

运动和能量饮料 - 中国 - 2019年7月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



“消费者对运动健身的认知度和参与度不断提高，推动了运动和能量饮料市场的稳健增长，但随着更多的饮料包含了健康方面的功能性宣称，为了与之相抗衡，运动和能量饮料需要巩固其在定位和便利性方面的优势。”

— 李梦，研究副总监

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 将运动饮料定位为与健康有关的多用途饮料
- 对原料的大胆尝试可能会进一步推动增长
- 在途场合对运动和能量饮料至关重要

近年来，运动和能量饮料市场的增速领跑整个软饮料市场。中国消费者对运动健身活动的认知度和参与度在不断提高，成为推动市场增长的关键驱动力，并且飞速发展的健身行业将进一步为这些饮料创造饮用机会。

由于更多的细分市场推出健康方面的宣称来吸引消费者，因此运动和能量饮料需要从定位和便利性着手，以更好地区别于其他饮料。为消费者提供更多区分运动和能量饮料方面的教育，以及拓展饮用场合也有助于推动市场未来的增长。2019-2024年，能量饮料的市场销售额预计将以12.4%的年均复合增长率增长，而运动饮料的增速较慢，年均复合增长率预计为8.2%。

购买
这篇报告

地址：
store.mintel.com

电话：
欧洲，中东，非洲
+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

邮件：
reports@mintel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

运动和能量饮料 - 中国 - 2019年7月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

目录

概述

您所需要了解的

报告定义

不包括

综述

市场

市场增长依然稳健，但增速放缓

数据1: 中国能量饮料市场销售额预测（最好和最差情形），2014-2024年

数据2: 中国能量饮料市场销售量预测（最好和最差情形），2014-2024年

数据3: 中国运动饮料市场销售额预测（最好和最差情形），2014-2024年

数据4: 中国运动饮料市场销售量预测（最好和最差情形），2014-2024年

对健康与健身的认知度与参与度不断提高，推动了增长

公司与品牌

龙头企业保持现有地位，但其市场份额缩水

数据5: 能量饮料市场领先企业的销售份额，中国，2016-2018年

数据6: 运动饮料市场领先企业的销售份额，中国，2016-2018年

更多口味、原料、宣称与包装类型推动增长

消费者

过去12个月，五分之四的被访者饮用过运动和能量饮料

数据7: 运动和能量饮料渗透率，2019年4月

尽管在运动场合饮用运动和能量饮料更普遍，但有机会增加在其他场合的饮用

数据8: 运动和能量饮料饮用场合，2019年4月

消费者需要进一步的教育以区分运动和能量饮料

数据9: 运动和能量饮料的饮用目的（按用户类型区分），2019年4月

在选购运动和能量饮料时，口味与营养均重要

数据10: 运动和能量饮料的选购标准，2019年4月

益生菌和益生元是最受追捧的新原料

数据11: 感兴趣的运动和能量饮料原料，2019年4月

消费者对运动和能量饮料有更深入的了解

数据12: 对运动和能量饮料原料的认知态度，2019年4月

数据13: 对运动和能量饮料功能的认知态度，2019年4月

我们的观点

议题与洞察

将运动饮料定位为与健康有关的多用途饮料

现状

启示

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

运动和能量饮料 - 中国 - 2019年7月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据14: LIFEAID产品线，2019年6月

对原料的大胆尝试可能会进一步推动增长

现状

启示

数据15: 带有天然成分的柑橘柠檬味能量饮料，法国，2018年7月

在途场合对运动和能量饮料至关重要

现状

启示

数据16: F6 SuperShot植物能量饮品，中国，2018年7月

市场——您所需要了解的

市场增长依然稳健，但增速放缓

对健康与健身的认知度与参与度不断提高，推动了增长

其他带有健康宣称的软饮料，将带来更激烈的竞争

市场规模与预测

能量饮料市场保持稳健增长

数据17: 中国能量饮料市场销售额预测（最好和最差情形），2014-2024年

数据18: 中国能量饮料市场销售量预测（最好和最差情形），2014-2024年

运动饮料增速放缓

数据19: 中国运动饮料市场销售额预测（最好和最差情形），2014-2024年

数据20: 中国运动饮料市场销售量预测（最好和最差情形），2014-2024年

市场因素

越来越多的消费者寻求解决亚健康状态的问题

快速发展的健身行业，将促使消费者需要更多随身携带的运动和能量饮料

其他软饮料品类发展健康宣称，并瞄准同一消费群体

重点企业——您所需要了解的

龙头企业保持现有地位，但其市场份额缩水

更多口味与原料，更多健康宣称与包装类型推动增长

市场份额

局势不明朗拖累了红牛的增长

数据21: 能量饮料市场领先企业的销售份额，中国，2016-2018年

脉动在经历了2016年的“震荡”后，仍然领跑运动饮料市场

数据22: 运动饮料市场领先企业的销售份额，中国，2016-2018年

专业品牌提高了市场知名度

数据23: 康比特天猫横幅广告，2019年6月

竞争策略

多元化口味有助于推动运动饮料市场增长

数据24: 运动饮料10大口味，中国，2014-2018年

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

运动和能量饮料 - 中国 - 2019年7月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据25: 脉动新口味——中国，2018-2019年

数据26: 能量饮料10大口味，中国，2014-2018年

除了维生素与能量，制造商推出了更多有关整体健康的宣称与健康产品

数据27: 运动饮料10大宣称，中国，2014-2018年

数据28: 能量饮料10大宣称，中国，2014-2018年

多种包装类型或许适用于多样的使用场合

数据29: 运动和能量饮料的包装，中国，2014-2018年

谁在创新？

更多蛋白质产品

数据30: 必乐蛋白质水，中国，2018年12月

天然有机提神饮料

数据31: Sambazon有机亚马逊能量饮料——巴西莓（Sambazon Organic Amazon Energy Drink – Acai Berry），2019年6月

跨界与新型产品

数据32: 可口可乐能量饮料，西班牙，2019年4月

数据33: 脉动+产品，2019年4月

创新包装让消费者更方便地使用粉末状饮料

数据34: EYZ Pro蛋白奶昔（EYZ Pro protein shake），2019年6月

消费者——您所需要了解的

有潜在在除了运动以外的场合增加饮用

消费者需要进一步的教育以区分运动和能量饮料

在选购运动或能量饮料时，口味与营养均重要

益生菌与益生元是最受欢迎的新原料

运动和能量饮料的渗透率

超过三分之二的消费者分别喝过运动和能量饮料

数据35: 运动和能量饮料渗透率，2019年4月

25-29岁饮用者比例少但频率高

数据36: 运动和能量饮料渗透率（按年龄区分），2019年4月

渗透率的地理差异在于区域而非城市线级

数据37: 运动和能量饮料渗透率（按城市线级区分），2019年4月

数据38: 运动和能量饮料渗透率（按区域区分），2019年4月

饮用场合

运动或健身无疑是最常见的饮用场合

数据39: 运动和能量饮料饮用场合，2019年4月

一线城市的生活方式带来机遇

数据40: 运动饮料饮用场合（按城市线级区分），2019年4月

数据41: 能量饮用场合（按城市线级区分），2019年4月

饮用目的

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

运动和能量饮料 - 中国 - 2019年7月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

消费者更追求缓解疲劳

数据42: 运动和能量饮料的饮用目的，2019年4月

消费者将运动和能量饮料视为补水来源

补充维生素的意图较为常见

消费者需要进一步的教育，以更好地区分运动和能量饮料

数据43: 运动和能量饮料的饮用目的（按用户类型区分），2019年4月

能量与维生素是针对30-39岁消费者的核心卖点

数据44: 运动和能量饮料的饮用目的（按年龄区分），2019年4月

对二线及以下城市的消费者进行更多教育

数据45: 运动和能量饮料的饮用目的（按城市线级区分），2019年4月

选购标准

选购运动和能量饮料时，口味也很重要

数据46: 运动和能量饮料的选购标准，2019年4月

在健康意识的驱动下，营养成分也颇受重视

在运动和能量饮料品类，糖分并未被普遍视为问题

数据47: 海德力左旋肉碱征服系列，中国，2019年6月

价格敏感度较低与对品牌的信任，带来高端化机会

女性与一线城市消费者更关心含糖量

数据48: 运动和能量饮料的选购标准（按性别区分），2019年4月

数据49: 运动和能量饮料的选购标准（按城市线级区分），2019年4月

针对不同年龄群体的不同营销策略

数据50: 运动和能量饮料的选购标准（按年龄区分），2019年4月

感兴趣的原料

益生菌是最受追捧的原料

数据51: 感兴趣的运动和能量饮料原料，2019年4月

胶原蛋白也以护肤功效获得青睐

对咖啡因摄入量的担忧，催生咖啡因替代品的需求

数据52: 含有绿茶萃取物的可乐味营养饮料，中国，2018年7月

消费者期望用蛋白质来增强免疫力

数据53: 感兴趣的运动和能量饮料原料（按年龄区分），2019年4月

男性通常对与能量有关的成分更感兴趣

数据54: 感兴趣的运动和能量饮料原料（按性别区分），2019年4月

不同区域消费者的需求各异

数据55: 感兴趣的运动和能量饮料原料（按城市线级区分），2019年4月

数据56: 感兴趣的运动和能量饮料原料（按区域区分），2019年4月

对运动和能量饮料的认知态度

消费者对原料更了解

数据57: 对运动和能量饮料原料的认知态度，2019年4月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

运动和能量饮料 - 中国 - 2019年7月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

有潜力渗透到更多场合

数据58: 对运动和能量饮料功能的认知态度，2019年4月

认识英敏特城市精英人群

健身参与度更高，带来更高渗透率

数据59: 运动和能量饮料渗透率（按消费者分类区分），2019年4月

数据60: 运动饮料饮用场合（按消费者分类区分），2019年4月

数据61: 能量饮料饮用场合（按消费者分类区分），2019年4月

英敏特城市精英人群选购运动和能量饮料时，很看重成分和品牌

数据62: 运动和能量饮料的选购标准（按消费者分类区分），2019年4月

附录——市场规模与预测

数据63: 中国能量饮料市场销售额，2014-2018年

数据64: 中国能量饮料市场销售量，2014-2018年

数据65: 中国运动饮料市场销售额，2014-2018年

数据66: 中国运动饮料市场销售量，2014-2018年

附录——研究方法 with 缩写

研究方法

扇形图预测

缩写

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com