2024-2030年中国能量饮料行业市场发展规模及市场前景趋势报告

报告大纲

智研咨询
www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国能量饮料行业市场发展规模及市场前景趋势报告》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.chyxx.com/research/202201/991789.html

报告价格：电子版: 9800元　纸介版：9800元　电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联 系 人: 刘老师

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

由智研咨询专家团队精心编制的《2024-2030年中国能量饮料行业市场发展规模及市场前景趋势报告》（以下简称《报告》）重磅发布，《报告》旨在从国家经济及产业发展的战略入手，分析能量饮料行业未来的市场走向，挖掘能量饮料行业的发展潜力，预测能量饮料行业的发展前景，助力能量饮料业的高质量发展。
报告从2022年全国能量饮料产业基本情况、市场竞争格局、发展前景等角度，系统、客观的对我国能量饮料行业发展运行进行了深度剖析，展望2023年中国能量饮料行业发展趋势。《报告》是系统分析2022年度中国能量饮料行业发展状况的著作，对于全面了解中国能量饮料行业的发展状况、开展与能量饮料行业发展相关的学术研究和实践，具有重要的借鉴价值，可供从事能量饮料行业相关的政府部门、科研机构、产业企业等相关人员阅读参考。
能量饮料是一种能够提供快速能量的饮品，它主要由咖啡因、牛磺酸、维生素B群、矿物质和糖分等成分组成，能够起到提神、增加注意力和体力、缓解疲劳等作用，能量饮料按照产品功效和配方不同可以分为具有醒脑功能的能量饮料、具有增强体力和耐力的能量饮料、具有调节免疫功能的能量饮料、具有促进新陈代谢的能量饮料等。

能量饮料在中国市场虽起步较晚，但发展迅速，已成为饮料中增速最快的细分品类之一，2021年中国能量饮料产销量达943万吨和922万吨，零售均价为11元/千克，市场规模达1014亿元，其中，线下渠道占91.56%，线上渠道占8.44%，虽然近年来中国能量饮料市场发展迅猛，但欧美等发达国家相比，中国能量饮料人均消费量仍然处于较低水平，未来增长空间十分巨大，预计2023年中国能量饮料销量将达到1289万吨，市场规模将达到1312亿元。

近年来，随着中国经济的发展，老百姓温饱问题已经解决，越来越重视身体健康，从而也认识到运动和体能的重要性，因此解决运动和体能问题就显得尤为重要了，在经历了长期的平稳发展之后，中国能量饮料市场近年来进入了快速增长期，众多厂家纷纷推出自己的能量饮料新品，包括东鹏饮料、达利食品等，2021年红牛约占中国能量饮料市场份额的43.6%，东鹏特饮占13.0%，乐虎占7.5%，目前，中国能量饮料市场竞争十分激烈。

随着人们健康意识的日益增强，消费者越来越需要天然、美味、健康的产品，天然、绿色、健康、低热量的果汁、茶/咖啡、草本、减糖能量饮料新品类逐渐流行，中国能量饮料市场目前正经历着健康、低糖化和天然化的趋势。

《2024-2030年中国能量饮料行业市场发展规模及市场前景趋势报告》内容丰富、数据翔实、亮点纷呈。是智研咨询重要研究成果，是智研咨询引领行业变革、寄情行业、践行使命的有力体现，更是能量饮料领域从业者把脉行业不可或缺的重要工具。智研咨询已经形成一套

完整、立体的智库体系，多年来服务政府、企业、金融机构等，提供科技、咨询、教育、生态、资本等服务。

报告目录：

第1章 能量饮料行业界定及发展环境剖析
1.1 能量饮料行业的界定及统计说明
1.1.1 软饮料界定
（1）软饮料的界定
（2）软饮料的分类
1.1.2 能量饮料界定
（1）能量饮料的界定
（2）能量饮料的分类
1.2 中国能量饮料行业政策环境
1.2.1 行业监管体系及机构介绍
1.2.2 行业标准体系建设现状
1.2.3 行业发展相关政策规划汇总及解读
（1）行业发展相关政策汇总
（2）行业发展相关规划汇总
1.2.4 行业重点政策规划解读
1.2.5 政策环境对行业发展的影响分析
1.3 中国能量饮料行业经济环境
1.3.1 宏观经济发展现状
1.3.2 宏观经济发展展望
1.3.3 行业发展与宏观经济相关性分析
1.4 中国能量饮料行业社会环境
1.4.1 居民消费观念的升级
1.4.2 居民收入及支出促进需求
1.4.3 消费行为转变拉动需求
1.5 中国能量饮料行业技术环境

第2章 全球能量饮料行业发展现状及趋势前景预测
2.1 全球能量饮料行业发展现状
2.1.1 全球能量饮料行业发展历程
2.1.2 全球能量饮料行业发展特征

2.1.3 全球能量饮料市场规模分析
2.1.4 全球能量饮料竞争格局分析
2.1.5 全球能量饮料区域分布情况
2.2 主要国家能量饮料行业发展分析
2.2.1 美国能量饮料行业发展分析
2.2.2 欧洲能量饮料行业发展分析
2.3 全球主要能量饮料企业发展分析
2.3.1 红牛（RED BULL）
2.3.2 怪兽饮料公司（MONSTER ENERGY）
2.4 全球能量饮料行业发展前景预测

第3章 中国能量饮料行业发展现状与发展机会分析
3.1 中国能量饮料行业发展历程及市场特征
3.1.1 中国能量饮料行业发展历程分析
3.1.2 中国能量饮料行业状态描述总结
3.1.3 中国能量饮料行业经济特性分析
3.2 中国能量饮料行业供需现状分析
3.2.1 中国能量饮料行业供给情况分析
3.2.2 中国能量饮料行业需求情况分析
3.2.3 中国能量饮料品牌价格水平对比
3.3 中国能量饮料行业经营现状分析
3.3.1 中国能量饮料所属行业市场规模分析
3.3.2 中国能量饮料所属行业销售渠道分析
3.3.3 中国能量饮料所属行业盈利能力分析
3.4 中国能量饮料行业发展机会与威胁

第4章 中国能量饮料行业竞争状态及市场格局分析
4.1 能量饮料行业波特五力模型分析
4.1.1 行业现有竞争者分析
4.1.2 行业潜在进入者威胁
4.1.3 行业替代品威胁分析
4.1.4 行业供应商议价能力分析
4.1.5 行业购买者议价能力分析
4.1.6 行业竞争情况总结
4.2 能量饮料行业投融资、兼并与重组分析

4.2.1 行业投融资发展状况
4.2.2 行业兼并与重组状况
4.3 能量饮料行业市场进入与退出壁垒
4.4 能量饮料行业市场格局及集中度分析
4.4.1 中国能量饮料行业市场竞争格局
4.4.2 中国能量饮料行业市场集中度分析

第5章 中国能量饮料产业链代表性企业案例研究
5.1 中国能量饮料产业链代表性企业发展布局对比
5.2 中国传统能量饮料代表性企业案例研究
5.2.1 东鹏特饮——东鹏饮料（集团）股份有限公司
（1）企业发展历程及基本信息
（2）企业经营情况分析
（3）企业主营业务及销售渠道
（4）企业能量饮料业务布局
（5）企业发展能量饮料业务的优劣势分析
5.2.2 乐虎——达利食品集团有限公司
（1）企业发展历程及基本信息
（2）企业经营情况分析
（3）企业主营业务及销售渠道
（4）企业能量饮料业务布局
（5）企业发展能量饮料业务的优劣势分析
5.2.3 日加满——日加满饮品（上海）有限公司
（1）企业发展历程及基本信息
（2）企业经营情况分析
（3）企业主营业务及销售渠道
（4）企业能量饮料业务布局
（5）企业发展能量饮料业务的优劣势分析
5.2.4 战马——战马（北京）饮料有限公司
（1）企业发展历程及基本信息
（2）企业经营情况分析
（3）企业主营业务及销售渠道
（4）企业能量饮料业务布局
（5）企业发展能量饮料业务的优劣势分析
5.2.5 力保健——上海大正力保健有限公司

（1）企业发展历程及基本信息
（2）企业经营情况分析
（3）企业主营业务及销售渠道
（4）企业能量饮料业务布局
（5）企业发展能量饮料业务的优劣势分析
5.2.6 红牛——红牛维他命饮料（湖北）有限公司
（1）企业发展历程及基本信息
（2）企业经营情况分析
（3）企业主营业务及销售渠道
（4）企业能量饮料业务布局
（5）企业发展能量饮料业务的优劣势分析
5.2.7 卡拉宝——广州卡拉宝饮料有限公司
（1）企业发展历程及基本信息
（2）企业经营情况分析
（3）企业主营业务及销售渠道
（4）企业能量饮料业务布局
（5）企业发展能量饮料业务的优劣势分析

第6章 中国能量饮料行业市场前瞻及投资策略建议
6.1 中国能量饮料行业发展潜力评估
6.1.1 行业所处生命周期阶段识别
6.1.2 行业发展驱动与制约因素总结
6.1.3 行业发展潜力评估
6.2 中国能量饮料行业发展前景预测
6.3 中国能量饮料行业发展趋势预判
6.4 中国能量饮料行业投资价值评估
6.5 中国能量饮料行业投资机会分析
6.6 中国能量饮料行业投资风险预警
6.7 中国能量饮料行业投资策略与建议
6.8 中国能量饮料行业可持续发展建议

图表目录：部分

图表1：2019-2023年全球能量饮料市场规模
图表2：全球主要市场能量饮料领先品牌和主打产品
图表3：2023年全球能量饮料区域分布情况

图表4：2019-2023年我国能量饮料产量统计
图表5：2019-2023年我国能量饮料需求量走势
图表6：各品牌能量饮料价格对比
图表7：2019-2023年我国功能饮料及主要细分品类市场规模走势
图表8：2023年中国能量饮料行业主要品牌终端份额测算（以零售额计）
图表9：2024-2030年中国能量饮料市场规模预测
更多图表见正文……

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/202201/991789.html