

饮品赛道氢时代！ElementONE轻彻含氢气泡水首发

龙吟风起迎新岁，近日ElementONE登陆上海地标建筑——世博谷，正式宣告新饮品进入“氢时代”。流光溢彩的画面中，ElementONE旗帜鲜明地倡导“氢生活”方式，并以“清除自由基”、“运动后修复”、“0糖0脂0卡”、“轻颜轻体轻松”、“熬夜宿醉商务常备”等功能诉求，备受关注。

纵观历史，科技发展与人类进步休戚相关，共同演绎着人类文明的发展。氢——宇宙中含量最多的元素，元素周期表的第一位，也在不断地被人类探索与应用。

氢能源方面，氢能是解决工业、交通、储能、建筑等领域实现碳中和、碳达峰的重要途径；氢农业方面，镁氢材料创新栽培，让土壤和营养双平衡实现了可能；而氢医学方面，氢分子独特的抗氧化作用，高穿透性，针对自由基，对多数百种疾病的干预作用，在生物医学、大众健康领域的研究应用也更加深入。

正是预见到“氢生活”方式的来临，以及氢疗愈带来更多健康的可能，新消费品牌“ElementONE轻彻含氢气泡水”应运而生，昭示着饮品赛道第一个或者一系列新物种的出现。

ElementONE轻彻含氢气泡水，以饮用为基础，以健康为内核，采用微纳融氢技术，突破氢溶于水的难题，创新地将“氢元素”、“0糖”、“气泡”相结合，掀起一股强劲的“氢风尚”，如今亮相世博，意味着品牌正式完成从0到1，步入从1到10的发展新阶段。

近年来，饮料赛道新产品层出不穷，气泡水、矿物质水、电解质水、果味茶饮等，功能各异，消费者的诉求也从最初的解渴，到口味，再到健康，竞争也日趋激烈。

根据《财富商业洞察》报道，2017年全球功能性水市场规模为103.4亿美元，预计到2025年底将达到182.4亿美元，预测期内复合年增长率为7.4%。而据智研咨询的数据显示，我国高端瓶装水行业销售规模从2014年的77.25亿元上涨至2022年的近260.64亿元，年复合增长率为16.42%，市场增速强劲。

高端型功能水已成为国内最具想象空间的市场，作为含氢气泡水的开创者，ElementONE轻彻如何应对激烈的竞争？如何施展魅力，让消费者趋之若鹜、心驰神往？我们对ElementONE轻彻创始人文森特进行了专访。

文森特是新加坡人，曾任全球500强酒企高管，在中国工作生活20多年。发心创造品牌的原因，是看到了氢在海外的广泛应用，更相信氢对生活方式的深刻改变。

法国卢尔德泉水、德国诺尔登瑙洞窟泉水、墨西哥拖拉克特小镇泉水，并称为世界三大奇迹之水。它们以能治百病而闻名，解决了诸多疑难杂症，吸引了许多研究机构的注意。科学家们对这三大奇迹之水分别进行了科学测量，证实其中都富含大量的氢，达到 0.35×10^{-6} ppm，而普通水几乎为零。

医学界普遍认为，人体衰老的很大一部分原因是因为自由基的存在。自由基是人体实现生理机能所产生的代谢废物，与其它分子结合之后，会破坏人体基因的正常复制，从而导致衰老、癌症等多种疾病。

活性氢具有极强的抗氧化性，是自由基的天生克星，活性氢会与有害自由基产生反应，再中和成水。具体医学应用上，活性氢具有抗氧化抗炎，加快肌肉恢复，改善皮肤外观等功效。美国卫生部已经批准认证，注入活性氢的生理盐水可以有效治疗感染。

1980年，日本最先提出富氢水概念。2007年，科学家太田成男在《自然医学》发表了第一篇氢生物学论文，建立医学上的理论基础。2009年，日本生产出富氢水并风靡，随后热销韩国、欧美。发展至今，仅在日本已形成价值约3万亿日元的市场，占日本瓶装水总价值的10%以上。

文森特表示，“其实，中国消费者对富氢水并不陌生，在我们ElementONE轻彻诞生之前，就出现过富氢饮水机、富氢水杯、袋装富氢水等，但由于设备价格高、使用不便利、认知不全面等原因，获益人群有限，而更多的商家存在卖设备的思维局限。”







在从制氢装置走向罐装产品的思考中，文森特花了大量的时间研究消费者，他发现运动健身人群对内外健康格外重视，对塑形周边产品的价格不敏感，品牌忠诚度高，重复购买率高，而含氢气泡水加快肌肉修复、改善皮肤外观的功

能点，更能满足此类人群的痛点。

为了测试市场的反应，文森特采取了场景聚焦、单点打透的策略，选择消费水平较高的上海为试点市场，以运动健身场景为突破口，强化产品的核心价值传递。经过半年多的测试，ElementONE轻彻已经收获了一批忠实的拥趸，更重要的是，它从内到外促进了消费者健康的内外平衡。

消费者的正向反馈，让产品团队信心大增，在上海知名的健身房、瑜伽馆、塑形会所，甚至网球场、滑板、骑行、马拉松、世界机器人大赛，都能见到品牌的身影，其清除自由基、运动修复的功能与轻盈充沛的气泡入口感一道深入人心。

ElementONE轻彻“轻颜轻体轻松”的理念，更是打动了众多女性消费者。高颜值的产品包装自带网红属性，原味、柠檬味、荔枝味基础上，又新增了西柚茉莉味，0糖0脂0卡，香槟级的气泡口感，好喝无负担。







经过一系列的测试，文森特对场景突破的策略更加坚定，在他的设想中，四大消费场景是开发的重点。除运动健身外，还有办公，商务，户外。针对办公场景，主打缓解焦虑、缓释疲劳，好心情不缺席；针对商务场景，主打活力滋养、减轻酒精刺激、拯救宿醉熬夜不适；针对户外场景，主打亲近自然、促进新陈代谢、与家人好友一同分享。

如今，ElementONE轻彻已在上海、广州、长沙等城市建立了分销渠道，并正在杭州、苏州、成都、深圳等城市招募分销商。同时，继续扩大线上影响力，在抖音、微信视频号等平台深耕，并不断完善和优化会员体验。

ElementONE与您共聚CHC 2024



CHC 展

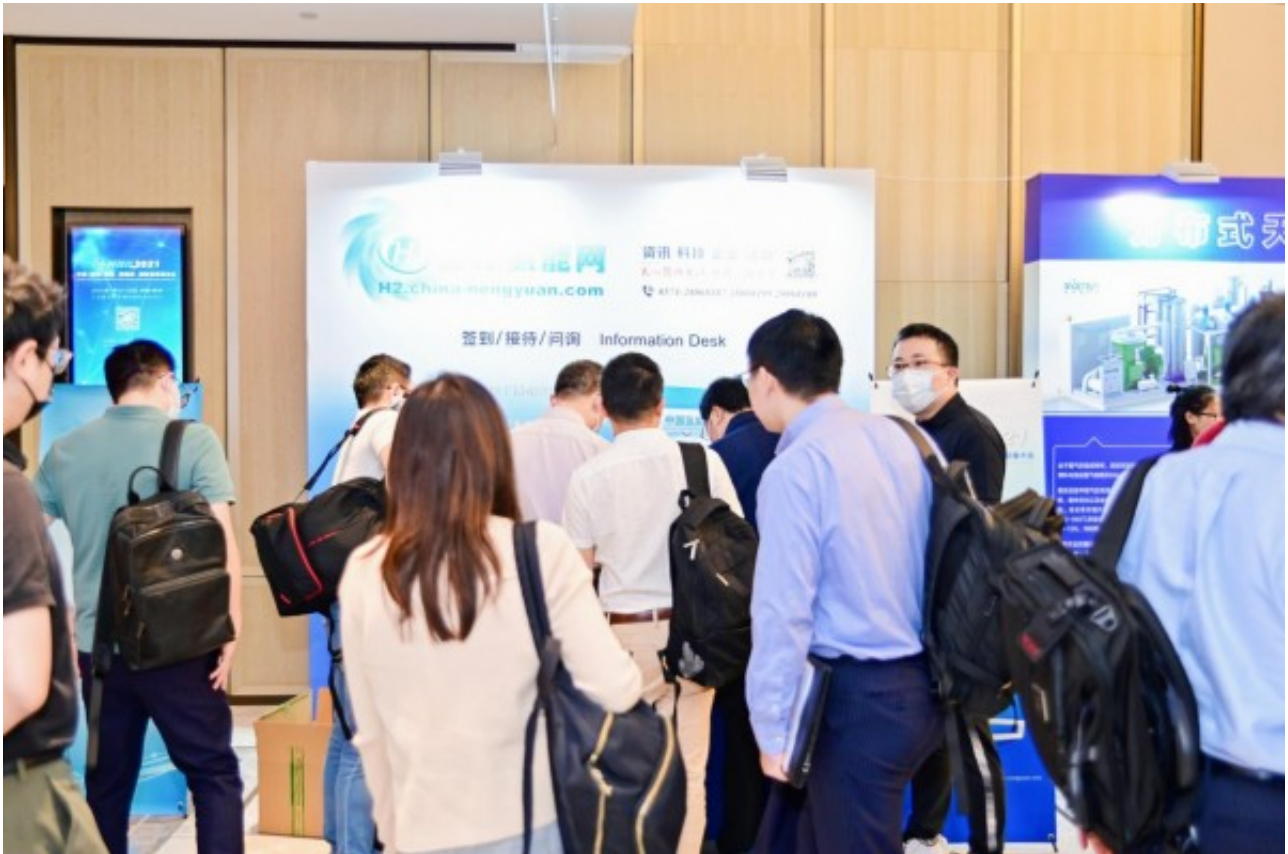
ElementONE

2024年3月28-29号 展位号 A14

含氢饮品
0糖 0脂 0卡
让世界更氢更健康！

咨询热线：0571-28068199

活动地址：杭州白金汉爵大酒店







参展方式与提示

- 1、活动地址：杭州白金汉爵大酒店。中国杭州市西湖区转塘街道珊瑚沙东路9号
- 2、展会现场将开展拍照打卡、盖章兑换等精彩活动，丰厚礼品等您来领!





【参观通道】

联系人：董女士

电话：19957156850

原文地址：http://www.china-nengyuan.com/exhibition/exhibition_news_207886.html