

中国功能饮料行业现状深度研究与发展前景分析 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发展前景分析报告（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/202404/704101.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

功能饮料是一类特殊设计的饮品，主要通过调整其中营养素的成分和含量比例，以适应特定人群的营养需求，并能在一定程度上调节人体功能。功能饮料通常包含电解质如钾、钠、钙、镁等，以及维生素、氨基酸、咖啡因等成分，这些成分与人体体液相似，能被身体迅速吸收，有助于补充因运动或其他活动出汗所损失的水分和电解质。

功能饮料人均消费量来看，中国远低于美国、日本、英国等发达国家。按销售量计算，中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。

资料来源：公开资料，观研天下整理

从行业竞争梯队来看，我国功能饮料第一梯队的企业主要是红牛、东鹏特饮、中沃和乐虎等企业；第二梯队的企业主要有战马、XS、魔爪等企业；第三梯队的企业是焕醒源、统一够燃、F6、力保健、外星人、黑卡等。

资料来源：公开资料，观研天下整理

我国功能饮料行业相关企业情况

公司简称	成立时间	企业介绍	竞争优势
红牛	1995-12	红牛(RedBull)是全球最早推出且最成功的能量饮料品牌之一，迄今已有40余年的发展历史，其是奥地利的品牌，源于泰国，与泰国红牛的低定价市场结构相反，中国红牛从一开始就采取高定价策略。中国红牛2022年营业额215亿，养元饮品运营的“红牛维生素牛磺酸饮料”实现营收2.66亿元,同比增长37.54%。泰国红牛中国区总代理拥有广泛的销售渠道和网络，能够将产品迅速铺货到各级市场。此外，总代理还与各大超市、便利店等建立了长期合作关系，确保产品在终端销售中的稳定性。	强大的品牌效应：东鹏特饮作为国产能量饮料的代表，凭借着“不服来战”的口号深入人心，已经成为许多消费者的首选。产品多样化：东鹏特饮不仅生产经典的能量饮料产品，还推出了无糖、低糖以及多种口味的饮料，满足不同消费者的需求。营销策略得当：通过赞助体育赛事、电竞比赛和音乐节等活动，增强了品牌的知名度和影响力。良好的分销渠道：东鹏特饮在全国各大超市、便利店以及电商平台均有销售，分销网络覆盖广泛。
东鹏特饮	1994-06-30	东鹏特饮是深圳市饮料生产企业，产品结构以“东鹏特饮”维生素功能饮料为主导，九制陈皮饮料为辅，纯净水、纸盒装清凉饮料为基础，作为能量饮料的先行者之一，东鹏饮料推陈出新，成功构建“东鹏能量+”品牌矩阵：东鹏特饮、东鹏0糖、东鹏气泡特饮等，2023东鹏母公司东鹏饮料全年总营收约112.63亿元，同比增长32.42%，扣非归母净利润18.7亿元，同比增长38.29%。单2023Q4，总营收同比增长40.88%，扣非归母净利润同比增长27.72%。	
中沃	1999年	河南中沃饮料有限公司成立于1999年，是一家从事高品质饮料生产销售的专业公司。公司坐落于王屋山世界地质公园山脉和济水的	

发源地--河南济源，占地30万平方米，公司员工2000余人，各种管理技术人员300余名，拥有六个厂区，36条现代化生产线，年生产能力可达60万吨。中沃基因——品牌势能强大、国内首创（稀缺）。六大植物——纯植物能量饮料（新品类、大机会、更健康、更放心）。三不添加——不添加人工合成咖啡因、不添加防腐剂、不添加色素。玻璃瓶装——高端大气，厚重、粗犷、豪壮。激发豪情——不再单纯讲究外观、容量，更注重激发身体的潜在力量。乐虎 2017-11-22 福建达利集团推出的“乐虎”通过了国家食品药品监督管理局严格审查并获得“保健食品批准证书”，获准使用“功能饮料”名称，是真正的功能饮料，在国内，获得此资质的企业仅少数几家。“乐虎”生产过程已通过GMP标准认证。本土饮料企业发展初具规模并以其知名品牌获得消费者喜爱。消费者需求多元化为饮料新产品开发提供广阔的市场空间。随着社会的进步和生活水平的不断提高，消费者开始更多关注自我发展，主要表现为对饮料产品的营养成分以及是否天然健康、绿色环保和时尚品位等更高层面的心理需求。日益细分化的消费群体为饮料企业开展目标营销提供机会。不同饮料群体有着不同的饮料消费需求，这些差异表现在对口味、品牌、价格、包装、促销和广告风格等一切消费者接触产品及信息的领域。

资料来源：公开资料、观研天下整理

市占率来看，当前仍旧是红牛市场占比较高，其市占率约为52%；其次则是东鹏饮料，市场占有率约为11%；而脉动市占率比约为8%。当前我国能量饮料同质化严重，市场竞争壁垒较弱，且近两年健力宝（超得能）、元气森林（大魔王）、百威、中石油等也纷纷布局能量饮料赛道，未来我国能量饮料行业的竞争将会更加激烈，赛道也会愈发拥挤。

资料来源：公开资料、观研天下整理

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发展前景分析报告（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) 华南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/202404/704101.html>