6%和2.2%；2019年财年，零糖可口可乐再度保持两位数的增势。

伊藤园

2017年推出无糖茶，2018年销售额为500亿元人民币，2019年则达到了610亿元人民币，同比增加22%。

农夫山泉

推出了无糖茶饮“东方树叶”；

天喔茶庄

推出了“天喔金”系列3款无糖茶

娃哈哈

推出了“安化黑茶”饮料；

怡宝

推出了“佐味茶事”无糖茶

健力宝

推出了“健力宝纤维+运动饮料”

喜茶

旗下喜小茶瓶装厂“汽水产线”正式投入生产，主打0糖、0卡+膳食纤维。资料来源：公路开资料整理

不过无糖并非零糖，标注“不添加蔗糖”的产品虽然不添加常见糖类，但有可能加了糖替代品或糖浆之类的浓缩糖溶液。市面上的代糖产品主要为阿斯巴甜、安赛蜜、三氯蔗糖、木

糖醇、甜菊糖、赤藓糖醇等。这些甜味剂参与到人体代谢中产生的热量可以说微乎其微。

以号称“0糖0脂肪0卡路里”的元气森林为例，有公司负责人曾表示，元气森林的苏打气泡水选用赤藓糖醇作配料。而研究显示，赤藓糖醇是一种天然甜味物质，是通过玉米淀粉原料经过酵母发酵而产生的糖醇。并且赤藓糖醇不能被机体内的任何酶系统消化降解，进入人体后不参与人体血糖代谢，直接从体内排出，不产生热量。

但也有人认为，市面上打着零糖、零热量旗号的饮料，不少有误导消费者的嫌疑，这涉及对糖的界定。同时虽然用代糖来还原饮料的口感、赢得低糖的称号，企业这招显然很成功。但需要注意的是，也不能因此就“敞开了喝”。一些无糖饮料含有咖啡因，喝多容易导致上瘾，过度饮用无糖碳酸饮料会引起胃肠胀气等不适。

从小众走向大众，目前我国无糖饮料整体上处于快速发展期，但最终能不能赢得消费者青睐，关键要看口感、品质。市场拼杀激烈，监管也不能落后，既要对产品的添加剂、包装、宣传等环节进行监督，防止浑水摸鱼，更要引导消费者形成正确的减糖饮食习惯。与此同时，随着入局无糖饮料的企业越来越多，无糖产品趋于同质化。企业未来如何突出产品差异化优势，用更好的口感赢得消费者的青睐，将是国内饮料行业竞争的重点。（WW）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国无糖饮料市场现状分析报告-产业竞争现状与投资前景预测》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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的

发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国无糖饮料行业发展概述

第一节 无糖饮料行业发展情况概述

- 一、无糖饮料行业相关定义
- 二、无糖饮料行业基本情况介绍
- 三、无糖饮料行业发展特点分析
- 四、无糖饮料行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、无糖饮料行业需求主体分析

第二节 中国无糖饮料行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、无糖饮料行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - 1、沟通协调机制
 - 2、风险分配机制
 - 3、竞争协调机制
- 四、中国无糖饮料行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国无糖饮料行业生命周期分析

- 一、无糖饮料行业生命周期理论概述
- 二、无糖饮料行业所属的生命周期分析

第四节 无糖饮料行业经济指标分析

- 一、无糖饮料行业的赢利性分析
- 二、无糖饮料行业的经济周期分析
- 三、无糖饮料行业附加值的提升空间分析

第五节 中国无糖饮料行业进入壁垒分析

- 一、无糖饮料行业资金壁垒分析
- 二、无糖饮料行业技术壁垒分析
- 三、无糖饮料行业人才壁垒分析

四、无糖饮料行业品牌壁垒分析

五、无糖饮料行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球无糖饮料行业市场发展现状分析

第一节 全球无糖饮料行业发展历程回顾

第二节 全球无糖饮料行业市场区域分布情况

第三节 亚洲无糖饮料行业地区市场分析

一、亚洲无糖饮料行业市场现状分析

二、亚洲无糖饮料行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲无糖饮料行业市场前景分析

第四节 北美无糖饮料行业地区市场分析

一、北美无糖饮料行业市场现状分析

二、北美无糖饮料行业市场规模与市场需求分析

三、北美无糖饮料行业市场前景分析

第五节 欧盟无糖饮料行业地区市场分析

一、欧盟无糖饮料行业市场现状分析

二、欧盟无糖饮料行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟无糖饮料行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界无糖饮料行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球无糖饮料行业市场规模预测

第三章 中国无糖饮料产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品无糖饮料总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国无糖饮料行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国无糖饮料产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国无糖饮料行业运行情况

第一节 中国无糖饮料行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
 - 1、行业技术发展现状
 - 2、行业技术专利情况
 - 3、技术发展趋势分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国无糖饮料行业市场规模分析

第三节 中国无糖饮料行业供应情况分析

第四节 中国无糖饮料行业需求情况分析

第五节 我国无糖饮料行业进出口形势分析

- 一、进口形势分析
- 二、出口形势分析
- 三、进出口价格对比分析

第六节 我国无糖饮料行业细分市场分析（2015-2019年）

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二
- 三、其它细分市场

第七节 中国无糖饮料行业供需平衡分析

第八节 中国无糖饮料行业发展趋势分析

第五章 中国无糖饮料所属行业运行数据监测

第一节 中国无糖饮料所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

第二节 中国无糖饮料所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国无糖饮料所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国无糖饮料市场格局分析

第一节 中国无糖饮料行业竞争现状分析

一、中国无糖饮料行业竞争情况分析

二、中国无糖饮料行业主要品牌分析

第二节 中国无糖饮料行业集中度分析

一、中国无糖饮料行业市场集中度分析

二、中国无糖饮料行业企业集中度分析

第三节 中国无糖饮料行业存在的问题

第四节 中国无糖饮料行业解决问题的策略分析

第五节 中国无糖饮料行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国无糖饮料行业需求特点与动态分析

第一节 中国无糖饮料行业消费市场动态情况

第二节 中国无糖饮料行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 无糖饮料行业成本分析

第四节 无糖饮料行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国无糖饮料行业价格现状分析

第六节 中国无糖饮料行业平均价格走势预测

一、中国无糖饮料行业价格影响因素

二、中国无糖饮料行业平均价格走势预测

三、中国无糖饮料行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国无糖饮料行业区域市场现状分析

第一节 中国无糖饮料行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区无糖饮料市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区无糖饮料市场规模分析

四、华东地区无糖饮料市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区无糖饮料市场规模分析

四、华中地区无糖饮料市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区无糖饮料市场规模分析

四、华南地区无糖饮料市场规模预测

第九章 2017-2020年中国无糖饮料行业竞争情况

第一节 中国无糖饮料行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国无糖饮料行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国无糖饮料行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第四节 中国无糖饮料行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 无糖饮料行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业1

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业2

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业3

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业4

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业5

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国无糖饮料行业发展前景分析与预测

第一节 中国无糖饮料行业未来发展前景分析

- 一、无糖饮料行业国内投资环境分析
- 二、中国无糖饮料行业市场机会分析
- 三、中国无糖饮料行业投资增速预测

第二节 中国无糖饮料行业未来发展趋势预测

第三节 中国无糖饮料行业市场发展预测

- 一、中国无糖饮料行业市场规模预测
- 二、中国无糖饮料行业市场规模增速预测
- 三、中国无糖饮料行业产值规模预测
- 四、中国无糖饮料行业产值增速预测
- 五、中国无糖饮料行业供需情况预测

第四节 中国无糖饮料行业盈利走势预测

- 一、中国无糖饮料行业毛利润同比增速预测
- 二、中国无糖饮料行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国无糖饮料行业投资风险与营销分析

第一节 无糖饮料行业投资风险分析

- 一、无糖饮料行业政策风险分析
- 二、无糖饮料行业技术风险分析
- 三、无糖饮料行业竞争风险分析
- 四、无糖饮料行业其他风险分析

第二节 无糖饮料行业应对策略

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

第十三章 2021-2026年中国无糖饮料行业发展战略及规划建议

第一节 中国无糖饮料行业品牌战略分析

- 一、无糖饮料企业品牌的重要性

二、无糖饮料企业实施品牌战略的意义

三、无糖饮料企业品牌的现状分析

四、无糖饮料企业的品牌战略

五、无糖饮料品牌战略管理的策略

第二节 中国无糖饮料行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国无糖饮料行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第四节 无糖饮料行业竞争力提升策略

一、无糖饮料行业产品差异性策略

二、无糖饮料行业个性化服务策略

三、无糖饮料行业的促销宣传策略

四、无糖饮料行业信息智能化策略

五、无糖饮料行业品牌化建设策略

六、无糖饮料行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国无糖饮料行业发展策略及投资建议

第一节 中国无糖饮料行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国无糖饮料行业定价策略分析

第三节 中国无糖饮料行业营销渠道策略

一、无糖饮料行业渠道选择策略

二、无糖饮料行业营销策略

第四节 中国无糖饮料行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国无糖饮料行业重点投资区域分析

二、中国无糖饮料行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yinliao/514414514414.html>