

电解质饮料作为饮料中的细分品类,2023年冬天需求依旧强劲。近年来,新老品牌纷纷入局,市场迎来新发展机遇。电解质饮料销售增长的原因有哪些?作为细分产品,电解质饮料有无更多的消费场景能够更好地满足消费者需求?

电解质饮料需求增加 拓展“场景圈”成关键

市场销售火爆

2022年年底,电解质饮料突然变成了香饽饽,获得了前所未有的关注。随着近期流感季的到来,电解质饮料也迎来了销售高峰。

京东超市数据显示,2023年11月以来,电解质类饮料销量同比增长150%,一度超过2023年夏季8月最高销量。

近日,笔者来到东坝地区嘉品商场一家地下商超,看到一位消费者怀抱数瓶电解质饮料准备去结账。在该超市内,各个品牌的电解质饮料被摆放在在货架的主要位置。超市销售人员告诉笔者,入冬以来,电解质饮料的销量一直不错,购买者多为年轻人,其中很多都是运动爱好者。

近日,笔者在电商平台上搜索“电解质饮料”,发现多个知名品牌产品在售。从销售数据上看,这些产品的销售点评均超过了100万条。

天猫新品创新中心数据显示,新锐白领、资深中产和Z世代人群是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,电解质饮料也俘获了许多女性消费者,在社交平台上就有许多自发推荐电解质饮料的女性消费者。

中国食品产业分析师朱丹蓬认为,电解质饮料属于功能性产品,随着国人对健康管理、营养管理方面有了更高的认知及要求,

电解质饮料这一具有一定科技含量的产品应运而生,未来会有一定的发展前景。

中国企业资本联盟副理事长柏文喜告诉笔者,随着健康意识的增强,消费者对于健康饮品的消费需求增加。电解质饮料被认为是一种健康的饮品,因为它含有适量的电解质(如钠和钾),有助于维持人体的正常生理功能。

赛道竞争加剧

在电解质饮料销量快速增长的同时,这一赛道也成为企业竞争的新战场。

前瞻产业研究院发布的《2023年中国电解质饮料行业市场洞察报告》(以下简称《报告》)显示,2020年至2022年,中国电解质饮料市场规模呈现快速增长态势,2022年增速高达50%。对比同期能量饮料、软饮料等品类同比个位数的市场增速,电解质饮料市场增速达到了50.1%,可谓是“年度黑马”。天猫新品创新中心发布的《2022电解质饮料趋势报告》显示,电解质饮料销量同比增速超越能量饮料、蛋白质水、维生素饮料等其他功能性饮料,成为水饮赛道的新风口。

据了解,早期的电解质饮料产品多来自于国外品牌,而目前越来越多的国产品牌出现在市场上。

《报告》显示,2022年,电解质饮料市场份额TOP5中3个都是国产品牌。

随着入局者的增加,品牌之间的竞争也日益激烈。笔者留意到,相比矿泉水、纯净水等常规补水产品,电解质饮料的售价更高。随着健康养生理念的普及,拼成分成为新潮流,品牌纷纷开始试水低糖、无糖版产品,不少产品均打出“0脂0糖0卡”概念,有的还宣称“富含膳食纤维”等。

新消费场景亟待拓展

虽然电解质饮料市场迅速扩容,但与其他饮料品类相比仍为小众产品。

笔者了解到,《饮料通则》中的特殊用途饮料类目下有电解质饮料分类。电解质饮料指的是具有一定能量并添加适量营养成分或其他特定成分,能为机体补充能量或加速能量释放和吸收的制品。但目前电解质饮料并没有单独的统一产品标准。对于电解质饮料中电解质的种类及含量,各个品牌可以说是自行其是。

Co-Found 智库秘书长张新原对笔者表示,虽然各品牌电解质饮料的配方、口味有所不同,但本质功能相似,消费者在选择时难以区分优劣,再加上缺乏突破性的产品创新,使得消费者对现有电解质饮料兴趣有限,难以培育出大单品。

电解质饮料的市场规模仍有限。《报告》显示,2022年电解质饮料市场规模同比增长50.1%,但市场规模仅有27亿元。

朱丹蓬认为,电解质饮料虽然在最近

几年迎来了高光时刻,但整体表现并不是非常亮眼。因为电解质饮料的目标群体主要是运动人群,这类特定消费人群具有一定的局限性且很难突破,将来整个赛道可能不会有太大的扩容,预计整体体量在120亿元左右。

柏文喜表示,目前国内电解质饮料的消费教育处于初级阶段。虽然电解质饮料在运动人群中已经有了一定的知名度和口碑,但是它还没有被广泛地认知和接受。消费场景比较固定,消费认知不够明晰,可能也限制了这一品类的进一步发展,以至于市场规模无法更好地扩大。

不过,近年来电解质饮料市场发展较快,为电解质饮料的发展带来了新的市场前景以及破圈机会。天猫新品创新中心发布的《2022电解质水趋势报告》显示,户外旅行、读书工作疲劳等场景下的电解质饮料需求已被激发,目前电解质水饮用场景在从单一运动场景向多元化场景外溢。

笔者了解到,元气森林、宝矿力水特等品牌也在积极推进电解质饮料多场景饮用模式,如强调运动健身、户外出行等场景下饮用电解质水的必要性。

品牌专家解筱文对笔者表示,扩展更多的饮用场景,满足更多的消费需求,成为电解质饮料赛道的必选题,企业要在产品研发、品牌建设、营销策略等方面下功夫,不断创新,以适应市场和消费者需求的变化。
(孟刚)

广告



贵州贵酒
GUIZHOU GUIJIU

贵州贵酒 封藏酒

—以时光 酿珍贵—





中康一品实业有限公司
服务热线: 400-800-2692
销售电话: 010-83362960

