

气泡饮料 - 中国 - 2021年

报告价格: £3695.00 | $4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动

在这篇报告中我们探讨了以下议题

- 未来5年市场展望与增长前景
- 最新的新产品趋势与增长机会
- 消费趋势与消费场景的变化
- 购买旅程及对信息渠道的洞察
- 实现更高定价的高端化方向
- 对糖和代糖的态度

84%的消费者想尝试低甜度的风味气泡饮料。品牌应借鉴众多茶饮店品牌的已有做法，推出更多低甜度产品选择，帮助消费者习惯低甜度风味。

随着消费者的生活逐渐步入正轨，作为碳酸饮料最常见的消费场景的餐饮场所迅速回温，促进了非零售销售量的回升以及总消费量的增长。与此同时，消费者持续投资家用食品，表明品牌在后疫情时期仍应特别重视居家消费场景。

风味气泡水是碳酸饮料的最大竞争对手。风味气泡水凭借"减少"类宣称和"有益健康"定位持续走热。作为对比，近30%的消费者喝普通碳酸饮料喝得更少，这一比例在所有气泡饮料中最高。消费者对非酒精饮料含糖量的特殊关注有望为无糖碳酸饮料带来更多的增长动力。

气泡饮料中无糖、低/无/减脂及低/无/减卡路里宣称盛行，为消费者带来更多有益健康的替代品，但也加剧了产品同质化态势。加强营养和添加功能益处将助力气泡饮料差异化同时实现高端化，因为消费者愿意为其支付更高的价格。

"在气泡水的持续走热后，气泡饮料被无糖、低/无/减卡路里和低/无/减脂的宣称重新定义。但新品中'减少'类宣称的盛行也导致产品同质化加剧。品牌应迎合消费者在疫情之后的新消费习惯，提升他们的居家体验，围绕营养功效和低甜度进行创新，寻求突破。"

- 鲁睿勋，高级研究分析师

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

气泡饮料 - 中国 - 2021年

报告价格: £3695.00 | $4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动.

目录

概述

- 您所需要了解的
- 本报告涵盖的关键议题
- 报告定义
- 定义

综述

- 市场

  数据1: 碳酸饮料的总销售量（零售和非零售）及预测，中国，2016-2026年

  数据2: 碳酸饮料的零售销售额及预测，中国，2016-2026年
- 公司与品牌

  数据3: 领先的碳酸饮料企业（按零售销售额份额区分），2019-2021年
- 消费者
- 风味气泡水持续走热

  数据4: 消费行为，2021年
- 后疫情时代，在家消费成为仅次于餐饮场所的普通碳酸饮料消费场景

  数据5: 碳酸饮料的消费场景，2021年
- 短视频平台和社交媒体超越传统广告

  数据6: 信息渠道，2021年
- 口味最重要，但健康也不容忽视

  数据7: 考虑的因素，2021年
- 强化营养最能驱动产品高端化

  数据8: 对高端化属性的兴趣，2021年
- 针对寻求低甜度风味的消费者进行创新

  数据9: 与糖相关的态度和行为——部分选项，2021年
- 我们的观点

议题与洞察

- 突出低甜度，减糖新选择
- 现状
- 启示

  数据10: 碳酸饮料新品（按与糖相关的宣称区分），中国，2016-2021年

  数据11: 低甜度气泡饮料的产品示例，丹麦及美国，2020-2021年
- 用营养功效，打破产品同质化困局
- 现状
- 新产品趋势启示

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解 。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

报告价格: £3695.00 | $4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动.

数据12: 具有添加和功能性宣称的气泡饮料示例，中国，2021年
数据13: Evian+矿物质强化气泡水（Evian+ Sparkling Mineral Enhanced Drinks），2021年

- 用有趣和纵享的配方提升居家消费体验
- 现状
- 启示

数据14: 永璞和元气森林的DIY（自己动手做）配方，中国，2021年
数据15: 酒精风味气泡饮料的产品示例，中国、加拿大及美国，2020-2021年

市场规模与预测

- 随着非零售市场回温，碳酸饮料的总消费量将恢复增长

数据16: 碳酸饮料的总销售量（零售和非零售）及预测，中国，2016-2026年
数据17: 碳酸饮料的非零售销售量及预测，中国，2016-2026年

- 居家消费场景带动零售销量增长

数据18: 碳酸饮料的零售销售量及预测，中国，2016-2026年
数据19: 碳酸饮料的零售销售额及预测，中国，2016-2026年

市场因素

- 疫情后居家消费的崛起

数据20: 消费变化趋势——花费变多了，2020-2021年

- 增强的健康意识促进产品演变

数据21: 生活重要性变化情况——重要性升高，2020年

- 通过气泡饮料解决情绪问题

市场份额

- 无糖产品成为头部企业的增长动力

数据22: 领先的碳酸饮料企业（按零售销售额份额区分），2019-2021年
数据23: 领先的碳酸饮料企业（按零售销售量份额区分），2019-2021年

- 本土品牌在碳酸饮料市场中占据更大份额

数据24: 汉口二厂气泡饮料产品示例，中国，2020-2021年
数据25: 喜茶和奈雪的茶气泡水产品示例，中国，2021年

营销活动

- 通过赞助娱乐节目拉近与年轻消费者的距离

数据26: 元气森林冠名赞助哔哩哔哩2020跨年晚会，中国，2020年

- 借体育赛事打造营销新亮点

数据27: 可口可乐天猫超级品牌日，中国，2021年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解 。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

报告价格: £3695.00 | $4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动.

- 品牌对粉丝经济寄予厚望
  数据28: 可口可乐和百事可乐的明星代言，中国，2021年
  数据29: 气泡水的明星代言，中国，2021年
- 通过联名焕新品牌形象
  数据30: 巴黎水 x 村上隆联名气泡水，中国，2021年
  数据31: 芬达 x 泡泡玛特联名，中国，2020年

新产品趋势

- 风味水在气泡饮料赛道持续走热
  数据32: 气泡型*非酒精饮料新品（按子品类区分），中国，2016-2021年
  数据33: 碳酸饮料、即饮（冰）茶和能量饮料的产品示例，中国，2021年
- 气泡饮料新品聚焦减糖
  数据34: 气泡型*非酒精饮料新品的平均营养价值（按子品类区分），中国，2016-2021年
  数据35: 气泡型*非酒精饮料新品（按宣称区分），中国，2016-2021年
- 碳酸饮料新品迎来更多水果风味.....
  数据36: 碳酸饮料新品（按混合口味（无序排列）区分），中国，2016-2021年
  数据37: 水果风味碳酸饮料的产品示例，中国，2021年
- .....同时混合风味在气泡水中兴起
  数据38: 气泡水新品（按混合口味（无序排列）区分），中国，2016-2021年
  数据39: 混合风味气泡水的产品示例，中国，2020-2021年
- 酒精风味和含酒精饮料值得关注
  数据40: 莫吉托风味气泡水的产品示例，中国，2020-2021年
  数据41: Topo Chico托帕客硬苏打气泡酒的产品示例，中国，2021年

消费行为

- 风味气泡水持续吸引消费兴趣
  数据42: 消费行为，2021年
  数据43: 消费行为——风味气泡水（按城市线级和教育程度区分），2021年
- 含糖碳酸饮料拥有更多减少饮用的消费者
  数据44: 消费行为——喝得更多（按代际区分），2021年
- 无糖碳酸饮料有望更受欢迎
  数据45: 消费行为——健怡/零度碳酸饮料（按个人月收入和区域区分），2021年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解 。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

报告价格: £3695.00 | $4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动.

消费场景

- 餐饮场所在碳酸饮料消费中仍占关键地位
  数据46: 碳酸饮料的消费场景，2021年
- 疫情之后居家纵享的崛起
  数据47: 碳酸饮料的消费场景，2019年和2021年
  数据48: 普通碳酸饮料的消费场景——部分选项（按年龄区分），2021年
- 进一步提升气泡水的线下覆盖率
  数据49: 气泡水的消费场景，2021年
- 气泡水融入消费者的工作与生活日常
  数据50: 气泡水的消费场景——在学校或工作地点（按年龄区分），2021年

信息渠道

- 利用购物网站进一步提升消费者覆盖
  数据51: 信息渠道，2021年
  数据52: TURF分析——信息渠道，2021年
- 短视频平台和社交媒体超越传统广告
  数据53: 信息渠道——部分选项（按年龄区分），2021年
  数据54: 信息渠道频度分析（按年龄和个人月收入区分），2021年

考虑的因素

- 健康对年长消费者尤其重要
  数据55: 考虑的因素，2021年
  数据56: 考虑的因素——部分选项（按年龄区分），2021年
- 利用道德的品牌形象吸引富裕消费者
  数据57: 考虑的因素——部分选项（按个人月收入区分），2021年
- 无糖碳酸饮料消费者更关注健康而非价格
  数据58: 考虑的因素——部分选项（按消费行为——喝得更多区分），2021年

对高端化属性的兴趣

- 强化营养最能唤起消费升级的兴趣
  数据59: 对高端化属性的兴趣，2021年
  数据60: 碳酸饮料新品（按宣称类型区分），中国，2016-2021年
- 功能性气泡可帮助品牌实现更高定价
  数据61: 气泡水新品（按宣称类型区分），中国，2016-2021年
- 提升气泡水的天然魅力

与糖相关的态度和行为

- 对低甜度的兴趣成为值得关注的减糖方向
  数据62: 与糖相关的态度和行为——部分选项，2021年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解 。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

报告价格: £3695.00 | $4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动.

- 大多数消费者偏爱使用代糖的风味气泡饮料
  数据63: 与糖相关的态度和行为——部分选项，2021年
- 消费者正在养成查看产品中代糖的习惯
  数据64: 与糖相关的态度和行为——部分选项，2021年
  数据65: 对"我对天然代糖或是人工代糖没有选择偏好"的态度（按是否同意"我能区分天然和人工代糖"描述区分），2021年

附录——市场规模与预测

数据66: 碳酸饮料的总销售量及市场预测，中国，2016-2026年
数据67: 碳酸饮料的零售销售额及预测，中国，2016-2026年

附录——研究方法与缩写

- 研究方法
- 缩写

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解 。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

关于英敏特

英敏特是洞悉消费者需求、熟谙背后原因的专家。作为世界领先的市场情报公司，我们对消费者、市场、产品创新和竞争形势进行分析，提供关于全球和各国经济的独特视角。自1972年起，英敏特通过预测分析和专家推荐，让客户更快 做出更优的商业决策。

我们的目标是助力企业与人的成长。要了解我 们如何实现这一目标，请点击**mintel.com.** 。

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有