

中国碳酸饮料行业现状深度研究与发展前景分析 报告（2022-2029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《中国碳酸饮料行业现状深度研究与发展前景分析报告（2022-2029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/202206/600257.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

碳酸饮料由大量的食品添加剂构成，有果汁型、可乐型、低热量型、果味型等。我国碳酸饮料工业起步较晚，自上世纪初随着帝国主义对中国的经济侵略，汽水设备和生产技术才进入中国。1927年可口可乐公司在上海及天津设厂生产，打开了中国碳酸饮料的市场；随后百事可乐加入竞争。目前我国碳酸饮料市场仍然是可口可乐和百事可乐的天下。

市场缓慢增长

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。数据显示，2020年我国碳酸饮品市场由2014年的788亿元增长至的885亿元，年复合增长率仅为1.9%。

数据来源：观研天下整理

产量在2017年跌至最低后逐年递增

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：国家统计局，观研天下整理

目前我国碳酸饮料类(汽水)生产地区分布不均衡，主要集中在华东、华南、华中地区。数据显示，2021年我国华东地区碳酸饮料类(汽水)产量为640.47万吨，占比27.4%，是第一大生产地区；其次为华南、华中地区，产量分别为532.49万吨、313.85万吨，占比分别为22.78%、13.43%。

数据来源：国家统计局，观研天下整理

数据来源：国家统计局，观研天下整理

从各省市来看，2021年广东、上海、北京、湖南、河南、山东、福建、浙江、江苏、湖北是我国碳酸饮料类(汽水)产量前十省市。其中广东省是我国碳酸饮料类(汽水)产量第一大省市，产量为469.6万吨。

数据来源：国家统计局，观研天下整理

消费市场依然可观

从消费者市场分析，碳酸饮料的消费人群主要集中在16-25岁，而这部分年轻人追求时尚、潮流，而对营养、健康的诉求则相对会少些，因此，这部分消费群体并不会出现大面积的流

。由此说明碳酸饮料消费市场仍然有着较大的市场。

Z世代来袭

进入2022年以来，尽管国内疫情制约了部分地区消费恢复，但总体上消费市场韧性强、潜力大，消费规模扩大、消费结构升级的总体态势没有改变。另一方面，Z世代不仅成为了中国消费者核心力量，同时也是市场的潮流推动者。数据显示，截至2021年末，中国Z世代人数约为2.6亿，占全国的19%，其中约55%的Z世代依旧在校园中。

而据了解，Z世代不愿被定义和标签化的，他们更渴望表达自我、超越自我，勇于创新 and 变化。。聚焦到食品饮料行业，这一趋势更多地表现为将饮料作为表达个性和价值主张的载体。因此随着Z世代意识的提升，追求个性化、多元化将成为消费市场的主流驱动力。面对新一代消费者的诉求，品牌也需要不断更迭换代，不管是口味、外包装、还是营销手段，都要时刻做出积极响应。例如雪碧敏锐洞察到了这一现实诉求和情绪痛点，结合Z世代消费心理、消费特征和消费方式，确定了“燥不可挡

酷爽以对”的品牌主张并将目标群体的日常联系起来。

产品向无糖化发展

自2014年以来，我国无糖饮料市场呈现稳步上升的发展，直到2018年由元气森林推出了含有气泡的无糖饮料，在消费者健康风潮的趋势下，成功引领了中国无糖饮料市场的火爆。目前行业正处于超高速发展阶段。数据显示，2020年，我国无糖饮料规模达到了117.8亿元，年均复合增长率达到了38.69%。

数据来源：国家统计局，观研天下整理

近年来随着糖尿患者的增长和人们对于健康的不断重视，碳酸饮料也开始发生结构性变化，无糖品类份额逐渐提升，且成为无糖饮料类别中增速最快的类别。据相关数据显示，2017-2019年，碳酸饮料中，无糖品类份额由2.2%增加至6.2%。2014-2020年我国无糖碳酸饮料市场规模从6亿元人民币增长到了66.9亿元人民币，平均年复合增长率为41.13%。

数据来源：观研天下整理（WW）

在此背景下，不论是传统碳酸饮料龙头企业，还是新兴品牌，在看到无糖饮料市场巨大的发展空间后，似乎“跟风”一般涌入无糖饮料市场。仅2020年间，伊然乳矿气泡水、健力宝微泡水、雀巢优活气泡水以及喜小茶气泡水等多款新兴无糖碳酸饮料先后上市。其中喜小瓶气泡水产品类在2020年“双十一

。观研报告网发布的《中国碳酸饮料行业现状深度研究与发展前景分析报告（2022-2029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。

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。

【目录大纲】

第一章 2018-2022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 2018-2022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 2022-2029年世界碳酸饮料行业分布走势预测

第七节 2022-2029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

- 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、全社会消费品零售总额
- 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 2018-2022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 2018-2022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 2018-2022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 2018-2022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

· · · · ·

第十二章 2022-2029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 2022-2029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 2022-2029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、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/202206/600257.html>