

茶饮料 - 中国 - 2023年

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动

在这篇报告中我们探讨了以下议题

- 未来5年的市场展望与增长前景
- 最新的产品趋势与增长机会
- 即饮茶饮料消费趋势与消费目的的变化
- 值得关注的创新方向以持续吸引消费者
- 有助于吸引消费兴趣的水果与茶的搭配组合

约30%的茶饮料消费者在未来针对茶饮料进行消费升级的计划，这为产品升级传递出积极信号。值得注意的是，44%的被访者愿意为看得见成分的茶饮料支付更高的价格，该比例超过了有升级计划的消费者比例。这一结果折射出通过让消费者“看得见”的成分来证明产品价值的重要性。

根据英敏特《中国消费者月度追踪数据》（2022年3月-2023年4月），2021年3月-2023年1月期间，有意对非酒精饮料进行消费降级的消费者比例呈上升趋势，表明消费者对非酒精饮料的消费变得越来越谨慎。随着首轮大规模新冠疫情的结束，对非酒精饮料有降级计划的消费者比例在4月开始下降，但仍然处于较高水平。

根据英敏特报告《菜单洞察——茶饮店——中国，2023年》，虽然受到新冠疫情影响，2022年茶饮店总销售额仍达到1,713亿元人民币，年增长率达19.2%。现制茶饮料（包括奶茶）的消费渗透率在茶饮中也处于领先地位，表明包装茶饮料的消费面临潜在威胁。

《中国居民膳食指南（2022）》强调了足量饮水的重要性。该指南还推荐饮用白水或茶水，少喝或不喝含糖饮料，以及不用饮料代替白水，这表明茶饮料在满足日常补水需求方面存在市场机遇。



“《中国居民膳食指南（2022）》强调了足量饮水的重要性，并推荐喝白水或茶水，少喝或不喝含糖饮料，这将有利于无糖茶饮料的消费。除了借乘茶饮店流行口味来唤起消费兴趣外，即饮茶饮料可以强化在日常补水方面的角色，并通过无咖啡因产品扩大消费场景。”

— 鲁睿勋，研究副总监

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+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

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

目录

概述

- 您所需要了解的
- 报告关键议题
- 报告定义
- 定义

综述

- 市场
 - 亚洲即饮凉茶消费受挫，拖累即饮茶饮料增长
 - 数据1: 即饮茶饮料销售额与预测，中国，2017-2027年
 - 数据2: 亚洲即饮凉茶销售额与预测，中国，2017-2027年
 - 数据3: 非亚洲即饮凉茶销售额与预测，中国，2017-2027年
 - 袋泡茶/茶包增势依然强劲，但正在逐渐放缓
 - 数据4: 袋泡茶/茶包销售额与预测，中国，2017-2027年
- 公司与品牌
 - 强劲的销售增长帮助农夫山泉进一步提高市场份额
 - 数据5: 领先即饮茶饮料企业（按销售额份额区分），2020-2022年
 - 产品创新关注低糖/减糖和营养强化
- 消费者
 - 现制茶饮料的渗透率最高，而用茶叶和袋泡茶/茶包的每日饮用者最多
 - 数据6: 消费频次，2023年
 - 专注于不断增长的补充能量和放松需求
 - 数据7: 即饮茶饮料的饮用理由，2019 vs 2023年
 - 在塑料瓶占主导的情形下通过包装形式实现差异化
 - 数据8: 即饮茶包装，2023年
 - 花果混合风味能赢得消费者的青睐
 - 数据9: 感兴趣的创新，2023年
 - 红茶更适合添加水果，柑橘和桃则更加百搭
 - 数据10: 水果搭配，2023年
 - 看得见的成分可以证明高价位的合理性
 - 数据11: 与茶饮料相关的行为与态度，2023年
- 我们的观点

议题与洞察

- 通过无咖啡因产品与增强的补水功能扩大消费场景
- 现状
- 启示
 - 数据12: 具有不含咖啡因宣称的即饮茶产品示例，日本，2022年

报告内容

综述
PDF格式完整报告
演示文稿
交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+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

数据13: 东方树叶900毫升装茉莉花茶和青柑普洱，中国，2023年

- 用气泡茶瞄准年轻消费者的情绪需求
- 现状
- 启示

数据14: 即饮气泡茶产品示例，美国与加拿大，2023年

- 打造具有功能性益处的茶饮料满足健康需求
- 现状
- 启示

数据15: 具有功能性宣称的茶饮料产品示例，日本与越南，2022-2023年

市场规模与预测

- 即饮茶饮料创新不断增加，推动销售额增长

数据16: 即饮茶饮料销售额与预测，中国，2017-2027年

数据17: 即饮茶饮料销售量与预测，中国，2017-2027年

- 袋泡茶/茶包销售额与销售量均保持两位数增长

数据18: 袋泡茶/茶包销售额与预测，中国，2017-2027年

数据19: 袋泡茶/茶包销售量与预测，中国，2017-2027年

市场细分

- 亚洲即饮凉茶在面对不确定因素时缺乏韧性

数据20: 亚洲即饮凉茶销售额与预测，中国，2017-2027年

- 非亚洲即饮凉茶受益于不断增长的提神和放松需求

数据21: 非亚洲即饮凉茶销售额与预测，中国，2017-2027年

市场因素

- 随着财务信心的改善，消费升级需求开始复苏

数据22: 消费升级/降级计划——非酒精饮料，2021-2023年

- 茶饮料处于减糖前沿

数据23: 对含糖量的考虑，2021年

- 茶饮店的高渗透率成为威胁，同时也提升了对口味的期望

市场份额

- 农夫山泉的份额进一步增长

数据24: 领先即饮茶饮料企业（按销售额份额区分），2020-2022年

- 康师傅和统一关注年轻消费者
- 纤茶成为元气森林的新增长动力

营销活动

- 强调“全天饮用”概念迎合补水需求

数据25: 喜茶空茶玄米大麦饮，中国，2023年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +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

数据26: 元气森林“森林的茶”麦茶，中国，2023年

- 宣传萃取工艺，突出升级的口味

数据27: 淳茶舍冷萃茉莉花茶和武夷大红袍，中国，2023年

数据28: 统一双萃鸭屎香风味柠檬茶，中国，2023年

- 通过天然代糖实现差异化

数据29: 奈雪的茶鸭屎香柠檬茶，中国，2022年

新产品趋势

- 越来越多的新品研发专注于即饮与部分现泡茶形态

数据30: 茶饮料新品（按子品类区分），中国，2018-2022年

数据31: 现泡茶新品（按形态类型区分），中国，2018-2022年

数据32: 茶浓缩液产品示例，中国，2022年

- 低糖/减糖超过无糖，强化营养受到更多关注

数据33: 即饮茶饮料新品（按宣称类别区分），中国，2020-2022年

数据34: 即饮茶饮料新品（按增长最快的宣称区分），中国，2020-2022年

数据35: 具有低糖/减糖宣称的即饮茶饮料产品示例，中国，2022年

数据36: 具有高纤维/添加纤维和加强维生素/矿物质宣称的即饮茶饮料产品示例，中国，2022年

- 花果风味是创新重点.....

数据37: 即饮茶饮料新品（按热门口味（包括混合口味）区分），中国，2020-2022年

数据38: 即饮茶饮料新品（按增长最快的口味（包括混合口味）区分），中国，2020-2022年

数据39: 喜茶和果子熟了果汁茶产品示例，中国，2023年

-同时，鸭屎香开始走热

数据40: 鸭屎香即饮茶饮料产品示例，中国，2022年

消费趋势

- 现制茶饮料渗透率领先，而茶叶的饮用频次最高

数据41: 消费频次，2023年

数据42: 细分品类渗透率，2021-2023年

- 即饮凉茶未能像其他即饮茶饮料一样吸引年轻一代

数据43: 消费频次——即饮茶饮料，2021-2023年

数据44: 高频消费者——即饮茶饮料（按年代区分），2023年

- 袋泡茶/茶包和速溶茶的跨界潜力吸引20岁中后期和高收入的消费者

数据45: 高频消费者——现泡茶（按年龄区分），2023年

数据46: 高频消费者——现泡茶（按个人月收入区分），2023年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +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

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

即饮茶饮料的饮用理由

- 补充能量和抚慰身心需求不断增长
数据47: 即饮茶饮料的饮用理由，2023年
数据48: 即饮茶饮料的饮用理由，2019 vs 2023年
- 通过差异化定位满足特定消费目的
数据49: 即饮茶饮料的饮用理由（按消费频次区分——每天1次或更多），2023年
数据50: 即饮茶饮料的饮用理由（按年龄区分），2023年

即饮茶包装

- 塑料瓶在新品研发中占主导地位，并且受欢迎程度有所上升
数据51: 即饮茶包装，2023年
数据52: 即饮茶包装——买过，2020 vs 2023年
- 借助包装突出产品特征
数据53: 即饮茶包装——买过，且会继续买（按性别区分），2023年
数据54: 即饮茶包装——没买过，但有兴趣尝试（按性别区分），2023年
数据55: 对包装的认知，2021年

感兴趣的创新

- 通过花果混合风味来吸引消费兴趣
数据56: 感兴趣的创新，2023年
- 利用植物和天然成分吸引女性
数据57: 感兴趣的创新——部分选项（按性别区分），2023年
数据58: 感兴趣的创新——使用天然代糖的茶饮料（按部分与茶饮料相关的行为与态度区分），2023年
- 蔬菜成分和气泡质地可迎合不同的细分群体
数据59: 感兴趣的创新——部分选项（按年龄区分），2023年

水果搭配

- 红茶更适合添加水果
数据60: 水果搭配，2023年
- 柑橘和桃在水果茶饮料中最受欢迎
- 迎合女性的风味偏好以切入该群体
数据61: 水果搭配——绿茶（按性别和年龄区分），2023年
数据62: 水果搭配——百香果（按性别区分），2023年

与茶饮料相关的行为与态度

- “看得见”的成分可以证明高端产品的价值
数据63: 与茶饮料相关的行为与态度，2023年
- 低品牌忠诚度为新兴品牌带来机会

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+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

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

- 数据64: 与茶饮料相关的态度与行为——部分选项，2023年
- 数据65: 与茶饮料相关的态度与行为——部分选项（按年代区分），2023年
- 多种包装规格可以满足不同消费者的需求
- 数据66: 与茶饮料相关的态度与行为——部分选项（按性别区分），2023年
- 美食达人
- 他们是谁？
- 数据67: 美食达人，2023年
- 数据68: 美食达人（按年代区分），2023年- 挑剔消费者喝即饮茶饮料来佐餐，而新趋势探索者则希望能帮助消化

数据69: 即饮茶饮料的饮用理由——部分选项（按美食达人区分），2023年

 - 关注挑剔消费者和新趋势探索者的消费升级需求

数据70: 与茶饮料相关的态度与行为——部分选项（按美食达人区分），2023年

附录——市场规模与预测

- 数据71: 即饮茶饮料总销售额与预测，中国，2017-2027年
- 数据72: 即饮茶饮料总销售量与预测，中国，2017-2027年
- 数据73: 袋泡茶/茶包总销售额与预测，中国，2017-2027年
- 数据74: 袋泡茶/茶包总销售量与预测，中国，2017-2027年

附录——市场细分

- 数据75: 亚洲即饮凉茶饮料总销售额与预测，中国，2017-2027年
- 数据76: 非亚洲即饮凉茶饮料总销售额与预测，中国，2017-2027年

附录——研究方法与缩写

- 研究方法
- 缩写

报告内容

综述
PDF格式完整报告
演示文稿
交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+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



关于英敏特

英敏特是洞悉消费者需求、熟谙背后原因的专家。作为世界领先的市场情报公司，我们对消费者、市场、产品创新和竞争形势进行分析，提供关于全球和各国经济的独特视角。自1972年起，英敏特通过预测分析和专家推荐，让客户更快做出更优的商业决策。

我们的目标是助力企业与人的成长。要了解我们如何实现这一目标，请点击[mintel.com](https://www.mintel.com)。