

中国功能饮料行业发展趋势研究与未来前景分析 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趋势研究与未来前景分析报告（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：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202506/754463.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，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

维生素功能饮料是指通过调整饮料中营养素（营养成分为各种维生素组成）的成分和含量比例，在一定程度上调节人体功能的饮料，消费者也称为维生素饮料。维生素功能饮料的成分中含有牛磺酸和咖啡因，兼具成瘾性和功能性。

维生素功能饮料和其他饮料对比 分类 定义 成分 代表产品 维生素功能饮料 通过调整饮料中营养素（营养成分为各种维生素组成）的成分和含量比例，在一定程度上调节人体功能的饮料 牛磺酸、咖啡因、赖氨酸、烟酰胺、B族维生素 红牛、东鹏特饮、乐虎、体质能量等运动饮料

营养素成分和含量可以适应运动员或者体育锻炼人群运动生理特点、特殊营养需要的饮料 电解质、维生素、氨基酸 宝矿力水特、佳得乐 营养素饮料 含有人体日常所需的维生素和矿物质，并有保健功效的饮料 脉动、外星人 硒、锗、铬等微量元素

资料来源：国际饮料行业协会，观研天下数据中心整理

维生素功能饮料在成分中含有牛磺酸和咖啡因，其他饮料不含该成分，这些成分可以满足人们缓解疲劳，补充体力，提高注意力等诉求。

维生素功能饮料各成分功效 成分 功效 牛磺酸 可与胰岛素受体结合，增强胰岛素的作用，促进细胞摄取和利用葡萄糖，产生能量；保护心肌维持心脏功能，使血液循环正常，从而消除疲劳生成物 咖啡因 抑制大脑中的腺苷受体，加速多巴胺能和胆碱能神经传递，进而提升大脑灵敏度、提高神经兴奋性 赖氨酸 抑制大脑中的腺苷受体，加速多巴胺能和胆碱能神经传递，进而提升大脑灵敏度、提高神经兴奋性 维生素B6

参与多种代谢途径，与抗疲劳相关功能包括加速肝糖原分解成葡萄糖，促进辅酶 A 的合成 维生素B12 功能广泛，参与代谢途径极多。与抗焦虑，集中注意力和记忆力，增强平衡感 肌醇

结构与葡萄糖相似，以磷脂形式存在于动物体内。参与多种信号通路传导和能量代谢途径 烟酰胺 辅酶 I 和辅酶 II

参与氧化呼吸链中氢的传递，能够促进生物氧化过程，抗氧化应激反应，改善能量代谢

资料来源：观研天下数据中心整理

根据市场调查，消费者在选购维生素功能饮料时最看重的是其“功能性”，即能否迅速缓解疲劳，提神醒脑，其次才是口感，价格，包装等因素，因此，在功能性得到认可的前提下，消费者对能量饮料的复购粘性往往较高，另一方面，由于能量饮料含有咖啡因，因此其与可口可乐，咖啡等饮品一样具备一定的成瘾性，在功效过后消费者为了维持相同的状态，往往会增加消费频次和消费量，这使得维生素功能饮料要比运动饮料、营养素饮料等市场更具有前景。以可口可乐和红牛为例，2020年可口可乐，红牛在中国的体量分别达到了 400 亿元和 200 亿元。由此可见，在当前我国饮料消费领域，功能饮料市场不能轻易忽视。

但是，我国饮料市场近年来竞争格局变化较快，最明显的变化是可乐销售额下滑，被其他类别饮料市场瓜分，茶饮、功能饮料市场增长较快。2024年虽然可口可乐的销售额仍然排名第一，但是较2020年已经有大幅度的下滑，而东方树叶、东鹏特饮、脉动等饮料追赶上来。

资料来源：各公司财报，观研天下数据中心整理

根据中国法律规定，只有具备“蓝帽子”标志的产品才能在宣传中突出相应的功能性，对应能量饮料即抗疲劳，提神醒脑的功效，而在中国申请保健品往往审批过程复杂且耗时较长，一个保健食品从上报到最后完成审批大约需要两年的时间，而饮料作为快消品更新迭代快，因此绝大多数功能饮料并未申报保健品，目前中国的能量饮料产品获得保健品批文的仅有力保健，奥地利红牛，红牛维生素功能饮料，东鹏，乐虎，战马，因此上述产品在品牌宣传时能更加突出其功效，在消费者心目中打下更明晰的定位。

国内功能饮料成分对比	产品	含糖量 (g/100ml)	咖啡因含量 (mg/100ml)
牛磺酸 (mg/100ml)	其他成分	蓝帽认证	力保健
15.2	19	1020	肌醇，烟酰胺，维生素 b1,b2,b6 有
卡拉宝	14.1	12	57.2 肌醇，赖氨酸，维生素 b6，b12 无
红牛维生素风味饮料	12.7	23	56 肌醇，赖氨酸，维生素 b6，b12 无
中沃体质能量	12.6	2	51.5 烟酸，维生素 b6，12，赖氨酸 无
红牛维生素功能饮料	12.1	19	48.4 烟酸，维生素 b6，12，赖氨酸 有
东鹏特饮	11.9	20	50 烟酸，维生素 b6，12，赖氨酸 乐虎
11.5	13	42	肌醇，赖氨酸，烟酸，维生素 b6，b12 有
战马	10.9	15	48.6 肌醇，赖氨酸，烟酸，维生素 b6 有
奥地利红牛	10.2	19	394 肌醇，赖氨酸，烟酸，维生素 b6 有
国产魔爪	5.8	28	54.2 肌醇，赖氨酸，烟酸，维生素 b6 无

资料来源：观研天下数据中心整理

2020 年中国功能饮料市场零售规模达450亿元，近年来增速保持在10%以上，2024年我国功能饮料行业市场规模已经达到726.99亿元，在软饮料市场的占比逐年提高，是除瓶装水市场以外的唯一市场份额增长的软饮料品类。

资料来源：观研天下数据中心整理

当前来看，我国功能饮料行业市场保持增长的驱动因素如下：

1、民众健康意识增强，健身人群规模增长加快

近年来，伴随着消费升级，人们的健康意识逐渐觉醒，运动健身人数快速增加，根据国家体育总局数据，据调查，近年来我国经常参与体育锻炼的人群数持续增长，疫情的爆发让人们健康意识进一步增加，到2023年已经达到5.1亿人，2024年到5.3亿人。政府层面，体育健身被列入国民幸福产业，全民运动健身成为顶层国家战略。另一方面，随着通讯，网络技术的发展，大量运动健身 APP 的涌现亦帮助了人们利用碎片化时间健身，庞大的运动健身人群作为能量饮料的潜在客户将助推能量饮料市场渗透率逐渐提升。

资料来源：公开资料整理

2、互联网经济的兴起，催生了大量“新蓝领”

伴随着互联网+的兴起，催生出一系列“新蓝领”人群，休息时间短，强度大，拓宽了能量饮料的受众群体。随着电商经济的迅速发展，以网约车司机，外卖骑手，快递员为代表的“新蓝领”劳动人群与日俱增，“新蓝领”相较于传统体力劳动者由于工作时间不固定，且休息时间短，工作待命时间长，因此需要及时缓解疲劳，补充能量，是能量饮料重要的消费群体，未来随着“新蓝领”逐步下沉至三线及以下城市，对能量饮料的需求会日益增加。

资料来源：观研天下数据中心整理

3、现代人生活节奏的加快，加班熬夜成为日常

随着中国经济的高速发展，科技进步便捷我们生活的同时亦加快了当代人的工作和生活节奏，90后年轻人加班已逐渐趋于常态，我们认为随着社会竞争的日益激烈，人们会逐渐向更快的生活节奏过渡，对缓解疲劳，保持专注度的能量饮料需求也会有增无减。

由此可见，功能饮料近年来需求增长主要原因在于需求量的提升，消费受众群体的规模增长以及熬夜人数的增加，成为功能饮料市场的主要驱动因素。（fsw）

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趋势研究与未来前景分析报告（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：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202506/754463.html>