

功能性饮料 - 中国 - 2022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年运动和能量饮料的市场前景和增长动力
- 最新的新产品趋势与增长机会
- 说服消费者相信功能性宣称的宣传方式
- 有潜力脱颖而出的新兴功能性宣称
- 消费者对中医理论和成分接受情况

产品宣称的健康益处是不同功能性饮料的主要饮用目的，这体现出功能性宣称的吸引力。但这也给品牌在确保功能性饮料功效的可信度方面带来压力。

就运动和能量饮料等传统功能性饮料而言，相比在室内和户外活动时均可饮用的能量饮料，运动饮料更依赖户外运动场景，线下销售渠道容易受到新冠疫情反弹的影响。零星散发的疫情对运动和能量饮料的持续复苏构成威胁。因此，打破户外消费场景的局限是当务之急，尤其是对运动饮料而言。

消费者对功能性饮料是否能实现承诺的健康益处持怀疑态度，是功能性饮料消费增长面临的主要障碍。

由于消费者容易接受与整体健康有关的功能性宣称，并对天然成分的功效保持合理的期望，因此，品牌有机会将创新重点转向整体健康，利用天然成分帮助消费者保持对健康益处的适当期望，培养长期消费习惯，从而促进功能性饮料的可持续增长。



“管理消费者对功能性饮料功效的期望是产品创新和宣传的关键。知名中药成分能赢得消费者的喜爱，并且可以通过将功能性饮料纳入健康管理流程，帮助消费者养成长期消费习惯。新品研发重点需要转向整体身心健康，引导消费者建立健康的生活方式。”

— 黄梦菲，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

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
- 报告关键议题
- 报告定义
- 不包括

综述

- 市场
 - 数据1: 运动和能量饮料市场的销售额细分，中国，2015-2022年
 - 数据2: 能量饮料的零售销售额及预测，中国，2017-2027年
 - 数据3: 运动饮料的零售销售额及预测，中国，2017-2027年
- 公司与品牌
 - 华彬集团因商标诉讼而面临不确定性
 - 数据4: 能量饮料市场领先企业的销售份额，中国，2020-2022年
 - 领先运动饮料企业通过生产创新迅速复苏
 - 数据5: 运动饮料市场领先企业的销售份额，中国，2020-2022年
- 消费者
 - 补充能量和维生素的饮料渗透率最高
 - 数据6: 对功能性宣称的兴趣，2022年
 - 数据7: 消费目的，2022年
 - 与整体健康相关的宣称更受欢迎
 - 数据8: 对新兴功能性宣称的兴趣，2022年
 - 消费者对中药成分的偏好呈两极分化趋势
 - 数据9: 对成分的兴趣，2022年
 - 最受欢迎的渠道是短视频平台和社交媒体上的公众号
 - 数据10: 信息渠道，2022年
 - 通过天然性管理消费者对功效的期望
 - 数据11: 消费行为，2022年
- 我们的观点

议题与洞察

- 利用健康风潮和极端气候下的补水需求
- 现状
- 启示
 - 数据12: 采用专业电解质配方的饮料示例，中国，2021年
 - 数据13: 具有天然补水功效的饮料示例，美国，2018年
 - 数据14: 具有补水宣称的凝胶形态饮料示例，全球，2016-2020年
- 将重点转向整体身心健康，触及更广泛的受众

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

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

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

- 现状
- 启示
 - 数据15: Driftwell广告，美国，2021年
 - 数据16: 天宫趣人参熬夜水，中国，2021年
- 增加中药成分可信度，提升消费兴趣
- 现状
- 启示
 - 数据17: 食品、饮料、美容及个人护理产品或医疗保健品所有新品中含有部分成分的新品占比，中国，2017-2021年
 - 数据18: 舒化x同仁堂，中国，2020年
 - 数据19: 纤茶产品宣传，中国

市场规模、细分与预测

- **2021年运动饮料和能量饮料均恢复增长**
 - 数据20: 运动和能量饮料市场的销售额细分，中国，2015-2022年
 - 数据21: 运动和能量饮料市场的销售量细分，中国，2015-2022年
- 零星散发的疫情干扰市场复苏
- 多元消费场景助力能量饮料市场保持韧性
 - 数据22: 能量饮料的零售销售额及预测，中国，2017-2027年
 - 数据23: 能量饮料的零售销售量及预测，中国，2017-2027年
- 运动饮料首当其冲受到疫情影响，但未来仍有增长潜力
 - 数据24: 运动饮料的零售销售额及预测，中国，2017-2027年
 - 数据25: 运动饮料的零售销售量及预测，中国，2017-2027年

市场因素

- 预防保健和亚健康体现功能性饮料的广阔潜力
- 持续创新有助于提高消费者的认知
 - 数据26: 功能性饮料新品（按新品类型区分），中国，2017-2021年
 - 数据27: Electroxx举办的户外活动示例，中国，2022年

市场份额

- 红牛商标纠纷给华彬集团造成更多损失
 - 数据28: 能量饮料市场领先企业的销售额份额，中国，2020-2022年
- 全国化扩张策略和产品创新推动东鹏饮料的增长
- 领先运动饮料企业迅速复苏
 - 数据29: 脉动气泡运动饮料，中国，2022年
 - 数据30: 外星人电解质水运动专业系列，中国，2022年
 - 数据31: 运动饮料市场领先企业的销售额份额，中国，2020-2022年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

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

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。

营销活动

- 践行可持续发展，树立道德形象
数据32: 脉动“智慧碳”概念瓶，中国，2022年
数据33: 东鹏特饮电子标签，中国，2022年
- 关注原材料的健康益处
数据34: 源究所产品示例，中国，2022年
数据36: 颜究所硬核一整根植物饮料，中国，2022年

新产品趋势

- 品牌加码下注，利用具有天然特质的饮料提供功能性益处
数据37: 具有功能性宣称的非酒精饮料新品的占比和增长率（按子品类区分），中国，2021年
- 包装创新专注于便携性
数据38: 具有功能性宣称的非酒精饮料新品的包装类型，2019-2021年
数据39: 具有功能性宣称且采用柔质立袋和管状包装的非酒精饮料新品示例，中国，2021年
数据40: 具有功能性宣称并采用杯/桶包装的非酒精饮料新品示例，中国，2021年
- 提供美容养颜之外的多种益处，为女性消费者赋能
数据41: 具有功能性宣称并瞄准女性消费者的非酒精饮料新品占比，中国，2017-2022年
数据42: 她能示例，中国，2022年

对功能性宣称的兴趣

- 补充能量和补充维生素的饮料渗透率最高
数据43: 对功能性宣称的兴趣，2022年
数据44: 对功能性宣称的兴趣——偏好度，2022年
- 分开宣传补充电解质与运动营养支持
- 通过抗氧化宣传将美容养颜功效延展到整体身心健康
数据45: 对功能性宣称的兴趣——喝过且会继续喝（按性别区分），2022年
- 缓解压力引起的睡眠问题
数据46: 对功能性宣称的兴趣——喝过且会继续喝助眠饮料（按年龄和居住成员区分），2022年

消费目的

- 为获得宣称的健康益处是最重要的购买动机
数据47: 消费目的，2022年
- 强调电解质饮料的补水属性
- 提升新兴功能性宣称的可信度

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

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

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

对新兴功能性宣称的兴趣

- 对有益整体健康的功能性宣称的需求更大
数据48: 对新兴功能性宣称的兴趣，2022年
- 清热解暑在南方更受欢迎
数据49: 对新兴功能性宣称的兴趣——清热解暑（按区域区分），2022年
- 利用蛋白质补充剂促进中年女性骨骼健康
数据50: 对新兴功能性宣称的兴趣——强健骨骼（按性别和年龄区分），2022年
数据51: 具有大豆异黄酮和强健骨骼宣称的产品示例，日本，2020年
数据52: 对功能性宣称的兴趣——补充蛋白质（按性别和年龄区分），2022年
数据53: 具有强健骨骼宣称并瞄准女性消费者的蛋白质补充饮料示例，荷兰，2021年
- 瞄准女性消费者对适当酒精饮料消费的需求
数据54: 对功能性宣称的兴趣——解酒（按性别和年龄区分），2022年

对成分的兴趣

- 功能性饮料中的中药成分更有吸引力
数据55: 对成分的兴趣，2022年
- 强调补充DHA对儿童和老年人的重要性
数据56: 对成分的兴趣——DHA（按居住成员区分），2022年

信息渠道

- 短视频平台和社交媒体上的公众号是最受欢迎的信息渠道
数据57: 信息渠道，2022年
- 新兴功能性饮料可通过专业平台建立可信赖度
数据58: 信息渠道——部分选项（按喝过且会继续喝具有部分健康益处的饮料的被访者区分），2022年

消费行为

- 利用天然性管理消费者对功效的期望
数据59: 消费行为，2022年
- 利用中医理论来吸引女性消费者
数据60: 对消费行为的部分描述语句——同意（按性别区分），2022年
- 从保健品和化妆品中汲取灵感
数据61: 对消费行为的部分描述语句——同意（按同意部分描述语句区分），2022年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

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

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。

美食达人

- 她们是谁？
数据62: 美食达人类型，2022年
数据63: 美食达人类型（按代际区分），2022年
- 挑剔消费者更依赖垂直类健康信息渠道
数据64: 信息渠道（按美食达人类型区分），2022年
- 具有专业形象的品牌在新趋势探索者和挑剔消费者中更具吸引力
数据65: 对消费行为的部分描述语句——同意（按美食达人类型区分），2022年

附录——市场规模、细分与预测

- 数据66: 能量饮料的零售销售额及预测，中国，2017-2027年
- 数据67: 能量饮料的零售销售量及预测，中国，2017-2027年
- 数据68: 运动饮料的零售销售额及预测，中国，2017-2027年
- 数据69: 运动饮料的零售销售量及预测，中国，2017-2027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

交互式数据手册

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

The logo features the word "MINTEL" in a bold, black, sans-serif font, contained within a bright yellow speech bubble shape. Below the main bubble are three smaller, overlapping yellow circles of varying sizes, creating a trail effect.

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](https://www.mintel.com)。