

中国碳酸饮料行业发展趋势分析与投资前景预测报告（2023-2030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《中国碳酸饮料行业发展趋势分析与投资前景预测报告（2023-2030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/202310/668790.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

1、碳酸饮料定义

碳酸饮料又称汽水，是指在一定条件下充入二氧化碳气的饮料，氧化碳本身是无色无味的，在冷却和压力的环境下，二氧化碳易于溶入水中，形成碳酸，每升水中可以溶入8克的二氧化碳。碳酸饮料就是以碳酸水为基础，加入蔗糖、香料进行调味的饮料。碳酸饮料的主要成分包括碳酸水、柠檬酸等酸性物质、白糖、香料，有些含有咖啡因，人工色素等，一般不含维生素，也不含矿物质。果汁型碳酸饮料含有2.5%及以上的天然果汁，可乐型碳酸饮料含有可乐果、白柠檬、月桂、焦糖色素等。

碳酸饮料可以分为果汁型碳酸饮料、果味型碳酸饮料、可乐型碳酸饮料、低热量型碳酸饮料和其它型碳酸饮料。

碳酸饮料分类

分类

内容

果汁型碳酸饮料

指原果汁含量不低于2.5%的碳酸饮料

果味型碳酸饮料

指以果香型食用香精为主要赋香剂，原果汁含量低于2.5%的

碳酸饮料可乐型碳酸饮料

指含有焦糖色、可乐香精或类似可乐果和水果香型的辛香、果香混合香型的碳酸饮料

低热量性的碳酸饮料

指以甜味剂全部或部分代替糖类的各型碳酸饮料和苏打水，热量低于75KJ/100mL

其他型碳酸饮料

指含有植物抽提物或非果香型的食用香精为赋香剂以及补充人体运动后失去的电解质、能量等碳酸饮料，如运动汽水等

资料来源：观研天下整理

2、我国碳酸饮料产量超过2000万吨，销量接近120亿升

碳酸饮料已经成为大部分消费者日常生活中必不可少的饮料之一，由于味道甜美而深受大众欢迎，自2017年跌至最低后，我国碳酸饮料产量逐年递增增长。根据数据显示，2021年我国碳酸饮料类(汽水)累计产量为2337.3万吨，同比增长18.22%。其中，华东、华南、华中地区是碳酸饮料主要生产地。

数据来源：观研天下整理

数据来源：观研天下整理

而由于国内消费者口味不断变化，我国碳酸饮料销售市场低迷，2011-2021年销量呈波动变化，2016年为最低谷，销量仅98.02亿升，2021年销量达到118.95亿升，同比增长8.63%。

数据来源：观研天下整理

3、我国碳酸饮料市场规模接近990亿元，2027年市场规模有望突破1600亿元

近年来，随着消费者健康意识增强及全球各国推行少糖政策，给碳酸饮料行业发展带来巨大的影响，2021年市场规模为989.53亿元，在软饮料领域占比16.98%，但由于国内厂商在低糖碳酸饮料上的探索和各种风味碳酸饮料的研究，碳酸饮料市场规模将以8.58%的速度增长，2027年将达到1622亿元。

数据来源：观研天下整理

全球各国减糖政策

国家

减糖政策

新加坡

2019年，新加坡卫生部禁止了高糖饮料的广告，并引入颜色编码标签，通过分析饮料中含糖量和脂肪含量因素等，将饮料分为“健康”、“中性”、“不健康”产品

美国

2021年美国国家减盐减糖倡议（NSSRI）提出了由政府支持的国家减糖目标，旨在实现自愿和逐步的产业改造，以减少20%的包装食品糖分和40%的饮料糖分

韩国

2016年韩国政府发布《有关减少国民糖类摄入量的综合计划》，宣布向饮食中的“高糖”宣战，引导国民合理摄入糖类，倡导低糖饮食习惯

马来西亚

自2019年4月起，对含糖饮料如碳酸饮料，每100毫升不得超过5公克；蔬菜果汁类，每100毫升不得超过12公克，每升征收马币0.4令吉的税务，2022年4月，含糖饮料对象扩大至巧克力或可可、麦芽、咖啡、茶（二合一或三合一）的混合式含糖饮料产品

中国

2019年，国务院发布的《健康中国行动（2019-2030）》提出“倡导食品生产经营者使用食品安全标准允许使用的天然甜味物质和甜味剂取代蔗糖”、“提倡城市高糖摄入人群减少食用含蔗糖饮料和甜食，选择天然甜味物质和甜味剂替代蔗糖生产的饮料和食品”，提倡到2030年人均每日添加糖摄入量不高于25g

资料来源：观研天下整理

4、无糖碳酸饮料发展较快，将成为碳酸饮料行业最具有潜力发展赛道

同时，随着消费者健康意识增强，我国无糖碳酸饮料增速高于含糖茶饮赛道，2022我国消

费者偏好低糖和无糖的碳酸饮料占比分别为55.7%、23%。从规模来看，2021年中国无糖饮料行业市场规模为159亿元，同比增长34.97%，无糖碳酸饮料占据无糖饮料52%的市场份额。

数据来源：观研天下整理

数据来源：观研天下整理

5、可口可乐和百事可乐占据碳酸饮料市场大头，国产企业排队“复活”

在市场竞争方面，2021年，我国碳酸饮料行业市占比排名前十的品牌有7个是可口可乐和百事旗下的，占据市场大头。其中，雪碧、可口可乐、百事可乐品牌瓜分七成的市场，分别为25.5%、23.0%和21.7%。但是，明仁和元气森林扩张迅速，2021年市场份额大幅上升。

2020-2021年中国碳酸饮料行业品牌市场份额(按销量)

排名

品牌名称

所属企业

2020年市场份额(%)

2021年市场份额(%)

1

雪碧

可口可乐

25.5

25.5

2

可口可乐

可口可乐

23.7

23.0

3

百事可乐

百事可乐

22.7

21.7

4

明仁

明仁天然药物

3.8

5.0

5

元气森林

元气森林

2.1

4.6

6

美年达

百事可乐

5.0

4.5

7

七喜

百事可乐

4.3

4.1

8

芬达

可口可乐

3.0

2.5

9

怡泉

可口可乐

2.9

2.4

10

北冰洋

一轻食品

0.7

0.8

11

非常可乐

娃哈哈

0.9

0.8

12

Smart

可口可乐

0.7

0.5

13

健怡可乐

可口可乐

0.3

0.3

14

健怡可乐

百事可乐

0.2

0.2

15

汇源

汇源

0.3

0.2

16

新奇士

新奇士

0.2

0.2

17

零糖可口可乐

可口可乐

0.2

0.1

18

激浪

百事可乐

0.1

0.1

19

Chivalry

可口可乐

0.1

0.1

资料来源：观研天下整理

而近年来，随着国潮风潮掀起，让诸多国货品牌再次回到大众视野，尤其是汽水国产品牌凭借着侧重于新渠道和情怀营销等共同特点，迎来了一波繁荣。根据美团统计数据显示，截至8月24日，山海关、八王寺、二厂汽水、北冰洋、亚洲汽水、崂山汽水、天府可乐、正广和国产八大汽水的即时零售销量同比增长47%。

我国碳酸饮料行业相关国货品牌重返事件

序号

时间

1

2011年11月，消失了10多年的北冰洋重返市场

2

天府可乐于2010年和2013年先后向百事（中国）投资有限公司讨回了天府可乐及其系列饮料的配方、生产工艺和品牌

3

2015年，沈阳八王寺还原了30多年前汽水的老味道

4

2023年5月，武汉的二厂汽水重新上线

5

……

资料来源：观研天下整理

面对两大乐的强势竞争实力，近年来国产碳酸饮料也不断探索新品类、渠道等方面创新与布局。在品类方面，以北冰洋为例，除传统玻璃瓶橘子汽水外，还有柠檬汽水、酸梅汽水、百香果味苏打汽水等新口味产品；在购买渠道方面，兰世立表示，武汉二厂汽水除了布局线下，更重要的是通过线上渠道销售汽水，集中精力把产品做得好喝一点、让价钱便宜一点，国产汽水未来突围的方向就是做“便宜又好”的产品。

再者自元气森林“气泡水”开辟以来，2018-2020年销售额增长率分别为300%、200%和309%，后面推出的外星人电解质水在去年全年实现12.7亿销售额（约占总销售额的15%左右），单月最高GMV突破1.9亿元，迎来业绩的狂飙；并且元气森林加码推出一系列“绝对元气”冰

茶、“疯狂蔬出”NFC果蔬汁、“大魔王”黑白罐浓咖啡、“啊打！”乌龙柠檬茶等新品，不断抢占汽水市场份额。

而近期大窑汽水投入12.6亿元重金在陕西宝鸡建汽水工厂，更是凸显出国产汽水品牌盘活了。自2021年之后，大窑加大在全国各地的生产基地投产，如沈阳、吉林、内蒙古沙尔沁、安徽阜南工厂等地。

那么大窑是如何在“两乐”占据约80%的市场份额下找到机会，其主要原因是它能做到高利润，有意识地最大化控制成本。兰世立表示：“（大窑）一吨成本才100多元，而含果汁的武汉二厂汽水在每吨800多，其他差别还在于我们用了传统的料，原料中我们有白砂糖，他们有一部分是糖精。”同时，在价格方面，以京东平台价格为参考，330毫升的北冰洋橙汁汽水一瓶售价5元，同样规格的冰峰橙味汽水仅售2.4元，健力宝2.8元，而500毫升的大窑售价在4.5元左右，可谓实惠。此外，大窑的玻璃瓶包装使用的是啤酒瓶子，成本远低于传统汽水的玻璃瓶成本。

整体来看，随着国产汽水企业排队“复活”，并且在成本、渠道布局、情怀、国潮等方面不断探索与布局下，有望赢得更大市场份额。而两乐虽然依旧占据着碳酸饮料市场大头，但舒服日子似乎将到头，接下来汽水市场也会变得不再平静。（WYD）

注：上述信息仅供参考，具体内容请以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国碳酸饮料行业发展趋势分析与投资前景预测报告（2023-2030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年中国碳酸饮料行业发展概述

第一节碳酸饮料行业发展情况概述

一、碳酸饮料行业相关定义

二、碳酸饮料特点分析

三、碳酸饮料行业基本情况介绍

四、碳酸饮料行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、碳酸饮料行业需求主体分析

第二节中国碳酸饮料行业生命周期分析

一、碳酸饮料行业生命周期理论概述

二、碳酸饮料行业所属的生命周期分析

第三节碳酸饮料行业经济指标分析

一、碳酸饮料行业的赢利性分析

二、碳酸饮料行业的经济周期分析

三、碳酸饮料行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球碳酸饮料行业市场发展现状分析

第一节全球碳酸饮料行业发展历程回顾

第二节全球碳酸饮料行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲碳酸饮料行业地区市场分析

一、亚洲碳酸饮料行业市场现状分析

二、亚洲碳酸饮料行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲碳酸饮料行业市场前景分析

第四节北美碳酸饮料行业地区市场分析

一、北美碳酸饮料行业市场现状分析

二、北美碳酸饮料行业市场规模与市场需求分析

三、北美碳酸饮料行业市场前景分析

第五节欧洲碳酸饮料行业地区市场分析

一、欧洲碳酸饮料行业市场现状分析

二、欧洲碳酸饮料行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲碳酸饮料行业市场前景分析

第六节 2023-2030年世界碳酸饮料行业分布走势预测

第七节 2023-2030年全球碳酸饮料行业市场规模预测

第三章 中国碳酸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碳酸饮料行业的影响分析

第三节中国碳酸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

第四节政策环境对碳酸饮料行业的影响分析

第五节中国碳酸饮料行业产业社会环境分析

第四章 中国碳酸饮料行业运行情况

第一节中国碳酸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

第二节中国碳酸饮料行业市场规模分析

一、影响中国碳酸饮料行业市场规模的因素

二、中国碳酸饮料行业市场规模

三、中国碳酸饮料行业市场规模解析

第三节中国碳酸饮料行业供应情况分析

一、中国碳酸饮料行业供应规模

二、中国碳酸饮料行业供应特点

第四节中国碳酸饮料行业需求情况分析

一、中国碳酸饮料行业需求规模

二、中国碳酸饮料行业需求特点

第五节中国碳酸饮料行业供需平衡分析

第五章 中国碳酸饮料行业产业链和细分市场分析

第一节中国碳酸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、碳酸饮料行业产业链图解

第二节中国碳酸饮料行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对碳酸饮料行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对碳酸饮料行业的影响分析

第三节我国碳酸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年中国碳酸饮料行业市场竞争分析

第一节中国碳酸饮料行业竞争现状分析

一、中国碳酸饮料行业竞争格局分析

二、中国碳酸饮料行业主要品牌分析

第二节中国碳酸饮料行业集中度分析

一、中国碳酸饮料行业市场集中度影响因素分析

二、中国碳酸饮料行业市场集中度分析

第三节中国碳酸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年中国碳酸饮料行业模型分析

第一节中国碳酸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

第二节中国碳酸饮料行业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、中国碳酸饮料行业SWOT分析结论

第三节中国碳酸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年中国碳酸饮料行业需求特点与动态分析

第一节中国碳酸饮料行业市场动态情况

第二节中国碳酸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

第三节碳酸饮料行业成本结构分析

第四节碳酸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

第五节中国碳酸饮料行业价格现状分析

第六节中国碳酸饮料行业平均价格走势预测

- 一、中国碳酸饮料行业平均价格趋势分析
- 二、中国碳酸饮料行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国碳酸饮料行业所属行业运行数据监测

第一节中国碳酸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

第二节中国碳酸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

第三节中国碳酸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年中国碳酸饮料行业区域市场现状分析

第一节 中国碳酸饮料行业区域市场规模分析

- 一、影响碳酸饮料行业区域市场分布的因素
- 二、中国碳酸饮料行业区域市场分布

第二节 中国华东地区碳酸饮料行业市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区碳酸饮料行业市场分析
 - (1) 华东地区碳酸饮料行业市场规模
 - (2) 华东地区碳酸饮料行业市场现状
 - (3) 华东地区碳酸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、华中地区碳酸饮料行业市场分析
 - (1) 华中地区碳酸饮料行业市场规模
 - (2) 华中地区碳酸饮料行业市场现状
 - (3) 华中地区碳酸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、华南地区碳酸饮料行业市场分析
 - (1) 华南地区碳酸饮料行业市场规模
 - (2) 华南地区碳酸饮料行业市场现状
 - (3) 华南地区碳酸饮料行业市场规模预测

第五节 华北地区碳酸饮料行业市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区碳酸饮料行业市场分析
 - (1) 华北地区碳酸饮料行业市场规模
 - (2) 华北地区碳酸饮料行业市场现状

(3) 华北地区碳酸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、东北地区碳酸饮料行业市场分析

(1) 东北地区碳酸饮料行业市场规模

(2) 东北地区碳酸饮料行业市场现状

(3) 东北地区碳酸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、西南地区碳酸饮料行业市场分析

(1) 西南地区碳酸饮料行业市场规模

(2) 西南地区碳酸饮料行业市场现状

(3) 西南地区碳酸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、西北地区碳酸饮料行业市场分析

(1) 西北地区碳酸饮料行业市场规模

(2) 西北地区碳酸饮料行业市场现状

(3) 西北地区碳酸饮料行业市场规模预测

第十一章 碳酸饮料行业企业分析（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 2023-2030年中国碳酸饮料行业发展前景分析与预测

第一节 中国碳酸饮料行业未来发展前景分析

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

第二节 中国碳酸饮料行业未来发展趋势预测

第三节 中国碳酸饮料行业规模发展预测

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

第四节 中国碳酸饮料行业盈利走势预测

第十三章 2023-2030年中国碳酸饮料行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国碳酸饮料行业进入壁垒分析

- 一、碳酸饮料行业资金壁垒分析
- 二、碳酸饮料行业技术壁垒分析
- 三、碳酸饮料行业人才壁垒分析
- 四、碳酸饮料行业品牌壁垒分析
- 五、碳酸饮料行业其他壁垒分析

第二节 碳酸饮料行业风险分析

- 一、碳酸饮料行业宏观环境风险
- 二、碳酸饮料行业技术风险
- 三、碳酸饮料行业竞争风险

四、碳酸饮料行业其他风险

第三节中国碳酸饮料行业存在的问题

第四节中国碳酸饮料行业解决问题的策略分析

第十四章 2023-2030年中国碳酸饮料行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国碳酸饮料行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国碳酸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 碳酸饮料行业营销策略分析

一、碳酸饮料行业产品策略

二、碳酸饮料行业定价策略

三、碳酸饮料行业渠道策略

四、碳酸饮料行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202310/668790.html>