2026-2032年中国电解质饮料行业市场供需态势及产业趋势研判报告

报告大纲

智研咨询
www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2026-2032年中国电解质饮料行业市场供需态势及产业趋势研判报告》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：https://www.chyxx.com/research/1255798.html

报告价格：电子版: 9800元　纸介版：9800元　电子和纸介版: 10000元

订购电话: 400-700-9383、010-60343812、010-60343813

电子邮箱: kefu@chyxx.com

联 系 人: 刘老师

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

报告导读：

电解质饮料是以水溶解钠、钾、镁等电解质及维生素、碳水化合物制成的功能性饮品，通过科学配比补充人体水分及电解质，维持体液平衡。近年来，随着全民健康意识的提升与运动生活方式的普及，电解质饮料逐渐从小众运动饮品走向大众市场。2022年以前电解质饮料主打运动人群，此后随着维持身体水盐平衡的功效被深挖和大众健康意识的觉醒，电解质饮料逐渐走出健身房成为更多消费者的“水替”。无论居家、户外还是办公场景，零负担、轻滋味、健康化的多重属性共同助推电解质饮料市场快速崛起。数据显示，2020年中国电解质饮料行业市场规模为9亿元，到了2025年中国电解质饮料行业市场规模增长至156亿元，年复合增长率为76.9%。当前国内电解质饮料已经形成双寡头领衔、老牌专业品牌守阵地、全品类巨头跨界入局、细分小众品牌错位补缺的四层竞争梯队，行业集中度偏高，头部品牌合计占据七成以上市场份额；伴随农夫山泉、可口可乐、蒙牛等大批成熟饮料企业集中落地新品，赛道从早期小众运动饮品演变为全品类巨头必争赛道，行业加速进入产品、渠道、价格全方位内卷阶段，中小杂牌加速出清，市场持续向头部集中。

基于此，依托智研咨询旗下电解质饮料行业研究团队深厚的市场洞察力，并结合多年调研数据与一线实战需求，智研咨询推出《2026-2032年中国电解质饮料行业市场供需态势及产业趋势研判报告》。本报告立足电解质饮料新视角，聚焦行业核心议题——变化趋势（怎么变）、用户需求（要什么）、投放选择（投向哪）、运营方法（如何投）及实践案例（看一看），期待携手行业伙伴，共谋行业发展新格局、新机遇，推动电解质饮料行业发展。

观点抢先知：

相关概述：电解质饮料是以水溶解钠、钾、镁等电解质及维生素、碳水化合物制成的功能性饮品，通过科学配比补充人体水分及电解质，维持体液平衡。其成分符合国家食品安全标准，电解质浓度接近人体体液，可快速吸收并辅助代谢；缓冲剂调节pH值，碳水化合物转化为糖原提供能量，维生素C、B6等成分参与代谢排毒。该饮料适用于运动后或高温出汗导致的电解质失衡场景，可缓解疲劳、降低脱水风险。

发展历程：中国电解质饮料市场的发展历程可划分为多个关键阶段。1965年，美国佛罗里达大学为美式足球队研发出含电解质成分的运动饮料，佳得乐由此诞生。1984年，健力宝成为中国首个推出电解质饮料的品牌，首次在饮品中添加碱性电解质，填补了国内空白，一度风靡全国，但受限于消费者认知，其应用场景长期局限于运动后恢复。2002年，日本大冢制药在天津建立宝矿力水特工厂，具备20年研发经验；2003年，宝矿力水特正式进入中国市场，农夫山泉也推出“尖叫”系列切入该领域，但市场增长相对平稳。2005年，佳得乐正式进入中国市场。2020年，疫情提升了公众健康意识，电解质饮料厂商加速布局，佳得乐当年在中国销售额突破10亿元。2021年，《电解质饮料》团体标准立项计划启动，同年元

气森林旗下“外星人电解质水”正式上市。2022年被视为“中国电解质饮料元年”，市场规模从2020年的9亿元增至27亿元，年复合增长率高达73.21%。2023年，东鹏推出“补水啦”产品，凭借渠道与数字化优势迅速成为10亿级单品。2026年，农夫山泉推出新品“电解质”，通过渠道和定价策略，试图在“日常补水”场景中抢占份额，市场竞争进入更激烈的巨头争霸阶段。
产业链：电解质饮料行业上游包括水、葡萄糖、电解质、维生素、包装瓶等原材料；中游是指电解质饮料的生产制造，主要品牌方包括元气森林“外星人”、东鹏“补水啦”、农夫山泉、宝矿力水特、佳得乐等；下游是指销售渠道包括线下商超、便利店、自动售货机，以及线上电商平台。通过这些渠道最终将产品销售给终端消费者，核心人群为| 运动后、高温环境、轻度脱水场景者。
发展现状：近年来，随着全民健康意识的提升与运动生活方式的普及，电解质饮料逐渐从小众运动饮品走向大众市场。2022年以前电解质饮料主打运动人群，此后随着维持身体水盐平衡的功效被深挖和大众健康意识的觉醒，电解质饮料逐渐走出健身房成为更多消费者的“水替”。无论居家、户外还是办公场景，零负担、轻滋味、健康化的多重属性共同助推电解质饮料市场快速崛起。数据显示，2020年中国电解质饮料行业市场规模为9亿元，到了2025年中国电解质饮料行业市场规模增长至156亿元，年复合增长率为76.9%。可以预见，随着市场教育深化与功能饮品边界模糊化，电解质饮料将继续在“健康消费”的浪潮中释放更大潜力，行业市场规模有望持续上涨。
竞争格局：当前国内电解质饮料已经形成双寡头领衔、老牌专业品牌守阵地、全品类巨头跨界入局、细分小众品牌错位补缺的四层竞争梯队，行业集中度偏高，头部品牌合计占据七成以上市场份额；伴随农夫山泉、可口可乐、蒙牛等大批成熟饮料企业集中落地新品，赛道从早期小众运动饮品演变为全品类巨头必争赛道，行业加速进入产品、渠道、价格全方位内卷阶段，中小杂牌加速出清，市场持续向头部集中。
市场趋势：（1）行业基础电解质配比逐步成为行业通用标准，同质化产品竞争空间持续收窄，品牌竞争重心转向复合配方研发，依托不同原料搭配打造专属产品属性，围绕不同人群生理需求细化产品方案，依托天然原料、草本复配、营养添加等方向构筑产品差异化壁垒，从通用型补水饮品逐步走向分人群、分场景的定制化产品体系。（2）品牌打破单一渠道铺货模式，依据产品定位匹配适配终端，高端产品聚焦精品商超、连锁便利店、专业特色渠道，平价产品深耕县域流通、餐饮、社区终端，同时依托线上新零售完善即时零售布局，渠道比拼从大范围铺货转为终端精细化管理与点位效率竞争，渠道壁垒逐步成为品牌核心竞争力之一。
报告相关内容节选：

报告目录：

第一章 电解质饮料行业发展综述
1.1 电解质饮料行业定义及分类
1.1.1 行业定义
1.1.2 行业主要产品分类
1.1.3 行业主要商业模式
1.2 电解质饮料行业特征分析
1.2.1 产业链分析
1.2.2 电解质饮料行业在国民经济中的地位
1.2.3 电解质饮料行业生命周期分析
（1）行业生命周期理论基础
（2）电解质饮料行业生命周期
1.3 最近3-5年中国电解质饮料行业经济指标分析
1.3.1 赢利性
1.3.2 成长速度
1.3.3 附加值的提升空间
1.3.4 进入壁垒／退出机制
1.3.5 风险性
1.3.6 行业周期
1.3.7 竞争激烈程度指标
1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析
第二章 电解质饮料行业运行环境分析
2.1 电解质饮料行业政治法律环境分析
2.1.1 行业管理体制分析
2.1.2 行业主要法律法规
2.1.3 行业相关发展规划
2.2 电解质饮料行业经济环境分析
2.2.1 国际宏观经济形势分析
2.2.2 国内宏观经济形势分析
2.2.3 产业宏观经济环境分析
2.3 电解质饮料行业社会环境分析
2.3.1 电解质饮料产业社会环境
2.3.2 社会环境对行业的影响
2.3.3 电解质饮料产业发展对社会发展的影响
2.4 电解质饮料行业技术环境分析

2.4.1 电解质饮料技术分析
2.4.2 电解质饮料技术发展水平
2.4.3 行业主要技术发展趋势
第三章 我国电解质饮料行业运行分析
3.1 我国电解质饮料行业发展状况分析
3.1.1 我国电解质饮料行业发展阶段
3.1.2 我国电解质饮料行业发展总体概况
3.1.3 我国电解质饮料行业发展特点分析
3.2 2021-2025年电解质饮料行业发展现状
3.2.1 2021-2025年我国电解质饮料行业市场规模
3.2.2 2021-2025年我国电解质饮料行业发展分析
3.2.3 2021-2025年中国电解质饮料企业发展分析
3.3 区域市场分析
3.3.1 区域市场分布总体情况
3.3.2 2021-2025年重点省市市场分析
3.4 电解质饮料细分产品/服务市场分析
3.4.1 细分产品/服务特色
3.4.2 2021-2025年细分产品/服务市场规模及增速
3.4.3 重点细分产品/服务市场前景预测
3.5 电解质饮料产品/服务价格分析
3.5.1 2021-2025年电解质饮料价格走势
3.5.2 影响电解质饮料价格的关键因素分析
（1）成本
（2）供需情况
（3）关联产品
（4）其他
3.5.3 2026-2032年电解质饮料产品/服务价格变化趋势
3.5.4 主要电解质饮料企业价位及价格策略
第四章 我国电解质饮料所属行业整体运行指标分析
4.1 2021-2025年中国电解质饮料所属行业总体规模分析
4.1.1 企业数量结构分析
4.1.2 人员规模状况分析
4.1.3 行业资产规模分析
4.1.4 行业市场规模分析
4.2 2021-2025年中国电解质饮料所属行业产销情况分析

4.2.1 我国电解质饮料所属行业工业总产值
4.2.2 我国电解质饮料所属行业工业销售产值
4.2.3 我国电解质饮料所属行业产销率
4.3 2021-2025年中国电解质饮料所属行业财务指标总体分析
4.3.1 行业盈利能力分析
4.3.2 行业偿债能力分析
4.3.3 行业营运能力分析
4.3.4 行业发展能力分析
第五章 我国电解质饮料行业供需形势分析
5.1 2021-2025年电解质饮料行业供给分析
5.2 电解质饮料行业区域供给分析
5.3 2021-2025年我国电解质饮料行业需求情况
5.4 电解质饮料行业下游客户分布格局
5.5 各区域市场需求情况分布
第六章 电解质饮料行业产业结构分析
6.1 电解质饮料产业结构分析
6.1.1 市场细分充分程度分析
6.1.2 各细分市场领先企业排名
6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例
6.1.4 领先企业的结构分析（所有制结构）
6.2 产业价值链条的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析
6.2.1 产业价值链条的构成
6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析
6.3 产业结构发展预测
6.3.1 产业结构调整指导政策分析
6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素
6.3.3 中国电解质饮料行业参与国际竞争的战略市场定位
6.3.4 产业结构调整方向分析
第七章 我国电解质饮料行业产业链分析
7.1 电解质饮料行业产业链分析
7.1.1 产业链结构分析
7.1.2 主要环节的增值空间
7.1.3 与上下游行业之间的关联性
7.2 电解质饮料上游行业分析
7.2.1 电解质饮料产品成本构成

7.2.2 2021-2025年上游行业发展现状
7.2.3 2026-2032年上游行业发展趋势
7.2.4 上游供给对电解质饮料行业的影响
7.3 电解质饮料下游行业分析
7.3.1 电解质饮料下游行业分布
7.3.2 2021-2025年下游行业发展现状
7.3.3 2026-2032年下游行业发展趋势
7.3.4 下游需求对电解质饮料行业的影响
第八章 我国电解质饮料行业渠道分析及策略
8.1 电解质饮料行业渠道分析
8.1.1 渠道形式及对比
8.1.2 各类渠道对电解质饮料行业的影响
8.1.3 主要电解质饮料企业渠道策略研究
8.2 电解质饮料行业用户分析
8.2.1 用户认知程度分析
8.2.2 用户需求特点分析
8.2.3 用户购买途径分析
8.3 电解质饮料行业营销策略分析
第九章 我国电解质饮料行业竞争形势及策略
9.1 行业总体市场竞争状况分析
9.1.1 电解质饮料行业竞争结构分析
（1）现有企业间竞争
（2）潜在进入者分析
（3）替代品威胁分析
（4）供应商议价能力
（5）客户议价能力
（6）竞争结构特点总结
9.1.2 电解质饮料行业企业间竞争格局分析
9.1.3 电解质饮料行业集中度分析
9.1.4 电解质饮料行业SWOT分析
9.2 中国电解质饮料行业竞争格局综述
9.2.1 电解质饮料行业竞争概况
（1）中国电解质饮料行业竞争格局
（2）电解质饮料行业未来竞争格局和特点
（3）电解质饮料市场进入及竞争对手分析

9.2.2 中国电解质饮料行业竞争力分析
（1）我国电解质饮料行业竞争力剖析
（2）我国电解质饮料企业市场竞争的优势
（3）国内电解质饮料企业竞争能力提升途径
9.2.3 电解质饮料市场竞争策略分析
第十章 电解质饮料行业领先企业经营形势分析
10.1 农夫山泉股份有限公司
10.1.1 企业概况
10.1.2 企业优势分析
10.1.3 产品/服务特色
10.1.4 公司经营状况
10.1.5 公司发展规划
10.2 元气森林(北京)食品科技集团有限公司
10.2.1 企业概况
10.2.2 企业优势分析
10.2.3 产品/服务特色
10.2.4 公司经营状况
10.2.5 公司发展规划
10.3 大冢(中国)投资有限公司
10.3.1 企业概况
10.3.2 企业优势分析
10.3.3 产品/服务特色
10.3.4 公司经营状况
10.3.5 公司发展规划
10.4 东鹏饮料（集团）股份有限公司
10.4.1 企业概况
10.4.2 企业优势分析
10.4.3 产品/服务特色
10.4.4 公司经营状况
10.4.5 公司发展规划
10.5 美国百事公司
10.5.1 企业概况
10.5.2 企业优势分析
10.5.3 产品/服务特色
10.5.4 公司经营状况

10.5.5 公司发展规划
第十一章 2026-2032年电解质饮料行业投资前景
11.1 2026-2032年电解质饮料市场发展前景
11.1.1 2026-2032年电解质饮料市场发展潜力
11.1.2 2026-2032年电解质饮料市场发展前景展望
11.1.3 2026-2032年电解质饮料细分行业发展前景分析
11.2 2026-2032年电解质饮料市场发展趋势预测
11.2.1 2026-2032年电解质饮料行业发展趋势
11.2.2 2026-2032年电解质饮料市场规模预测
11.2.3 2026-2032年电解质饮料行业应用趋势预测
11.2.4 2026-2032年细分市场发展趋势预测
11.3 2026-2032年中国电解质饮料行业供需预测
11.3.1 2026-2032年中国电解质饮料行业供给预测
11.3.2 2026-2032年中国电解质饮料行业需求预测
11.3.3 2026-2032年中国电解质饮料供需平衡预测
11.4 影响企业生产与经营的关键趋势
11.4.1 市场整合成长趋势
11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测
11.4.3 企业区域市场拓展的趋势
11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展
11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势
第十二章 2026-2032年电解质饮料行业投资机会与风险
12.1 电解质饮料行业投融资情况
12.1.1 行业资金渠道分析
12.1.2 固定资产投资分析
12.1.3 兼并重组情况分析
12.2 2026-2032年电解质饮料行业投资机会
12.2.1 产业链投资机会
12.2.2 细分市场投资机会
12.2.3 重点区域投资机会
12.3 2026-2032年电解质饮料行业投资风险及防范
12.3.1 政策风险及防范
12.3.2 技术风险及防范
12.3.3 供求风险及防范
12.3.4 宏观经济波动风险及防范

12.3.5 关联产业风险及防范
12.3.6 产品结构风险及防范
12.3.7 其他风险及防范
第十三章 电解质饮料行业投资战略研究
13.1 电解质饮料行业发展战略研究
13.2 对我国电解质饮料品牌的战略思考
13.3 电解质饮料经营策略分析
13.4 电解质饮料行业投资战略研究
第十四章 研究结论及投资建议
14.1 电解质饮料行业研究结论
14.2 电解质饮料行业投资价值评估
14.3 电解质饮料行业投资建议
14.3.1 行业发展策略建议
14.3.2 行业投资方向建议
14.3.3 行业投资方式建议

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/1255798.html