

中国气泡水行业发展现状研究与投资趋势调研报告（2022-2029年）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国气泡水行业发展现状研究与投资趋势调研报告（2022-2029年）》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：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202209/609572.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

1、行业概述

气泡水是一种有着清新的口感、细腻的气泡、各种水果口味的新型饮料，是目前较为火热的饮料。气泡水具有抑制食欲、消除便秘、阻断糖类与脂肪的吸收，调节人体酸碱平衡、瘦身、提神等功效，因此受到广大年轻人的大力追捧，尤其是追求身体健康及生活质量的朋友更为关注。

实际上，在欧美国家以及部分亚洲地区（日本，韩国，中国台湾省），早已流行在家自制气泡水，以更低的价格代替市面上昂贵的气泡水。其中日本及台湾地区更是有许多时尚达人通过长期饮用气泡水以此达到减肥效果，肠胃和三高人群也通过长期饮用气泡水来调节自身的健康状况。相比之下，中国大陆地区的气泡水普及较缓，因此在国内气泡水也是近几年才开始流行，但家庭自制气泡水机也与2012年3月可以在国内找到。

从市场分类来看，当前市面上的气泡水按照气的来源主要可以分为两类：一类是天然气泡水，当中气的来源有是来自天然，天然含有CO₂气体,并富含钾、钠、钙、镁等天然矿物质及微量元素的矿泉水，水中CO₂由岩浆中气体通过断层涌向地表，与泉水融合而形成，其价格贵些；另一类是人工气泡水，当中的气是人工加气，就是将普通水中冲入二氧化碳形成的气泡，价格相对便宜。而人工气泡水又可以分为气泡矿泉水、塞尔兹气泡水和苏打气泡水。气泡矿泉水是指人工注入CO₂的天然矿泉水，虽非天然含气,但由于水源仍为富含多种矿物元素的矿泉水，故仍被认为是一种高端包装水饮品。塞尔兹气泡水是指人工注入CO₂的纯净水，由于不含矿物质且成分较干净，口感也较其他人造气泡水更加清爽；苏打水即碳酸氢钠(小苏打)水溶液，可分有气和无气两种，有气苏打水又称苏打气泡水，其气体主要通过碳酸氢钠溶于水形成，目前市场上消费者认识程度更多主要是苏打气泡水，但苏打气泡水中的钠盐中和了气泡水原本的酸性使其带有淡盐碱味,同时可一定程度中和胃酸，对牙齿和肠胃的影响更小，但钠离子存在也会增加人体钠摄入，高血压人群不适宜过量。

资料来源：观研天下整理

2、市场现状

我国气泡水行业起步较晚，但发展迅速，特别是近些年来，我国饮料行业产量及销售额增速放缓背景下，气泡水市场的发展速度显得尤为迅速。数据显示从2016年到2021年我国各类饮料总产量从18345.2万吨波动下降至18333.8万吨。事实上自2017年我国饮料产量出现下滑以后以国内碳酸饮料为代表的传统饮料市场就面临需求不振的情况。尽管从2016年到2021年我国各类饮料总销售额从4997.2亿元增长至6296.5亿元，但是其增长明显较为平缓。

资料来源：公开资料整理

气泡水，作为众多碳酸饮料中的一种，成为了我国饮料中发展较为快速的市场之一。近年来

，随着广大年轻人对美体、抗糖、抗老化等健康需求与日俱增，气泡水凭借小红书、抖音等年轻化平台种草和低负担的健康理念，成功打入年轻人视野，一跃成为大众饮料。而且市面上在售气泡水产品往往搭配桃子、荔枝、橙子、葡萄等清甜水果味道，同时市场创新口味层出不穷，吸引着广大年轻消费者们不断进行新口味的尝试与品牌复购，不断为市场增加活力，推动市场持续扩容，使得市场得到快速发展。

根据数据显示，2015年我国气泡水销售规模约为24.6亿元，到2018年，随着元气森林推出“0糖、0脂、0卡”的苏打气泡水，国内的气泡水市场被快速打开了，这一年我国气泡水市场销售规模达到35.8亿元，同比增长26.5%；到2019年，“元气森林”更是成为最为火热的“网红饮料”，促使该年我国气泡水市场销售规模增长至52.4亿元，同比增长约46.4%；2020年受到疫情全民居家隔离影响，气泡水市场销售规模增长至58.1亿元；2021年元气森林产品已覆盖全国超30个省、市、自治区，并出口美国、日本、新加坡等40个国家，预计2021年我国气泡水市场销售规模将达到135亿元左右。

资料来源：观研天下整理

3、竞争现状

国内气泡水行业市场快速扩容，引得企业纷纷入局。近些年来，除了元气森林品牌之外，传统饮料巨头也强势切入市场，农夫山泉、娃哈哈、百事可乐、蒙牛、新希望、喜茶、RIO、盼盼食品等各类品牌纷纷入局该赛道，使得市场竞争之势加剧。

我国气泡水行业入局者及其主要产品

企业简称

代表产品

元气森林

石榴红树莓味苏打气泡水、百香果味苏打气泡水、海盐菠萝味苏打气泡水、青柠仙人掌味苏打气泡水、草莓味苏打气泡水、山楂苏打气泡水、白桃味苏打气泡水等。

农夫山泉

莫吉托、拂晓白桃、日向夏橘三种口味苏打气泡水以及“春见油柑味”苏打气泡水。

娃哈哈

莫吉托、桂花香橙、茉莉冰啤三种口味小轻薰苏打气泡水及青柠、卡曼橘、水蜜桃三种风味透明质酸钠气泡水等。

百事可乐

百事可乐bubly微笑趣泡气泡水上市，新品有百香果、白桃、蜜柚三种口味。

蒙牛

“乳此汽质”柠檬卡曼橘味和原味两种口味乳酸菌气泡水，并首次将“活菌”概念引入气泡水，推出活菌泡泡新品。

新希望

旗下欧气推出白桃口味、樱花荔枝味、柑橘青桔味、夏黑葡萄味4款气泡水产品。

喜茶

海盐柚子味无糖气泡水、荔枝海盐和菠萝百香果乳酸菌两种无糖气泡水以及青提乳酸菌味气泡水等。

RIO

“HEY POP 嘿泡泡”汽泡水，有水蜜桃、柠檬、青柠、苏打气泡水4款产品。

盼盼食品

0糖苏打气泡水新品，有卡曼橘和青提葡萄两种口味等。

资料来源：观研天下整理

市场竞争情况来看，近两年元气森林在气泡水饮行业以一己之力成功破圈并领跑市场快速增长。2021年元气森林气泡水线上销售额占气泡水总销售额比例超过六成，优势较为显著；二线品牌当中喜茶则逐步脱颖而出，成为第二大气泡水销售品牌，占比约为16%左右。

资料来源：公开资料整理

就元气森林销售情况来看，2018年元气森林销售额约为2.29亿元；2020年其全年销售额达30亿元，同比增长约240%；到2021年便增长至75亿元，同比增长约150%。可以看出近几年来元气森林销售额高速增长，且在我国整个气泡水行业市场销售规模增长中占据领跑地位。目前，我国元气森林品牌的气泡水不仅已覆盖全国超30个省、市、自治区，而且还出口到美国、日本、新加坡等40个国家和地区。

资料来源：观研天下整理

气泡水在我国已经是年销售额破百亿元的赛道。在当前赛道上，元气森林、喜茶等众多新玩家暂时占据市场较多份额。然而近两年，传统饮料巨头纷纷强势切入市场，利用自身的研发和生产优势，开始从新的角度升级气泡水。另外，近日，内地市场气泡水更是迎来一位新的外国跨界玩家——力保健。毫无疑问，未来我国气泡水赛道将会愈发的拥挤，市场竞争也将愈发激烈，预计未来我国气泡水行业集中度有望经历整合——分散——整合周期。

4、发展前景

综合来看，当前，我国气泡水行业仍然处在增量竞争阶段。气泡水行业市场快速扩容，可口可乐、百事可乐、农夫山泉等各大饮料品牌纷纷入局使得竞争也愈发激烈。

市场方面，未来随着消费水平的提升，社交、运动、养生、美容等需求的盛行将使得气泡水开始追求额外的功能性，并拓展到更多的消费场景，而多元化消费场景的拓展和开发将给我国气泡水行业市场带来进一步扩容。

而且，对比国外，2020年中国市场气泡水占碳酸饮料比重约为7%，而西欧、美国、日本市场气泡水占碳酸饮料比重分别为8%、11%、21%，均高于我国。同时考虑到非传统碳酸品类占比我国市场原本就显著较低，且其具备较大转化潜力，可见未来我国气泡水行业市场增

量空间较大。预测，到2026年，我国气泡水销售额有望突破500亿元。

资料来源：公开资料整理

竞争方面，我国气泡水赛道竞争的愈发激烈将使得市场产品同质化问题开始严重，事实上，从我国各大饮料品牌推出的气泡水产品来看，市场同质化问题已经存在了，大都是主打水果风味气泡水。目前，气泡水产品的受众已经由Z世代开始向更多的其他年龄段人群扩散，产品的研发需要以大众消费偏好为导向。

早期的气泡水主打基础的“零糖零脂零卡”，现在随着消费者对健康和天然的追求，市面上的气泡水产品已经开始从追求“三无”转变为“五零”甚至“七零”（0食品添加剂、0防腐剂、0表面活性剂、0增稠剂、0香精、0色素、0甜味剂）。面对消费者对饮料越来越高的需求标准和愈发挑剔的口味，一些品牌开始利用其自身优势，走特色发展道路。例如我国国民品牌优酸乳也开始布局气泡水市场，推出全新产品“乳汽”气泡乳；近期，老式凉茶品牌和其正推出了新品——气泡凉茶，采用独有的中草药现熬萃取专利技术加工，在其中加入了无磷酸气泡，形成“凉茶+气泡”的独特口感；而近日在我国上市的日本力保健品牌气泡水也在保持“0糖0脂0卡”的主流气泡水普遍属性之外，还进一步尝试为产品附加了健康价值，并采用赤藓糖醇、甜菊糖苷、罗汉果甜苷类高端天然代糖配方，同时更有针对性调配添加维生素B6、烟酰胺、维生素C和牛磺酸等人体所需营养成分，并且加入绿茶粉、枸杞粉、罗汉果甜苷等天然植物添加。

由此可见未来，我国各气泡水品牌想要从市场脱颖而出，占据较大份额，则应当使出浑身解数，创新产品研发，走差异化发展路线，打出自己品牌特色。（LQM）

观研报告网发布的《中国气泡水行业发展现状研究与投资趋势调研报告（2022-2029年）》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，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。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据

库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2018-2022年中国气泡水行业发展概述

第一节 气泡水行业发展情况概述

一、气泡水行业相关定义

二、气泡水特点分析

三、气泡水行业基本情况介绍

四、气泡水行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、气泡水行业需求主体分析

第二节 中国气泡水行业生命周期分析

一、气泡水行业生命周期理论概述

二、气泡水行业所属的生命周期分析

第三节 气泡水行业经济指标分析

一、气泡水行业的赢利性分析

二、气泡水行业的经济周期分析

三、气泡水行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球气泡水行业市场发展现状分析

第一节 全球气泡水行业发展历程回顾

第二节 全球气泡水行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲气泡水行业地区市场分析

一、亚洲气泡水行业市场现状分析

二、亚洲气泡水行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲气泡水行业市场前景分析

第四节 北美气泡水行业地区市场分析

- 一、北美气泡水行业市场现状分析
- 二、北美气泡水行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美气泡水行业市场前景分析
- 第五节 欧洲气泡水行业地区市场分析
 - 一、欧洲气泡水行业市场现状分析
 - 二、欧洲气泡水行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲气泡水行业市场前景分析
- 第六节 2022-2029年世界气泡水行业分布走势预测
- 第七节 2022-2029年全球气泡水行业市场规模预测

第三章 中国气泡水行业产业发展环境分析

- 第一节 我国宏观经济环境分析
- 第二节 我国宏观经济环境对气泡水行业的影响分析
- 第三节 中国气泡水行业政策环境分析
 - 一、行业监管体制现状
 - 二、行业主要政策法规
 - 三、主要行业标准
- 第四节 政策环境对气泡水行业的影响分析
- 第五节 中国气泡水行业产业社会环境分析

第四章 中国气泡水行业运行情况

- 第一节 中国气泡水行业发展状况情况介绍
 - 一、行业发展历程回顾
 - 二、行业创新情况分析
 - 三、行业发展特点分析
- 第二节 中国气泡水行业市场规模分析
 - 一、影响中国气泡水行业市场规模的因素
 - 二、中国气泡水行业市场规模
 - 三、中国气泡水行业市场规模解析
- 第三节 中国气泡水行业供应情况分析
 - 一、中国气泡水行业供应规模
 - 二、中国气泡水行业供应特点
- 第四节 中国气泡水行业需求情况分析
 - 一、中国气泡水行业需求规模
 - 二、中国气泡水行业需求特点

第五节中国气泡水行业供需平衡分析

第五章 中国气泡水行业产业链和细分市场分析

第一节中国气泡水行业产业链综述

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、产业链运行机制
- 三、气泡水行业产业链图解

第二节中国气泡水行业产业链环节分析

- 一、上游产业发展现状
- 二、上游产业对气泡水行业的影响分析
- 三、下游产业发展现状
- 四、下游产业对气泡水行业的影响分析

第三节我国气泡水行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国气泡水行业市场竞争分析

第一节中国气泡水行业竞争现状分析

- 一、中国气泡水行业竞争格局分析
- 二、中国气泡水行业主要品牌分析

第二节中国气泡水行业集中度分析

- 一、中国气泡水行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国气泡水行业市场集中度分析

第三节中国气泡水行业竞争特征分析

- 一、企业区域分布特征
- 二、企业规模分布特征
- 三、企业所有制分布特征

第七章 2018-2022年中国气泡水行业模型分析

第一节中国气泡水行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国气泡水行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国气泡水行业SWOT分析结论

第三节中国气泡水行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2018-2022年中国气泡水行业需求特点与动态分析

第一节中国气泡水行业市场动态情况

第二节中国气泡水行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节气泡水行业成本结构分析

第四节气泡水行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国气泡水行业价格现状分析

第六节中国气泡水行业平均价格走势预测

一、中国气泡水行业平均价格趋势分析

二、中国气泡水行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国气泡水行业所属行业运行数据监测

第一节中国气泡水行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节中国气泡水行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节中国气泡水行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 2018-2022年中国气泡水行业区域市场现状分析

第一节中国气泡水行业区域市场规模分析

一、影响气泡水行业区域市场分布的因素

二、中国气泡水行业区域市场分布

第二节中国华东地区气泡水行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区气泡水行业市场分析

（1）华东地区气泡水行业市场规模

（2）华南地区气泡水行业市场现状

（3）华东地区气泡水行业市场规模预测

第三节华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区气泡水行业市场分析

（1）华中地区气泡水行业市场规模

（2）华中地区气泡水行业市场现状

（3）华中地区气泡水行业市场规模预测

第四节华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区气泡水行业市场分析

- (1) 华南地区气泡水行业市场规模
- (2) 华南地区气泡水行业市场现状
- (3) 华南地区气泡水行业市场规模预测

第五节华北地区气泡水行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区气泡水行业市场分析

- (1) 华北地区气泡水行业市场规模
- (2) 华北地区气泡水行业市场现状
- (3) 华北地区气泡水行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区气泡水行业市场分析

- (1) 东北地区气泡水行业市场规模
- (2) 东北地区气泡水行业市场现状
- (3) 东北地区气泡水行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区气泡水行业市场分析

- (1) 西南地区气泡水行业市场规模
- (2) 西南地区气泡水行业市场现状
- (3) 西南地区气泡水行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区气泡水行业市场分析

- (1) 西北地区气泡水行业市场规模
- (2) 西北地区气泡水行业市场现状
- (3) 西北地区气泡水行业市场规模预测

第九节 2022-2029年中国气泡水行业市场规模区域分布预测

第十一章 气泡水行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

.....

第十二章 2022-2029年中国气泡水行业发展前景分析与预测

第一节 中国气泡水行业未来发展前景分析

- 一、气泡水行业国内投资环境分析
- 二、中国气泡水行业市场机会分析
- 三、中国气泡水行业投资增速预测
- 第二节中国气泡水行业未来发展趋势预测
- 第三节中国气泡水行业规模发展预测
 - 一、中国气泡水行业市场规模预测
 - 二、中国气泡水行业市场规模增速预测
 - 三、中国气泡水行业产值规模预测
 - 四、中国气泡水行业产值增速预测
 - 五、中国气泡水行业供需情况预测
- 第四节中国气泡水行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国气泡水行业进入壁垒与投资风险分析

- 第一节中国气泡水行业进入壁垒分析
 - 一、气泡水行业资金壁垒分析
 - 二、气泡水行业技术壁垒分析
 - 三、气泡水行业人才壁垒分析
 - 四、气泡水行业品牌壁垒分析
 - 五、气泡水行业其他壁垒分析
- 第二节气泡水行业风险分析
 - 一、气泡水行业宏观环境风险
 - 二、气泡水行业技术风险
 - 三、气泡水行业竞争风险
 - 四、气泡水行业其他风险
- 第三节中国气泡水行业存在的问题
- 第四节中国气泡水行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国气泡水行业研究结论及投资建议

- 第一节观研天下中国气泡水行业研究综述
 - 一、行业投资价值
 - 二、行业风险评估
- 第二节中国气泡水行业进入策略分析
 - 一、目标客户群体
 - 二、细分市场选择
 - 三、区域市场的选择

第三节 气泡水行业营销策略分析

一、气泡水行业产品策略

二、气泡水行业定价策略

三、气泡水行业渠道策略

四、气泡水行业促销策略

第四节 观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202209/609572.html>