

# 中国饮料行业现状深度分析与发展前景预测报告 (2024-2031年)

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国饮料行业现状深度分析与发展前景预测报告（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/202403/695965.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

### 一、行业相关概述

饮料是一种既可以满足消费者即时需求，又可以具有提神、补充水分和营养等功能性的快消品。根据GB/T10789-2015《饮料通则》定义，饮料是指经过定量包装的，供直接饮用或按一定比例用水冲调或冲泡饮用的，乙醇含量（质量分量）不超过0.5%的制品，并将其分为包装饮用水、果蔬汁类及其饮料、蛋白饮料、碳酸饮料（汽水）、特殊用途饮料、风味饮料、茶（类）饮料、咖啡（类）饮料、植物饮料、固体饮料、其他类饮料等11大类。

资料来源：观研天下整理

#### 一、行业市场发展情况

我国饮料行业开始发展于20世纪80年代末，是改革开放以来发展起来的新兴行业。虽然相比发达国家起步较晚，但整体发展较为迅速。近年随着社会群体的喜好的改变、消费群体的不断扩大，种类逐渐丰富，从初期的果汁、茶以及功能饮料再到现如今的新茶饮，可选择的饮料种类也越来越多，我国饮料类商品零售额呈现出波动增长趋势。目前饮料消费已成为我国当下快消品行业里的主力军，是发展最快的零售品行业之一。数据显示，2022年我国饮料需求量为17750.91万吨，累计零售额达到3021.6亿元,同比增长5.3%。2023年1-9月我国饮料类零售额达到2227亿元，累计增长2%。

数据来源：观研天下整理

经过多年的发展，我国饮料行业不断地发展和成熟，逐渐改变了以往规模小、产品结构单一、竞争无序的局面，饮料企业的规模和集约化程度不断提高，产品结构日趋合理。目前我国已成为全球最大的软饮料消费市场之一。数据显示，2022年我国饮料类市场规模达到12478亿元，长期增长趋势明显。另外当下在消费升级大背景下，新人群、新需求的涌现正在催生饮料行业走向全新的变革时代。

#### 三、行业市场供给情况

饮料行业是一个传统而与时俱进的行业，作为大消费产业的组成部分，在国民经济中发挥重要作用。近年来我国规模以上饮料制造企业产量呈现出波动变化走势。数据显示，2022年我国规模以上饮料制造企业产量达到18140.8万吨，同比下降1.05%。2023年1-11月全国饮料产量16177.7万吨,同比增长4.0%。

数据来源：观研天下整理

从地区分布来看，目前我国饮料产量分布不均衡，主要分布在华南、华东地区。数据显示，2023年1-11月我国华南地区饮料产量最高，占比达到27.08%；其次为华东地区，占比为24.17%。

数据来源：观研天下整理

从省市来看，广东省是饮料产量大省，2023年1-11月累计产量为3660.55万吨，占全国产量22.63%，遥遥领先其他省；其次为四川，产量为1194.9万吨，占比7.39%。

数据来源：观研天下整理

### 三、行业主要细分市场情况

我国饮料产品众多，主要包括包装引用水、即饮茶、碳酸饮料和果汁饮料等。虽然近年来随着健康意识的逐渐加强，茶饮料、无糖饮料等品类“异军突起”，成为多家企业竞争的焦点；同时户外运动的兴起带动了功能性饮料这一小众市场的发展，但包装饮用水，碳酸饮料仍是多数人的心头好，“快乐肥宅水”依然能“打”。

#### 1、包装饮用水

包装饮用水是指密封于符合食品安全标准和相关规定的包装容器中，可供直接饮用的水。根据《食品生产许可分类目录》（2020年版），包装饮用水包括饮用天然矿泉水、饮用纯净水、饮用天然泉水、饮用天然水、其他饮用水。根据食品安全国家标准要求，包装饮用水仅分为饮用天然矿泉水、饮用纯净水和其他饮用水。

近年随着消费升级的趋势，顾客重视饮用水的质量，包装饮用水的家庭需求带动了包装水的销售增长，也带动了我国包装饮用水稳步增长。数据显示，2021年我国包装饮用水产量达到7816万吨，同比增长9.37%；销量达到508.06亿升，总销售额达到1131亿。

数据来源：观研天下整理

目前我国包装饮用水市场仍然处于发展阶段，行业仍在不断扩容，除日常饮用外，更具品质的，带有健康元素的饮用水品类占比不断提升，以家庭为单位的消费场景将成为未来饮用水发展的主流趋势。

同时与发达市场对比，我国包装饮用水零售的消费市场潜力仍有极大的挖掘空间。一是我国的人均包装饮用水零售消费量是世界上最低的国家之一，按目前我国包装饮用水零售产量，人均年消费包装饮用水仅有1.5升，相当于意大利人均消费水平的1%，如果人均消费增加1升，包装饮用水零售产量将比目前增加三分之一。二是随着经济水平的不断提高，城乡消费差别的缩小，包装饮用水的消费市场将由大中城市扩展到中小城市，由旅游流动人口扩大到常驻人口，由富裕家庭到一般家庭。包装饮用水零售消费市场将继续扩大。

#### 2、碳酸饮料

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，主要包括可乐、汽水、雪碧等产品。

近年碳酸饮料因其特有的口感和气泡感，一直深受大众喜爱。但近年来在随着人们健康消费意识的升级下，由于部分碳酸饮料（碳酸饮料中若含有的防腐剂苯甲酸钠，会破坏人体线粒体DNA中的一个重要区域。且除糖类能给人补充能量外，充气的“碳酸饮料”中几乎不含营养素）会导致人体细胞严重受损，人们更加青睐于果汁饮料、茶饮料等健康饮品，使得碳酸饮料市场呈现缓慢增长格局。整体来看，目前我国碳酸饮料市场已经进入成熟期，市场稳步发展，但整体增长缓慢。同时随着健康消费的观念日益深入人心，碳酸饮料市场也呈现出新的发展趋势。数据显示，2020年我国碳酸饮品市场由2014年的788亿元增长至885亿元，年复合增长率仅为1.9%。

产量方面自2017年跌至最低后，我国碳酸饮料类(汽水)产量呈现逐年递增增长。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%。

数据来源：观研天下整理

### 3、功能饮料

功能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。功能饮料的配方成分与其他饮料略有不同，前者含有矿物质、电解质以及其他营养成分，部分运动或能量功能饮料含有咖啡因以及牛磺酸、赖氨酸等氨基酸成分，具有缓解生理性疲劳、振奋精神、提高工作效率和生活质量等功效。

功能饮料是中国饮料市场中增速第二的细分市场，消费者对功能饮料的偏好超过碳酸饮料和果汁饮料。近年随着国内生活节奏的加快，劳累、困乏的生活状态愈发普遍，消费者对于功能饮料的消费需求持续增长，推动国内功能饮料市场规模不断扩大，行业发展前景良好。数据显示，2022年我国功能饮料市场规模达到1337亿元。若按照8.0%的复合年增长率计算，估计2023年我国功能饮料市场规模将突破1400亿元。

数据来源：观研天下整理

未来仍有较大的增长空间。就功能饮料的人均消费量而言，目前我国远低于美国、日本、英国等发达国家。按销售量计算，目前我国功能饮料的人均消费量为9.2升，仅为美国的9.9%，日本的22.4%以及英国的26.9%。人均消费量与可支配收入呈高度正相关。因此功能饮料的人均消费量在未来数年仍有较大增长潜力。从而预计随着功能饮料的人均消费量增长，该市场也将得到较大的增长空间。

### 4、无糖茶饮

近年随着消费者健康意识的愈发增强，拒绝代糖、追求本味的产品正在发展成为未来拓展茶饮市场的主力军：大多数消费者认为无糖的产品更健康，相比于代糖产品，追求茶本身的味道产品，也正在愈发受到消费者的青睐。根据数据显示，2022年，我国无糖茶饮行业市场规模接近80亿元。

数据来源：观研天下整理

而“平平无奇”的茶饮逆袭饮料市场的背后是人们对于健康的日益重视，0糖0脂0卡0添加的概念逐渐走强。另外消费者对于民族文化的热爱也有利于茶文化的发展。国潮的兴起、民族味道的复兴，消费者开始重新认识茶、了解茶、爱上茶，当茶不再是守旧、古板的象征，年轻的用戶不再排斥茶，而更乐于接受、品尝，也为无糖茶提供了一个良好发展的契机。

目前我国无糖茶饮产业已经步入成长期，并已进入快速稳定发展的新阶段。预计随着品类市场进一步成熟，预计到2025年，中国内地无糖茶饮市场规模将突破百亿。（WW）

注：上述信息仅作参考，具体内容请以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国饮料行业现状深度分析与发展前景预测报告（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年中国饮料行业发展概述

#### 第一节 饮料行业发展情况概述

- 一、饮料行业相关定义
- 二、饮料特点分析
- 三、饮料行业基本情况介绍
- 四、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、饮料行业需求主体分析

## 第二节中国饮料行业生命周期分析

- 一、饮料行业生命周期理论概述
- 二、饮料行业所属的生命周期分析

## 第三节饮料行业经济指标分析

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

## 第二章 2019-2023年全球饮料行业市场发展现状分析

### 第一节全球饮料行业发展历程回顾

### 第二节全球饮料行业市场规模与区域分布情况

### 第三节亚洲饮料行业地区市场分析

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

### 第四节北美饮料行业地区市场分析

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

### 第五节欧洲饮料行业地区市场分析

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

### 第六节 2024-2031年世界饮料行业分布走势预测

### 第七节 2024-2031年全球饮料行业市场规模预测

## 第三章 中国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饮料行业的影响分析

### 第三节中国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

### 第四节政策环境对饮料行业的影响分析

### 第五节中国饮料行业产业社会环境分析

## 第四章 中国饮料行业运行情况

### 第一节 中国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 中国饮料行业市场规模分析

#### 一、影响中国饮料行业市场规模的因素

#### 二、中国饮料行业市场规模

#### 三、中国饮料行业市场规模解析

### 第三节 中国饮料行业供应情况分析

#### 一、中国饮料行业供应规模

#### 二、中国饮料行业供应特点

### 第四节 中国饮料行业需求情况分析

#### 一、中国饮料行业需求规模

#### 二、中国饮料行业需求特点

### 第五节 中国饮料行业供需平衡分析

## 第五章 中国饮料行业产业链和细分市场分析

### 第一节 中国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、饮料行业产业链图解

### 第二节 中国饮料行业产业链环节分析

#### 一、上游产业发展现状

#### 二、上游产业对饮料行业的影响分析

#### 三、下游产业发展现状

#### 四、下游产业对饮料行业的影响分析

### 第三节 我国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年中国饮料行业市场竞争分析

### 第一节 中国饮料行业竞争现状分析

#### 一、中国饮料行业竞争格局分析

## 二、中国饮料行业主要品牌分析

### 第二节中国饮料行业集中度分析

#### 一、中国饮料行业市场集中度影响因素分析

#### 二、中国饮料行业市场集中度分析

### 第三节中国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年中国饮料行业模型分析

### 第一节中国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、中国饮料行业SWOT分析结论

### 第三节中国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年中国饮料行业需求特点与动态分析

### 第一节中国饮料行业市场动态情况

## 第二节中国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

## 第三节饮料行业成本结构分析

## 第四节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

## 第五节中国饮料行业价格现状分析

## 第六节中国饮料行业平均价格走势预测

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

## 第九章 中国饮料行业所属行业运行数据监测

### 第一节中国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年中国饮料行业区域市场现状分析

### 第一节中国饮料行业区域市场规模分析

- 一、影响饮料行业区域市场分布的因素
- 二、中国饮料行业区域市场分布

## 第二节中国华东地区饮料行业市场分析

### 一、华东地区概述

### 二、华东地区经济环境分析

### 三、华东地区饮料行业市场分析

#### (1) 华东地区饮料行业市场规模

#### (2) 华东地区饮料行业市场现状

#### (3) 华东地区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、华中地区饮料行业市场分析

#### (1) 华中地区饮料行业市场规模

#### (2) 华中地区饮料行业市场现状

#### (3) 华中地区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、华南地区饮料行业市场分析

#### (1) 华南地区饮料行业市场规模

#### (2) 华南地区饮料行业市场现状

#### (3) 华南地区饮料行业市场规模预测

## 第五节华北地区饮料行业市场分析

### 一、华北地区概述

### 二、华北地区经济环境分析

### 三、华北地区饮料行业市场分析

#### (1) 华北地区饮料行业市场规模

#### (2) 华北地区饮料行业市场现状

#### (3) 华北地区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、东北地区饮料行业市场分析

#### (1) 东北地区饮料行业市场规模

#### (2) 东北地区饮料行业市场现状

#### (3) 东北地区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、西南地区饮料行业市场分析
  - (1) 西南地区饮料行业市场规模
  - (2) 西南地区饮料行业市场现状
  - (3) 西南地区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、西北地区饮料行业市场分析
  - (1) 西北地区饮料行业市场规模
  - (2) 西北地区饮料行业市场现状
  - (3) 西北地区饮料行业市场规模预测

## 第十一章 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年中国饮料行业发展前景分析与预测

#### 第一节 中国饮料行业未来发展前景分析

##### 一、饮料行业国内投资环境分析

##### 二、中国饮料行业市场机会分析

##### 三、中国饮料行业投资增速预测

#### 第二节 中国饮料行业未来发展趋势预测

#### 第三节 中国饮料行业规模发展预测

##### 一、中国饮料行业市场规模预测

##### 二、中国饮料行业市场规模增速预测

##### 三、中国饮料行业产值规模预测

##### 四、中国饮料行业产值增速预测

##### 五、中国饮料行业供需情况预测

#### 第四节 中国饮料行业盈利走势预测

### 第十三章 2024-2031年中国饮料行业进入壁垒与投资风险分析

#### 第一节 中国饮料行业进入壁垒分析

##### 一、饮料行业资金壁垒分析

##### 二、饮料行业技术壁垒分析

##### 三、饮料行业人才壁垒分析

##### 四、饮料行业品牌壁垒分析

##### 五、饮料行业其他壁垒分析

#### 第二节 饮料行业风险分析

##### 一、饮料行业宏观环境风险

##### 二、饮料行业技术风险

##### 三、饮料行业竞争风险

##### 四、饮料行业其他风险

#### 第三节 中国饮料行业存在的问题

#### 第四节 中国饮料行业解决问题的策略分析

### 第十四章 2024-2031年中国饮料行业研究结论及投资建议

#### 第一节 观研天下中国饮料行业研究综述

##### 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

## 第三节饮料行业营销策略分析

- 一、饮料行业产品策略
- 二、饮料行业定价策略
- 三、饮料行业渠道策略
- 四、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/202403/695965.html>