

中国功能饮料行业发展现状研究与投资前景预测 报告（2025-2032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《中国功能饮料行业发展现状研究与投资前景预测报告（2025-2032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：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202510/767110.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: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

前言：

近年来，在居民人均可支配收入提升、健康意识增强及消费场景拓展等多重因素驱动下，我国功能饮料行业发展势头强劲，销量与市场规模不断上升。从市场结构看，行业呈现“能量饮料主导、运动饮料占比提升”的鲜明特征，其中运动饮料以9.66%的年均增速成为增长亮点。渠道布局上，线下仍为核心销售阵地，同时线上渠道份额逐步提升，渠道结构持续优化。

竞争格局方面，2022-2024年行业集中度不断提高，头部企业优势愈发稳固，其中东鹏饮料自2021年起便保持销量领先，2024年仍稳居行业第一。值得注意的是，我国人均功能饮料消费量远低于美国、德国、日本等发达国家，市场未来增长潜力显著。

1.多重因素驱动下，我国功能饮料行业发展势头强劲，销量和市场规模不断扩大

功能饮料指含有特定成分，作用于人体特定身体机能的软饮制品，主要包括能量饮料、运动饮料及其他功能饮料。近年来，在居民人均可支配收入增长、公众健康意识增强、运动健身人群规模扩大、产品消费场景拓展和销售渠道日益完善，以及企业积极开展营销推广和 product 创新等多重因素推动下，我国功能饮料行业呈现出强劲的发展态势，销量与市场规模不断上升。数据显示，2019-2024年，我国功能饮料销量由2019年的89亿升增长至2024年的139亿升，年复合增长率约为9.33%；与此同时，其市场规模由1119亿元增长至1665亿元，年复合增长率约为8.27%。

我国功能饮料行业发展驱动因素分析 驱动因素 详情 居民人均可支配收入持续增长 随着经济不断发展和人们生活水平提高，我国居民人均可支配收入不断增长，为功能饮料市场提供了坚实的消费基础。居民购买力提升，消费者在选择饮品时不仅关注基本解渴功能，更愿意为产品带来的附加功能价值（如提神、补充营养等）支付溢价，为功能饮料市场的产品升级与价值提升创造了有利条件。 公众健康意识不断增强 消费者日益重视饮食对身体健康的影响，功能饮料因其能够针对性地补充能量、电解质或营养素，契合了公众对健康管理的需求，从普通软饮中脱颖而出，成为特定场景下的主动选择。 消费场景不断拓展 功能饮料的消费场景已从传统的加班、熬夜、运动后等“疲劳恢复”场景，延伸至工作会议、学习备考、电竞娱乐、户外旅行等多种场合。场景拓展带动消费群体从原先以司机、工人、健身爱好者等体能消耗较大人群为主，扩大至白领、学生、电竞玩家等更广泛群体。消费场景的多元化直接推动了购买频次的提升和消费群体的扩大，为行业带来了持续增长的市场空间，同时促使企业针对不同场景开发细分产品，进一步推动行业向精细化、专业化方向发展。

运动健身人群规模扩大 健身与运动人群壮大，带动了运动饮料和能量饮料作为运动前后能量与电解质补充的常态化消费，为功能饮料品类提供了显著且持续增长的核心消费群体。

销售渠道日益完善 功能饮料销售渠道体系持续完善，目前已形成涵盖传统商超、便利店、

餐饮门店、加油站商店、健身房及自动贩卖机等线下触点，并结合电商平台、社交电商、社区团购等线上渠道的多元化分销网络。这一立体化的渠道布局显著提升了产品的终端可见度与消费便利性，有效实现对不同区域、不同消费习惯人群的广泛覆盖，为市场渗透与销售增长提供了有力支撑。企业积极开展营销推广 企业通过明星代言、体育赛事赞助、社交媒体互动等方式加强消费者沟通，提升消费者对功能饮料的认知与接受度，同时强化品牌形象，增强用户黏性。企业持续推进产品创新 为适应不断细分的市场需求，企业在口味、配方（如低糖、零卡、添加天然营养成分）和包装形态（如迷你罐、共享装）等方面持续创新，有效吸引新客群并提高老顾客的复购意愿。

资料来源：公开资料、观研天下整理

数据来源：东鹏饮料招股说明书、沙利文、观研天下整理

数据来源：东鹏饮料招股说明书、沙利文、观研天下整理

2.能量饮料主导功能饮料市场，运动饮料增长亮眼且占比提升

近年来，我国功能饮料行业整体呈现出“能量饮料主导，运动饮料占比提升”的发展格局。其中，能量饮料作为我国功能饮料市场的核心品类，长期占据主导地位。2019-2024年，其市场规模实现稳步增长，从770亿元逐步提升至1114亿元，在功能饮料整体市场中的占比始终保持在65%以上。不过，受其他细分品类增长的分流影响，能量饮料的市场规模占比整体呈缓慢下滑趋势，从2019年的68.81%微降至2024年的66.91%。

作为市场第二大细分品类，运动饮料的增长表现尤为亮眼，成为推动功能饮料市场结构变化的重要力量。2019年其市场规模为345亿元，到2024年已跃升至547亿元，年均复合增长率达9.66%——这一增速不仅高于能量饮料7.67%的水平，也超过了功能饮料行业整体8.27%的增速。与此同时，运动饮料市场规模占比从2019年的30.83%上升至2024年的32.85%。

数据来源：东鹏饮料招股说明书、沙利文、观研天下整理

数据来源：东鹏饮料招股说明书、沙利文、观研天下整理

3.功能饮料销售长期以线下渠道为主，线上市场份额逐渐提升

功能饮料因能快速补给能量、水分、电解质及其他营养元素，即时性消费特点突出；且产品重量大，线上销售还需额外承担包装防护与快递费用，成本压力显著，因此销售长期以线下渠道为主。2019-2024年，传统商超、便利店、餐饮门店、加油站商店、健身房及自动贩卖机等线下渠道的市场份额始终维持在95%以上。相较于线下，线上渠道销售占比虽低，但近年来呈逐步提升态势，市场份额从2019年的2.77%稳步增长至2024年的3.48%，渠道结构持续优化。

数据来源：东鹏饮料招股说明书、沙利文、观研天下整理

4.功能饮料行业集中度提升，东鹏饮料销量持续领跑

头部企业凭借多年积累的经营优势，在我国功能饮料市场中占据主导地位。它们依托规模化生产带来的成本控制能力、长期沉淀的品牌影响力，以及覆盖商超、便利店、加油站等多场景的深度销售网络，持续抢占市场份额，推动行业资源不断向头部集中。

数据显示，以销量为统计维度，我国功能饮料行业前五大企业的市场份额由2022年的57.8%增加至2024年的61.6%，行业集中度不断提高，头部企业的主导地位愈发稳固。具体到企业竞争格局，东鹏饮料的表现亮眼，自2021年起便在我国功能饮料行业中保持销量第一的领先地位，2024年其销量份额约为26.3%，较排名第二的华彬集团高出14.5个百分点。

数据来源：东鹏饮料招股说明书等、观研天下整理

5.我国人均功能饮料消费量偏低，未来增长潜力显著

相比美国、德国和日本等发达国家，我国人均功能饮料消费量仍处于偏低水平，存在显著的市场增长空间。从具体数据来看，2024年我国人均功能饮料年消费量为9.9升，而同期美国的人均消费量已达到54.9升，德国为20.1升，日本为21.9升，这一差距直观反映出我国功能饮料市场尚未完全释放潜力。

数据来源：东鹏饮料招股说明书、沙利文、观研天下整理

展望未来，随着居民对功能饮料认知度的不断加深、消费场景的持续拓展以及健康能量补充需求的稳步增长，我国人均功能饮料消费量预计将进入持续上升通道，到2029年有望提升至16.2升。在此推动下，预计2029年我国功能饮料市场规模可达到2810亿元，在2024-2029年期间将实现11.03%的年均复合增长率。

数据来源：东鹏饮料招股说明书、沙利文、观研天下整理（WJ）

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《中国功能饮料行业发展现状研究与投资前景预测报告（2025-2032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：

【第一部分 行业定义与监管】

第一章 2020-2024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 中国 功能饮料 行业监管分析

第一节 中国 功能饮料 行业监管制度分析

一、行业主要监管体制

二、行业准入制度

第二节 中国 功能饮料 行业政策法规

一、行业主要政策法规

二、主要行业标准分析

第三节 国内监管与政策对 功能饮料 行业的影响分析

【第二部分 行业环境与全球市场】

第三章 2020-2024年中国 功能饮料 行业发展环境分析

第一节 中国宏观环境与对 功能饮料 行业的影响分析

一、中国宏观经济环境

二、中国宏观经济环境对	功能饮料	行业的影响分析	
第二节 中国社会环境与对	功能饮料	行业的影响分析	
第三节 中国对外贸易环境与对	功能饮料	行业的影响分析	
第四节 中国	功能饮料	行业投资环境分析	
第五节 中国	功能饮料	行业技术环境分析	
第六节 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	
第七节 中国	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	
第四章 2020-2024年全球	功能饮料	行业发展现状分析	
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 2025-2032年全球	功能饮料	行业分布	走势预测
第七节 2025-2032年全球	功能饮料	行业市场规模预测	
【第三部分 国内现状与企业案例】			
第五章 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
第六节 中国 功能饮料	行业存在的问题与解决策略分析
第六章 中国 功能饮料	行业产业链及细分市场分析
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 中国 功能饮料	行业细分市场分析
一、细分市场一	
二、细分市场二	
第七章 2020-2024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		
第八章 2020-2024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、SWOT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		
第九章 2020-2024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	2025-2032年中国 功能饮料	行业价格影响因素与走势预测
第十章	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	
第十一章	2020-2024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)	华东地区 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

(1) 华中地区 功能饮料

(2) 华中地区 功能饮料

(3) 华中地区 功能饮料

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

(1) 华南地区 功能饮料

(2) 华南地区 功能饮料

(3) 华南地区 功能饮料

第五节 华北地区 功能饮料

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

(1) 华北地区 功能饮料

(2) 华北地区 功能饮料

(3) 华北地区 功能饮料

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

(1) 东北地区 功能饮料

(2) 东北地区 功能饮料

(3) 东北地区 功能饮料

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

(1) 西南地区 功能饮料

(2) 西南地区 功能饮料

(3) 西南地区 功能饮料

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

行业市场分析

行业市场规模

行业市场现状

行业市场规模预测

行业市场分析

行业市场规模

行业市场现状

行业市场规模预测

行业市场分析

行业市场分析

行业市场规模

行业市场现状

行业市场规模预测

行业市场分析

行业市场规模

行业市场现状

行业市场规模预测

行业市场分析

行业市场规模

行业市场现状

行业市场规模预测

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	
第九节 2025-2032年中国	功能饮料	行业市场规模区域分布	预测
第十二章	功能饮料	行业企业分析（随数据更新可能有调整）	
第一节 企业一			
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 企业二			
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			
第三节 企业三			
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

第四节 企业四

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

第五节 企业五

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

第六节 企业六

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

第七节 企业七

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

第八节 企业八

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

第九节 企业九

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

第十节 企业十

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

【第四部分 展望、结论与建议】

第十三章 2025-2032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、中国 功能饮料 行业市场机会分析

二、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

第十四章 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、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 行业品牌营销策略分析

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 行业推广策略

第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202510/767110.html>