

2026年全球饮料行业总体规模、主要企业国内外市场占有率及排名

报告简介

饮料行业作为快消品领域的核心支柱与民生消费的基础构成，其产业范畴涵盖供直接饮用或冲调食用的液态及固态饮品制造体系，包括碳酸饮料、瓶装水、果汁饮料、茶饮料、咖啡饮料、功能饮料、乳制品饮料、酒精饮料及植物基饮料等核心品类。

当前，全球饮料产业正处于健康意识觉醒、可持续转型加速与消费场景重构的多重变革期，饮料的功能属性从基础解渴向健康促进、情绪满足与文化体验多维延伸，行业边界在功能性成分创新与跨界品类融合中持续拓展。从产业发展现状审视，全球饮料市场呈现“结构分化、健康主导、渠道变革”的显著特征。碳酸饮料市场成熟度高但增长承压，无糖化、低卡路里及天然甜味剂替代成为主流转型方向；瓶装水领域，天然矿泉水与功能性饮用水持续扩容，高端化与水源故事营销驱动溢价能力提升；果汁与即饮茶市场，NFC果汁、冷泡茶、Kombucha等健康概念产品快速增长，清洁标签与新鲜度成为竞争焦点；咖啡与能量饮料品类，精品咖啡即饮化、能量饮料功能细分及咖啡因来源多元化趋势明显；酒精饮料领域，低度酒、无醇啤酒及硬苏打水迎合健康微醺需求，传统品类年轻化营销加速。植物基饮料从细分品类走向主流，燕麦奶、杏仁奶等替代蛋白饮品渗透率持续提升。产业竞争格局层面，国际饮料巨头通过品牌矩阵扩张、并购整合与全球化渠道深耕巩固领先地位，本土品牌依托区域口味偏好、敏捷创新及数字化营销实现快速崛起，新兴DTC品牌以细分场景切入挑战传统秩序。

展望未来发展趋势，功能化与可持续将成为重塑饮料行业产品形态与商业模式的双重主线。功能性成分深度应用，益生菌、胶原蛋白、适应原草药、Nootropics

认知增强成分及个性化营养配方精准对接细分健康需求，饮料从解渴向“液态健康解决方案”演进；减糖技术持续突破，天然高倍甜味剂、风味修饰技术与重构甜味感知方案推动无糖产品口感优化。可持续转型深入全价值链，再生农业原料采购、包装减塑与循环经济模式、生产节水节能及碳中和认证成为ESG合

规与品牌差异化的核心要素，可重复使用包装系统与饮料 refill

模式在特定市场试点推广。此外，数字化技术重构消费者连接与供应链效率，AI驱动的需求预测、柔性生产与精准营销提升运营敏捷性，元宇宙与虚拟体验营销为品牌年轻化开辟新路径。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公布和提供的大量资料。对全球及国内饮料行业作了详尽深入的分析，是企业进行市场研究工作时不可或缺的重要参考资料，同时也可作为金融机构进行信贷分析、证券分析、投资分析等研究工作时的参考依据。本报告也可以用于专精特新“小巨人”申请申报。

报告目录

第一章 统计范围及所属行业

第一节 统计范围界定

一、饮料定义

二、饮料产品特征

第二节 饮料行业归属

一、《国民经济行业分类》

二、《统计用产品分类目录》

第三节 全球及国内饮料市场规模

一、2022-2025年全球饮料市场规模

二、2022-2025年国内饮料市场规模

第四节 饮料行业发展现状分析

一、行业生命周期

二、行业进入壁垒

三、行业成长性

四、行业盈利性

五、行业成熟度

第五节 饮料行业发展影响因素

一、行业发展有利因素

二、行业发展不利因素

第二章 国内外市场占有率及排名

第一节 全球饮料行业发展状况概览

一、全球饮料产能及区域分布

二、全球饮料产品结构

第二节 全球饮料市场竞争分析

一、全球饮料市场集中度

二、全球饮料行业竞争梯队

1.第一梯队

2.第二梯队

3.第三梯队

第三节 全球饮料主要企业市场占有率及排名(按营收)

一、2023-2025年全球饮料主要企业营业收入

二、2023-2025年全球饮料主要企业市场份额

三、2023-2025年全球饮料主要企业排名

第四节 国内饮料主要企业市场占有率及排名(按营收)

一、2023-2025年国内饮料主要企业营业收入

二、2023-2025年国内饮料主要企业市场份额

三、2023-2025年国内饮料主要企业排名

第五节 2025年全球饮料行业资本运作分析

一、2025年全球饮料行业重大投资并购事件

二、2025年全球饮料行业重大投资并购事件对行业的影响分析

第三章 全球饮料行业主要国家（地区）分析

第一节 美国饮料行业分析

一、发展历程

二、发展特征

三、2023-2025年美国饮料市场规模

四、2026-2031年美国饮料市场规模预测

五、美国饮料行业典型企业分析

第二节 德国饮料行业分析

一、发展历程

二、发展特征

三、2023-2025年德国饮料市场规模

四、2026-2031年德国饮料市场规模预测

五、德国饮料行业典型企业分析

第三节 日本饮料行业分析

一、发展历程

二、发展特征

三、2023-2025年日本饮料市场规模

四、2026-2031年日本饮料市场规模预测

五、日本饮料行业典型企业分析

第四节 韩国饮料行业分析

一、发展历程

二、发展特征

三、2023-2025年韩国饮料市场规模

四、2026-2031年韩国饮料市场规模预测

五、韩国饮料行业典型企业分析

第五节 中国饮料行业分析

一、发展历程

二、发展特征

三、2023-2025年中国饮料市场规模

四、2026-2031年中国饮料市场规模预测

五、中国饮料行业典型企业分析

第四章 饮料细分行业分析

第一节 碳酸饮料

一、全球碳酸饮料市场规模(2021vs2025vs2030)

二、全球碳酸饮料主要供应商及其市场份额(按2025年营收)

三、中国碳酸饮料市场规模(2021vs2025vs2030)

四、中国碳酸饮料主要供应商及其市场份额(按2025年营收)

五、碳酸饮料未来发展趋势预测

第二节 包装饮用水

- 一、全球包装饮用水市场规模(2021vs2025vs2030)
- 二、全球包装饮用水主要供应商及其市场份额(按2025年营收)
- 三、中国包装饮用水市场规模(2021vs2025vs2030)
- 四、中国包装饮用水主要供应商及其市场份额(按2025年营收)
- 五、包装饮用水未来发展趋势预测

第三节 茶饮料

- 一、全球茶饮料市场规模(2021vs2025vs2030)
- 二、全球茶饮料主要供应商及其市场份额(按2025年营收)
- 三、中国茶饮料市场规模(2021vs2025vs2030)
- 四、中国茶饮料主要供应商及其市场份额(按2025年营收)
- 五、茶饮料未来发展趋势预测

第四节 果汁饮料

- 一、全球果汁饮料市场规模(2021vs2025vs2030)
- 二、全球果汁饮料主要供应商及其市场份额(按2025年营收)
- 三、中国果汁饮料市场规模(2021vs2025vs2030)
- 四、中国果汁饮料主要供应商及其市场份额(按2025年营收)
- 五、果汁饮料未来发展趋势预测

第五节 功能饮料

- 一、全球功能饮料市场规模(2021vs2025vs2030)
- 二、全球功能饮料主要供应商及其市场份额(按2025年营收)
- 三、中国功能饮料市场规模(2021vs2025vs2030)

四、中国功能饮料主要供应商及其市场份额(按2025年营收)

五、功能饮料未来发展趋势预测

第五章 饮料产业链分析

第一节 饮料产业链结构解析

一、饮料产业链结构示意图

二、饮料产业链全景图

三、饮料产业发展热力地图

第二节 饮料产业链上游分析

一、饮料成本结构

二、2023-2025年上游行业发展现状

三、2026-2031年上游行业发展趋势

第三节 饮料产业链中游分析

一、饮料中游行业分布

二、2023-2025年中游行业发展现状

三、2026-2031年中游行业发展趋势

第四节 饮料产业链下游分析

一、饮料下游行业分布

二、2023-2025年下游行业发展现状

三、2026-2031年下游行业发展趋势

四、下游需求对饮料行业的影响

第六章 饮料主要企业分析

第一节 百威英博(anheuser-busch inbev)

一、企业基本概况

二、企业饮料产品分析

三、2023-2025年企业饮料业务经营分析

四、企业行业市场地位及对行业的影响力分析

五、企业最新发展动态及未来发展规划

第二节 可口可乐公司(the coca-cola company)

一、企业基本概况

二、企业饮料产品分析

三、2023-2025年企业饮料业务经营分析

四、企业行业市场地位及对行业的影响力分析

五、企业最新发展动态及未来发展规划

第三节 百事公司(pepsico, inc.)

一、企业基本概况

二、企业饮料产品分析

三、2023-2025年企业饮料业务经营分析

四、企业行业市场地位及对行业的影响力分析

五、企业最新发展动态及未来发展规划

第四节 雀巢集团(nestlé s.a.)

一、企业基本概况

二、企业饮料产品分析

三、2023-2025年企业饮料业务经营分析

四、企业行业市场地位及对行业的影响力分析

五、企业最新发展动态及未来发展规划

第五节 喜力公司(heineken n.v.)

一、企业基本概况

二、企业饮料产品分析

三、2023-2025年企业饮料业务经营分析

四、企业行业市场地位及对行业的影响力分析

五、企业最新发展动态及未来发展规划

第六节 帝亚吉欧(diageo plc)

一、企业基本概况

二、企业饮料产品分析

三、2023-2025年企业饮料业务经营分析

四、企业行业市场地位及对行业的影响力分析

五、企业最新发展动态及未来发展规划

第七节 红牛集团(red bull gmbh)

一、企业基本概况

二、企业饮料产品分析

三、2023-2025年企业饮料业务经营分析

四、企业行业市场地位及对行业的影响力分析

五、企业最新发展动态及未来发展规划

第八节 麒麟控股株式会社(kirin holdings company, limited)

一、企业基本概况

二、企业饮料产品分析

三、2023-2025年企业饮料业务经营分析

四、企业行业市场地位及对行业的影响力分析

五、企业最新发展动态及未来发展规划

第九节 朝日集团控股株式会社(asahi group holdings, ltd.)

一、企业基本概况

二、企业饮料产品分析

三、2023-2025年企业饮料业务经营分析

四、企业行业市场地位及对行业的影响力分析

五、企业最新发展动态及未来发展规划

第十节 农夫山泉股份有限公司

一、企业基本概况

二、企业饮料产品分析

三、2023-2025年企业饮料业务经营分析

四、企业行业市场地位及对行业的影响力分析

五、企业最新发展动态及未来发展规划

第七章 饮料行业swot分析及发展策略

第一节 饮料行业发展驱动因素

一、市场需求

二、技术变革

三、政策法规

四、产业升级

五、全球化分工

第二节 饮料行业发展swot分析

一、优势分析

二、劣势分析

三、机遇分析

四、挑战分析

第三节 基于swot分析的饮料行业发展策略

一、so策略

二、wo策略

三、st策略

四、wt策略

第八章 饮料行业商业模式及运营模式

第一节 饮料行业商业模式

一、配套直销模式

二、层级分销模式

三、技术授权与服务模式

四、模块化与平台化供货模式

第二节 饮料行业运营模式分析

一、研发运营

二、生产运营

三、供应链运营

四、质量运营

五、全球化运营

第九章 主要研究结论

第一节 饮料行业发展潜力研究结论

第二节 饮料主要供应商排名研究结论

第十章 研究方法 with 数据来源

第一节 研究方法

一、桌面研究

二、文献研究

三、抽样调研

第二节 数据来源

一、一手信息来源

二、二手信息来源

第三节 数据交互验证

第四节 免责声明

图表目录：

图表：全球饮料产品结构

图表：全球饮料市场集中度

图表：饮料行业发展趋势

图表：饮料行业供应链分析

图表：饮料行业销售模式分析

图表：饮料产业链结构示意图

图表：2023-2025年全球饮料市场规模

图表：2023-2025年中国饮料市场规模

图表：2025年全球饮料产能区域分布图

图表：全球主要饮料供应商市场份额及排名

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：4067371

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20260410/4067371.shtml>

在线订购：[点击这里](#)