

2022年中国无糖饮料行业分析报告- 行业竞争现状与前景评估预测

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《2022年中国无糖饮料行业分析报告-行业竞争现状与前景评估预测》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://baogao.chinabaogao.com/yinliao/524596524596.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

无糖饮料是指不含蔗糖即淀粉水解的糖类，如葡萄糖、麦芽糖、果糖等等的饮料，一般采用糖醇和低聚糖等不升高血糖浓度的甜味剂作为糖的替代品。目前市面上的无糖饮料主要可分为四类，分别是无糖碳酸饮料、无糖茶饮料、无糖咖啡饮料以及无糖植物饮料。

无糖饮料产品分类

数据来源：公开资料整理 我国无糖饮料的发展始于2002年，统一无糖茶饮料“茶里王”在中国大陆上市；2011年国内各个品牌的无糖饮料产品均销量不佳，行业进入蛰伏期；到2014年，随着元气森林的无糖气泡水销量暴增，大量品牌推出无糖饮料产品，行业开始进入高速发展阶段。

中国无糖饮料发展历程

数据来源：公开资料整理 我国整体饮料产量从2014年到2016年持续增长，随后开始下降，到2018年饮料产量降至15679.2万吨，同比下降13%；2019年中国饮料产量有所回升，达到17763.5万吨，同比增长13%；2020年1-10月中国饮料产量为14010.8万吨，较去年同期下降8%。

2014-2020年1-10月中国饮料产量及同比增长

数据来源：国家统计局 无糖饮料属于饮料的一种，近年来随着人们健康理念的转变，大众在追求口味的同时也开始在意产品对于健康的影响。根据数据显示，中国无糖饮料行业市场规模从2014年的16.6亿元增长至2018年的67.2亿元，复合年增长率为41.85%；到2019年中国无糖饮料市场规模达到98.7亿元，同比增长46.88%；预计到2020年中国无糖饮料行业市场规模将达117.8亿元。

2014-2020年中国无糖饮料市场规模

数据来源：公开资料整理 我国无糖饮料市场主要包括无糖茶饮料和无糖碳酸饮料，其中无糖碳酸饮料发展速度较快，市场规模从2014年的6亿元增长至2019年的54.6亿元，复合年增长率达到55.53%，2019年占比整体规模的55.32%；无糖茶饮料市场规模从2014年的10.2亿元增长至2019年的42.3亿元，复合年增长率为32.91%，2019年占比为42.86%；在2019年，其他无糖饮料市场规模仅占比1.8%。

2014-2019年中国无糖饮料市场规模占比

数据来源：公开资料整理 在2020年中国无糖饮料市场中，各个品牌又推出不少新品。无糖茶饮料方面，康师傅、雀巢、统一、元气森林、可口可乐均有新产品出现，价格在4.5~9元之间，容量在500ML左右。无糖气泡水方面，百事与康师傅联合推出依维世苏打水，元气森林、喜茶、雀巢、健力宝、伊利也纷纷产出新品，价格在2.5~7元之间，容量在330~500ML左右。

2020年中国无糖茶新品

公司

品牌

产品

特点

单价(元)

容量(ml)

康师傅

康师傅

冷泡绿茶、茉莉花茶

原味茶。严选海拔800米高山云实茶、上品绿茶和茉莉夏花初蕾，低温冷萃，取第一泡原萃茶汤、清香回甘、富含茶氨酸，口糖。

4.6

500

雀巢

银莺/山云茶画

正山小种、大红袍、四季春

挑选福建武夷山和安溪名茶，原叶萃取，定住"手边名茶"。0糖。

8.5

450

统一

茶霸

茉莉花茶、铁观音茶、乌龙茶

真茶萃取、0蔗糖。茉莉花茶和铁观音茶添加赤藓糖醇、三氯蔗糖、安赛蜜

7.3

500

元气森林

燃茶(乌龙)

桃香、醇香、玄米、草莓茉莉

挑选安溪黄金桂作为乌龙茶原料，高温萃取、高温烘培；0蔗糖，添加赤藓糖醇和聚葡萄糖（膳食纤维）。桃香、玄米、草莓茉莉燃茶添加食用香精。

5.8

500

可口可乐

淳茶舍/亮茶

杞子乌龙茶

无糖功能茶，精选原片茶叶，每瓶含6.5克枸杞。0糖。

6.4

500

数据来源：公开资料整理

2020年中国无糖气泡水新品

公司

品牌

产品

特点

单价(元)

容量(ml)

百事、康师傅

依维世

苏打水

0糖,简单清爽。

2.6

330

元气森林

苏打气泡水

乳酸菌味、莱姆淡姜味。

甜味来自赤藓糖醇和三氯蔗糖，添加食用香精。乳酸菌味添加乳清发酵液。

6.7

480

喜茶

喜小茶

西柚绿妍茶、桃桃乌龙茶、葡萄绿妍茶风味

甜味来自赤藓糖醇和三氯蔗糖，添加抗性糊精(膳食纤维)。

5.5

410

雀巢

雀巢优活

冰极青柠、蓝莓黑加仑

含维生素，0蔗糖,甜味来自赤藓糖醇和甜菊糖苷，含食用香精。

5

450

健力宝

微泡水

白桃樱桃风味、莫吉托风味

0蔗糖，添加赤藓糖醇、三氯蔗糖、聚葡萄糖(膳食纤维)，含食用香精。

4.7

500

伊利

伊然、乳矿气泡水

黄瓜味、百香果味、蜜轴科若娜风味

0糖，含钙、添加真实果汁和黄瓜汁。

5

480

数据来源：公开资料整理 在2020年5月我国无糖饮料行业品牌中，元气森林销售额占比排名第一，达到39%；其次是冠芳和oatly，销售额分别占比8%、4%；其他品牌销售额占比均在4%以下。其中元气森林、可口可乐以及农夫山泉的销售额同比增幅达到300%以上；排名第五的天地精华销售额则有所下降，同比下降11%。

2020年5月中国无糖饮料品牌销售额排行榜TOP10

数据来源：公开资料整理（LJ）

观研报告网发布的《2022年中国无糖饮料行业分析报告-行业竞争现状与前景评估预测》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。

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年中国无糖饮料行业发展概述

第一节 无糖饮料行业发展情况概述

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

第二节 中国无糖饮料行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、无糖饮料行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - (1) 沟通协调机制
 - (2) 风险分配机制
 - (3) 竞争协调机制
- 四、中国无糖饮料行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国无糖饮料行业生命周期分析

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

第四节 无糖饮料行业经济指标分析

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

第五节 中国无糖饮料行业进入壁垒分析

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

第二章2018-2022年全球无糖饮料行业市场发展现状分析

第一节 全球无糖饮料行业发展历程回顾

第二节 全球无糖饮料行业市场区域分布情况

第三节 亚洲无糖饮料行业地区市场分析

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

第四节 北美无糖饮料行业地区市场分析

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

第五节 欧洲无糖饮料行业地区市场分析

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

第六节2022-2027年世界无糖饮料行业分布走势预测

第七节2022-2027年全球无糖饮料行业市场规模预测

第三章 中国无糖饮料产业发展环境分析

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 中国无糖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

第三节 中国无糖饮料产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国无糖饮料行业运行情况

第一节 中国无糖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 中国无糖饮料行业市场规模分析

第三节 中国无糖饮料行业供应情况分析

第四节 中国无糖饮料行业需求情况分析

第五节 我国无糖饮料行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第六节 中国无糖饮料行业供需平衡分析

第七节 中国无糖饮料行业发展趋势分析

第五章 中国无糖饮料所属行业运行数据监测

第一节 中国无糖饮料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 中国无糖饮料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 中国无糖饮料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

第六章2018-2022年中国无糖饮料市场格局分析

第一节 中国无糖饮料行业竞争现状分析

一、中国无糖饮料行业竞争情况分析

二、中国无糖饮料行业主要品牌分析

第二节 中国无糖饮料行业集中度分析

一、中国无糖饮料行业市场集中度影响因素分析

二、中国无糖饮料行业市场集中度分析

第三节 中国无糖饮料行业存在的问题

第四节 中国无糖饮料行业解决问题的策略分析

第五节 中国无糖饮料行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章2018-2022年中国无糖饮料行业需求特点与动态分析

第一节 中国无糖饮料行业消费市场动态情况

第二节 中国无糖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 无糖饮料行业成本结构分析

第四节 无糖饮料行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国无糖饮料行业价格现状分析

第六节 中国无糖饮料行业平均价格走势预测

一、中国无糖饮料行业价格影响因素

二、中国无糖饮料行业平均价格走势预测

三、中国无糖饮料行业平均价格增速预测

第八章2018-2022年中国无糖饮料行业区域市场现状分析

第一节 中国无糖饮料行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区无糖饮料市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区无糖饮料市场规模分析

四、华东地区无糖饮料市场规模预测

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、华中地区无糖饮料市场规模分析

四、华中地区无糖饮料市场规模预测

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、华南地区无糖饮料市场规模分析

四、华南地区无糖饮料市场规模预测

第五节 华北地区无糖饮料市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区无糖饮料市场规模分析

四、华北地区无糖饮料市场规模预测

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、东北地区无糖饮料市场规模分析

四、东北地区无糖饮料市场规模预测

第七节 西部地区市场分析

一、西部地区概述

二、西部地区经济环境分析

三、西部地区无糖饮料市场规模分析

四、西部地区无糖饮料市场规模预测

第九章2018-2022年中国无糖饮料行业竞争情况

第一节 中国无糖饮料行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国无糖饮料行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国无糖饮料行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 无糖饮料行业企业分析（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、公司优劣势分析

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、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章2022-2027年中国无糖饮料行业发展前景分析与预测

第一节 中国无糖饮料行业未来发展前景分析

一、无糖饮料行业国内投资环境分析

二、中国无糖饮料行业市场机会分析

三、中国无糖饮料行业投资增速预测

第二节 中国无糖饮料行业未来发展趋势预测

第三节 中国无糖饮料行业市场发展预测

一、中国无糖饮料行业市场规模预测

二、中国无糖饮料行业市场规模增速预测

三、中国无糖饮料行业产值规模预测

四、中国无糖饮料行业产值增速预测

五、中国无糖饮料行业供需情况预测

第四节 中国无糖饮料行业盈利走势预测

一、中国无糖饮料行业毛利润同比增速预测

二、中国无糖饮料行业利润总额同比增速预测

第十二章2022-2027年中国无糖饮料行业投资风险与营销分析

第一节 无糖饮料行业投资风险分析

一、无糖饮料行业政策风险分析

二、无糖饮料行业技术风险分析

三、无糖饮料行业竞争风险

四、无糖饮料行业其他风险分析

第二节 无糖饮料行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章2022-2027年中国无糖饮料行业发展战略及规划建议

第一节 中国无糖饮料行业品牌战略分析

- 一、无糖饮料企业品牌的重要性
- 二、无糖饮料企业实施品牌战略的意义
- 三、无糖饮料企业品牌的现状分析
- 四、无糖饮料企业的品牌战略
- 五、无糖饮料品牌战略管理的策略

第二节 中国无糖饮料行业市场的关键客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国无糖饮料行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章2022-2027年中国无糖饮料行业发展策略及投资建议

第一节 中国无糖饮料行业产品策略分析

- 一、服务/产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国无糖饮料行业营销渠道策略

- 一、无糖饮料行业渠道选择策略
- 二、无糖饮料行业营销策略

第三节 中国无糖饮料行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国无糖饮料行业重点投资区域分析

二、中国无糖饮料行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yinliao/524596524596.html>