

中国电解质饮料行业发展深度研究与投资前景预测报告（2024-2031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《中国电解质饮料行业发展深度研究与投资前景预测报告（2024-2031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/202406/711384.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

电解质饮料是指添加机体所需矿物质及其他营养成分，能为机体补充新陈代谢消耗的电解质、水分的制品，该产品包装上明确标明了“电解质饮料”。按照功能类型对电解质饮料行业进行分类，可将其划分为运动型电解质饮料、能量型电解质饮料、补水型电解质饮料。

一、功能饮料市场规模不断扩大，行业发展前景良好

根据《中国软饮料分类标准》，电解质饮料被划分为功能饮料。功能饮料是通过在饮料中添加某些功效或营养成分并将其按照一定的比例进行科学搭配，形成可调节人体功能，满足特定人群需求的饮料产品。功能饮料的配方成分与其他饮料略有不同，前者含有矿物质、电解质以及其他营养成分，部分运动或能量功能饮料含有咖啡因以及牛磺酸、赖氨酸等氨基酸成分，具有缓解生理性疲劳、振奋精神、提高工作效率和生活质量等功效。除了电解质饮料之外，功能饮料还包括运动饮料、维生素饮料、能量饮料以及其他特殊用途饮料。

功能饮料是中国饮料市场中增速第二的细分市场，消费者对功能饮料的偏好超过碳酸饮料和果汁饮料。近年随着国内生活节奏的加快，劳累、困乏的生活状态愈发普遍，消费者对于功能饮料的消费需求持续增长，推动国内功能饮料市场规模不断扩大，行业发展前景良好。数据显示，2022年我国功能饮料市场规模达到1337亿元。若按照8.0%的复合年增长率计算，估计2023年我国功能饮料市场规模将突破1400亿元。

数据来源：观研天下整理

未来仍有较大的增长空间。就人均消费量而言，目前我国远低于美国、日本、英国等发达国家。按销售量计算，目前我国功能饮料的人均消费量为9.2升，仅为美国的9.9%，日本的22.4%以及英国的26.9%。人均消费量与可支配收入呈高度正相关。因此功能饮料的人均消费量在未来数年仍有较大增长潜力。从而预计随着功能饮料的人均消费量增长，该市场也将得到较大的增长空间。

二、健康意识提升下，电解质水饮料市场持续显示出巨大潜能

电解质是指人体体内所含矿物质，如钾、钠、钙、镁元素，对于维持人体机能存在重要作用，其功能包括维持人体体液平衡，维持运动机能等。近年受益于消费的功能化趋势，电解质水成为饮料市场新风口和增长引擎，市场得到快速发展。2022年我国电解质饮料市场规模达27亿，市场同步增速高达50%。估计2023年我国电解质饮料市场规模将快速增至70亿左右。

数据来源：观研天下整理

三、“运动+日常”双管齐下，拓宽消费边界，市场需求呈现出不断增长态势

毫无疑问,运动补充一直是电解质水的最大需求场景。近年随着全民健身战略深入实施，人们通过健身促进健康的热情日益高涨。数据显示，2022年我国每周参与

次以上健身活动的人约 3.74 亿人，5 年复合增速约 8.5%。

随着全民健身战略深入实施，电解质水饮料市场需求也在不断增长。尤其是冬奥会将成为运动饮料发展契机。数据显示，2022年全国体育产业总规模(总产出)为33008亿元,增加值为13092亿元。预计到2023年我国体育产业总产值能顺利实现突破3万亿元的目标，到2025年这一规模将进一步超过3.5万亿元，增加值也将达1.14万亿元。在此环境下，电解质水饮料市场也跟随逐渐扩大，成为吸引资本入局的重要原因。

数据来源：观研天下整理

与此同时，受疫情防控影响，随着人们持续增加强身健体、亲近自然以及对品质生活的追求，国内户外运动迎来发展机遇。2018-2022年我国户外运动人口数量由1.5亿人增长至5亿人，户外参与率由10%提升至38%。

数据来源：观研天下整理

除了运动领域外，近年来随着公众对健康重视程度的显著提升,非运动领域对电解质的需求呈现出不断增长的态势。无论是户外休闲活动,还是在学习、工作、电子竞技以及身体不适等场景中,人们对电解质的依赖和应用逐步扩大,电解质水只是运动饮料的刻板印象正被打破。

饮用场景外溢带来的是消费群体扩大。根据相关数据显示,新锐白领、资深中产和Z世代已成为电解质饮料的消费核心人群,消费者占比达59%。另外随着“她经济”的兴起,电解质水也获得了众多女性消费者的青睐。

数据来源：观研天下整理

四、元气森林、康师傅、脉动纷纷入局，电解质水市场争夺战打响

极具发展潜力的市场前景自然吸引了吸引着各路兵马于此赛道攻城拔寨，随着入局者的增加，品牌之间的竞争日益激烈。例如早在2023年5月，脉动即已杀入该赛道。产品试水即斩获佳绩，天然椰子水配方和清爽口感赢得大批粉丝。随后2024年4月脉动宣布升级了旗下运动饮料“脉动+电解质”，除了使用新包装，还强调了配方上的卖点，电解质含量达455mg/瓶，低糖以及添加多种维生素等。

2024年5月康师傅重磅推出“无限·电”电解质水，宣布正式进军功能性饮料领域，目前已在淘宝、京东等多个电商平台官方旗舰店开售。

另外元气森林也仍在加码外星人电解质产品系列。“外星人WAVE”的新产品上线外星人天猫旗舰店。据官方介绍，该产品是一款含电解质的风味水饮品，有淡柠檬味的近水口感。

以功能饮料为主的东鹏饮料，在2023年初推出电解质饮料“补水啦”，2023年年报中，这家公司将电解质饮料和茶饮料、预调制酒、即饮咖啡等品类一起列为第二发展曲线的战略框架。

除此以外，健力宝、娃哈哈、椰树、盼盼等品牌，在电解质水领域均有布局。截止到目前元

气森林、达能、康师傅、健力宝、娃哈哈、椰树、盼盼等知名企业纷纷在电解质水领域加大投入，展现强烈的抢滩势头。但目前市场企业先发优势尚未形成，规模优势亦不存在，马太效应尚未显现。

整体来看目前电解质饮料企业竞争主要集中在两方面。一是强化使用场景。例如元气森林打出“随时随地充电时刻”的多场景饮用模式，强调“运动健身保持运动状态、户外出行维持电解质平衡、日常久坐维持水合状态、沐浴汗蒸补充流失体液”这几大类场景下电解质水的使用必要，几乎涵盖了消费者的大部分日常活动，影响消费者心智。

宝矿力水特也从使用场景入手，列举出“运动后来一瓶补充能量、沐浴后来一瓶补充电解质、长时间开车来一瓶调节体内电解质平衡、早晨起床来一瓶活力一整天”这四大场景，培养消费者养成日常饮用宝矿力水特的习惯。

二是已经打响的价格战。目前，“补水啦”零售价不足3元/555ml/瓶，或受此影响，元气森林也于近期推出单瓶600ml零售价3元的“外星人WAVE”电解质风味水饮品。（WW）

注：上述信息仅作参考，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《中国电解质饮料行业发展深度研究与投资前景预测报告（2024-2031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】

第一章 2019-2023年中国电解质饮料行业发展概述

第一节 电解质饮料行业发展情况概述

一、电解质饮料行业相关定义

二、电解质饮料特点分析

三、电解质饮料行业基本情况介绍

四、电解质饮料行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、电解质饮料行业需求主体分析

第二节 中国电解质饮料行业生命周期分析

一、电解质饮料行业生命周期理论概述

二、电解质饮料行业所属的生命周期分析

第三节 电解质饮料行业经济指标分析

一、电解质饮料行业的赢利性分析

二、电解质饮料行业的经济周期分析

三、电解质饮料行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球电解质饮料行业市场发展现状分析

第一节 全球电解质饮料行业发展历程回顾

第二节 全球电解质饮料行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲电解质饮料行业地区市场分析

一、亚洲电解质饮料行业市场现状分析

二、亚洲电解质饮料行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲电解质饮料行业市场前景分析

第四节 北美电解质饮料行业地区市场分析

一、北美电解质饮料行业市场现状分析

二、北美电解质饮料行业市场规模与市场需求分析

三、北美电解质饮料行业市场前景分析

第五节 欧洲电解质饮料行业地区市场分析

一、欧洲电解质饮料行业市场现状分析

二、欧洲电解质饮料行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲电解质饮料行业市场前景分析

第六节 2024-2031年世界电解质饮料行业分布走势预测

第七节 2024-2031年全球电解质饮料行业市场规模预测

第三章 中国电解质饮料行业产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

第二节 我国宏观经济环境对电解质饮料行业的影响分析

第三节 中国电解质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

三、主要行业标准

第四节 政策环境对电解质饮料行业的影响分析

第五节 中国电解质饮料行业产业社会环境分析

第四章 中国电解质饮料行业运行情况

第一节 中国电解质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 中国电解质饮料行业市场规模分析

一、影响中国电解质饮料行业市场规模的因素

二、中国电解质饮料行业市场规模

三、中国电解质饮料行业市场规模解析

第三节 中国电解质饮料行业供应情况分析

一、中国电解质饮料行业供应规模

二、中国电解质饮料行业供应特点

第四节 中国电解质饮料行业需求情况分析

一、中国电解质饮料行业需求规模

二、中国电解质饮料行业需求特点

第五节 中国电解质饮料行业供需平衡分析

第五章 中国电解质饮料行业产业链和细分市场分析

第一节 中国电解质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、电解质饮料行业产业链图解

第二节 中国电解质饮料行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对电解质饮料行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对电解质饮料行业的影响分析

第三节 我国电解质饮料行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国电解质饮料行业市场竞争分析

第一节 中国电解质饮料行业竞争现状分析

一、中国电解质饮料行业竞争格局分析

二、中国电解质饮料行业主要品牌分析

第二节 中国电解质饮料行业集中度分析

一、中国电解质饮料行业市场集中度影响因素分析

二、中国电解质饮料行业市场集中度分析

第三节 中国电解质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

第七章 2019-2023年中国电解质饮料行业模型分析

第一节 中国电解质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 中国电解质饮料行业SWOT分析

一、SOWT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、中国电解质饮料行业SWOT分析结论

第三节 中国电解质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

第八章 2019-2023年中国电解质饮料行业需求特点与动态分析

第一节 中国电解质饮料行业市场动态情况

第二节 中国电解质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 电解质饮料行业成本结构分析

第四节 电解质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 中国电解质饮料行业价格现状分析

第六节 中国电解质饮料行业平均价格走势预测

一、中国电解质饮料行业平均价格趋势分析

二、中国电解质饮料行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国电解质饮料行业所属行业运行数据监测

第一节 中国电解质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 中国电解质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 中国电解质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

第十章 2019-2023年中国电解质饮料行业区域市场现状分析

第一节 中国电解质饮料行业区域市场规模分析

一、影响电解质饮料行业区域市场分布的因素

二、中国电解质饮料行业区域市场分布

第二节 中国华东地区电解质饮料行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区电解质饮料行业市场分析

(1) 华东地区电解质饮料行业市场规模

(2) 华南地区电解质饮料行业市场现状

(3) 华东地区电解质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、华中地区电解质饮料行业市场分析

(1) 华中地区电解质饮料行业市场规模

(2) 华中地区电解质饮料行业市场现状

(3) 华中地区电解质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、华南地区电解质饮料行业市场分析

(1) 华南地区电解质饮料行业市场规模

(2) 华南地区电解质饮料行业市场现状

(3) 华南地区电解质饮料行业市场规模预测

第五节 华北地区电解质饮料行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区电解质饮料行业市场分析

(1) 华北地区电解质饮料行业市场规模

(2) 华北地区电解质饮料行业市场现状

(3) 华北地区电解质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、东北地区电解质饮料行业市场分析

(1) 东北地区电解质饮料行业市场规模

(2) 东北地区电解质饮料行业市场现状

(3) 东北地区电解质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、西南地区电解质饮料行业市场分析

(1) 西南地区电解质饮料行业市场规模

(2) 西南地区电解质饮料行业市场现状

(3) 西南地区电解质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、西北地区电解质饮料行业市场分析

(1) 西北地区电解质饮料行业市场规模

(2) 西北地区电解质饮料行业市场现状

(3) 西北地区电解质饮料行业市场规模预测

第十一章 电解质饮料行业企业分析（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、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2024-2031年中国电解质饮料行业发展前景分析与预测

第一节 中国电解质饮料行业未来发展前景分析

一、电解质饮料行业国内投资环境分析

二、中国电解质饮料行业市场机会分析

三、中国电解质饮料行业投资增速预测

第二节 中国电解质饮料行业未来发展趋势预测

第三节 中国电解质饮料行业规模发展预测

- 一、中国电解质饮料行业市场规模预测
- 二、中国电解质饮料行业市场规模增速预测
- 三、中国电解质饮料行业产值规模预测
- 四、中国电解质饮料行业产值增速预测
- 五、中国电解质饮料行业供需情况预测

第四节 中国电解质饮料行业盈利走势预测

第十三章 2024-2031年中国电解质饮料行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国电解质饮料行业进入壁垒分析

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

第二节 电解质饮料行业风险分析

- 一、电解质饮料行业宏观环境风险
- 二、电解质饮料行业技术风险
- 三、电解质饮料行业竞争风险
- 四、电解质饮料行业其他风险

第三节 中国电解质饮料行业存在的问题

第四节 中国电解质饮料行业解决问题的策略分析

第十四章 2024-2031年中国电解质饮料行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国电解质饮料行业研究综述

- 一、行业投资价值
- 二、行业风险评估

第二节 中国电解质饮料行业进入策略分析

- 一、行业目标客户群体
- 二、细分市场选择
- 三、区域市场的选择

第三节 电解质饮料行业营销策略分析

- 一、电解质饮料行业产品策略
- 二、电解质饮料行业定价策略
- 三、电解质饮料行业渠道策略
- 四、电解质饮料行业促销策略

第四节 观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202406/711384.html>