

中国功能饮料行业现状深度研究与未来前景分析 报告（2024-2031年）

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《中国功能饮料行业现状深度研究与未来前景分析报告（2024-2031年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202409/726490.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

功能饮料也被称为功能性饮料，是通过在饮料中添加某些功效或营养成分并将其按照一定的比例进行科学搭配，形成可调节人体功能，满足特定人群需求的饮料产品，主要包括运动饮料、能量饮料、营养素饮料和其他特殊用途饮料四大类。

资料来源：观研天下整理

一、功能饮料行业发展驱动因素分析

第一，随着经济不断发展和人们生活水平提高，我国居民人均可支配收入和人均食品烟酒支出持续上升，2023年分别达到39218元和7983元，同比分别增长6.33%和6.71%。为功能饮料消费提供了良好的经济基础。

数据来源：国家统计局、观研天下整理

随着人们生活节奏加快和年轻人生活态度的转变，功能饮料消费群体和消费场景逐渐多元化，为行业发展带来更多市场需求和机遇，助力行业持续发展。据悉，其消费群体从工作时间较长或体能消耗较大的司机、工人、快递员、医护工作者、健身爱好者等逐步扩大至白领、学生、电竞玩家等消费群体；消费场景也从加班、熬夜、健身等各类“疲劳”场景扩展到聚会、旅行、日常保健等更为休闲的消费场景。

第三，近年来我国健身人数（每周参加两次以上运动）不断上升，由2016年的1.83亿人上升至2022年的3.74亿人，利好为功能饮料行业带来更多需求。

数据来源：观研天下整理

第四，随着研发水平和生产工艺不断提升，企业不断创新功能饮料产品口味和功能等，产品朝着更营养、更多元的方向大步前进，以满足不同消费者群体的多样化需求，推动功能食品行业不断发展。以口味为例，目前市面上的功能饮料口味丰富，包括青柠、水蜜桃、芒果、橘子、菠萝、荔枝、椰子等多种味道。同时，在减糖、控糖趋势下，低糖、无糖的功能饮料逐渐被推出市场，以满足消费者减糖、控糖的需求。

二、功能饮料行业发展现状

1.我国功能饮料市场规模持续扩容，但人均消费量低

近年来，在居民生活水平提高、市场需求推动、消费场景拓展、产品不断创新等多重因素驱动下，我国功能饮料行业呈现出良好的发展势头，市场规模不断扩容，2022年上升至1337亿元，同比增长达到8%。值得一提的是，与美国、日本等发达国家相比，目前我国功能饮料人均消费量还比较低，市场可挖掘的潜力依然很大。据悉，2021年我国功能饮料人均消费量为9.2升，为美国的9.9%，日本的22.4%以及英国的26.9%。未来，随着人们消费水平提升和对功能饮料的认知程度提高以及消费人群/消费场景推展后对功能饮料需求的增加，

其人均消费量有望进一步提升，届时或将带动其市场规模进一步扩容。

数据来源：观研天下整理

数据来源：东鹏饮料年报、观研天下整理

2.红牛市场份额下降，东鹏饮料市场份额扩大

我国功能饮料行业萌芽于20世纪80年代，开创于90年代；经过多年发展，功能饮料行业形成了红牛、东鹏特饮、乐虎、脉动、体质能量等品牌。凭借着入局时间较早，先发优势明显和品牌知名度高等优势，长期以来，国内功能饮料市场都呈现红牛“一家独大”竞争格局，2014年其市场份额曾高达80%。但伴随着商标官司影响和其他品牌崛起，红牛市场份额出现下降，至2023年降至53%；东鹏特饮目前市场份额已位列行业第二，2023年达到17%，相较2014年也有了较大提升。

数据来源：观研天下整理（WJ）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国功能饮料行业现状深度研究与未来前景分析报告（2024-2031年）》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，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。行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国功能饮料行业发展概述

第一节 功能饮料行业发展情况概述

- 一、功能饮料行业相关定义
- 二、功能饮料特点分析
- 三、功能饮料行业基本情况介绍
- 四、功能饮料行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式
- 五、功能饮料行业需求主体分析

第二节 中国功能饮料行业生命周期分析

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

第三节 功能饮料行业经济指标分析

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

第二章 2019-2023年全球功能饮料行业市场发展现状分析

第一节 全球功能饮料行业发展历程回顾

第二节 全球功能饮料行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲功能饮料行业地区市场分析

- 一、亚洲功能饮料行业市场现状分析
- 二、亚洲功能饮料行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲功能饮料行业市场前景分析

第四节 北美功能饮料行业地区市场分析

- 一、北美功能饮料行业市场现状分析
- 二、北美功能饮料行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美功能饮料行业市场前景分析

第五节 欧洲功能饮料行业地区市场分析

- 一、欧洲功能饮料行业市场现状分析
- 二、欧洲功能饮料行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲功能饮料行业市场前景分析

第六节 2024-2031年世界功能饮料行业分布走势预测

第七节 2024-2031年全球功能饮料行业市场规模预测

第三章 中国功能饮料行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对功能饮料行业的影响分析

第三节中国功能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

三、主要行业标准

第四节政策环境对功能饮料行业的影响分析

第五节中国功能饮料行业产业社会环境分析

第四章 中国功能饮料行业运行情况

第一节中国功能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

三、行业发展特点分析

第二节中国功能饮料行业市场规模分析

一、影响中国功能饮料行业市场规模的因素

二、中国功能饮料行业市场规模

三、中国功能饮料行业市场规模解析

第三节中国功能饮料行业供应情况分析

一、中国功能饮料行业供应规模

二、中国功能饮料行业供应特点

第四节中国功能饮料行业需求情况分析

一、中国功能饮料行业需求规模

二、中国功能饮料行业需求特点

第五节中国功能饮料行业供需平衡分析

第五章 中国功能饮料行业产业链和细分市场分析

第一节中国功能饮料行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、功能饮料行业产业链图解

第二节中国功能饮料行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对功能饮料行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对功能饮料行业的影响分析

第三节我国功能饮料行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国功能饮料行业市场竞争分析

第一节中国功能饮料行业竞争现状分析

一、中国功能饮料行业竞争格局分析

二、中国功能饮料行业主要品牌分析

第二节中国功能饮料行业集中度分析

一、中国功能饮料行业市场集中度影响因素分析

二、中国功能饮料行业市场集中度分析

第三节中国功能饮料行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国功能饮料行业模型分析

第一节中国功能饮料行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国功能饮料行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国功能饮料行业SWOT分析结论

第三节中国功能饮料行业竞争环境分析（PEST）

- 一、PEST模型概述
- 二、政策因素
- 三、经济因素
- 四、社会因素
- 五、技术因素
- 六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国功能饮料行业需求特点与动态分析

第一节中国功能饮料行业市场动态情况

第二节中国功能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

第三节功能饮料行业成本结构分析

第四节功能饮料行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、其他因素

第五节中国功能饮料行业价格现状分析

第六节中国功能饮料行业平均价格走势预测

- 一、中国功能饮料行业平均价格趋势分析
- 二、中国功能饮料行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国功能饮料行业所属行业运行数据监测

第一节中国功能饮料行业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

第二节中国功能饮料行业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

第三节中国功能饮料行业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

第十章 2019-2023年中国功能饮料行业区域市场现状分析

第一节中国功能饮料行业区域市场规模分析

- 一、影响功能饮料行业区域市场分布的因素
- 二、中国功能饮料行业区域市场分布

第二节中国华东地区功能饮料行业市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区功能饮料行业市场分析
 - (1) 华东地区功能饮料行业市场规模
 - (2) 华东地区功能饮料行业市场现状
 - (3) 华东地区功能饮料行业市场规模预测

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、华中地区功能饮料行业市场分析
 - (1) 华中地区功能饮料行业市场规模
 - (2) 华中地区功能饮料行业市场现状
 - (3) 华中地区功能饮料行业市场规模预测

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、华南地区功能饮料行业市场分析
 - (1) 华南地区功能饮料行业市场规模
 - (2) 华南地区功能饮料行业市场现状
 - (3) 华南地区功能饮料行业市场规模预测

第五节华北地区功能饮料行业市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区功能饮料行业市场分析

- (1) 华北地区功能饮料行业市场规模
- (2) 华北地区功能饮料行业市场现状
- (3) 华北地区功能饮料行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

- 一、东北地区概述
- 二、东北地区经济环境分析
- 三、东北地区功能饮料行业市场分析
 - (1) 东北地区功能饮料行业市场规模
 - (2) 东北地区功能饮料行业市场现状
 - (3) 东北地区功能饮料行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

- 一、西南地区概述
- 二、西南地区经济环境分析
- 三、西南地区功能饮料行业市场分析
 - (1) 西南地区功能饮料行业市场规模
 - (2) 西南地区功能饮料行业市场现状
 - (3) 西南地区功能饮料行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

- 一、西北地区概述
- 二、西北地区经济环境分析
- 三、西北地区功能饮料行业市场分析
 - (1) 西北地区功能饮料行业市场规模
 - (2) 西北地区功能饮料行业市场现状
 - (3) 西北地区功能饮料行业市场规模预测

第十一章 功能饮料行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2024-2031年中国功能饮料行业发展前景分析与预测

第一节中国功能饮料行业未来发展前景分析

一、功能饮料行业国内投资环境分析

二、中国功能饮料行业市场机会分析

三、中国功能饮料行业投资增速预测

第二节中国功能饮料行业未来发展趋势预测

第三节中国功能饮料行业规模发展预测

一、中国功能饮料行业市场规模预测

二、中国功能饮料行业市场规模增速预测

三、中国功能饮料行业产值规模预测

四、中国功能饮料行业产值增速预测

五、中国功能饮料行业供需情况预测

第四节中国功能饮料行业盈利走势预测

第十三章 2024-2031年中国功能饮料行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国功能饮料行业进入壁垒分析

一、功能饮料行业资金壁垒分析

二、功能饮料行业技术壁垒分析

三、功能饮料行业人才壁垒分析

四、功能饮料行业品牌壁垒分析

五、功能饮料行业其他壁垒分析

第二节功能饮料行业风险分析

一、功能饮料行业宏观环境风险

二、功能饮料行业技术风险

三、功能饮料行业竞争风险

四、功能饮料行业其他风险

第三节中国功能饮料行业存在的问题

第四节中国功能饮料行业解决问题的策略分析

第十四章 2024-2031年中国功能饮料行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国功能饮料行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国功能饮料行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节功能饮料行业营销策略分析

一、功能饮料行业产品策略

二、功能饮料行业定价策略

三、功能饮料行业渠道策略

四、功能饮料行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202409/726490.html>