

茶饮料 - 中国 - 2021年5月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

- 2020年细分市场的价值
- 重点企业如何应对疫情
- 速溶咖啡市场带来的影响
- 饮茶习惯的变化
- 消费者对茶饮料中代糖的态度
- 功效优势和情绪健康方面的增长机会

由于疫情的影响，户外活动和节日聚会受到限制，即饮茶饮料细分市场遭受冲击，亚洲凉茶的市场需求大幅下降。相比之下，由于居家消费场景增加，活跃的本土企业借助电子商务快速渗入市场，茶包的市场份额有所提高。

疫情带来的不确定性激起了人们对情绪健康管理的需求，而茶饮料与压力缓解密切相关。展望未来，英敏特认为产品创新可重点突出功效优势，并欢迎趋势引领者为市场注入灵感。



“不同形态的茶饮料受疫情的影响有所不同，即饮茶饮料细分市场面临着户外消费限制所带来的挑战，由于人们宅家时间增加，现泡茶消费量却有所提高。茶饮料企业借鉴了速溶咖啡市场的成功经验，呈现出高端化消费趋势。为满足女性饮茶者对解压和美容的消费需求，茶饮料市场也迎来了功能性创新。”

— 李泓佳，品类总监

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
 - 报告范围
 - 定义
- 图1: 低/中等/高个人月收入群体定义 (按城市线级区分)

综述

- 市场
- 不同细分市场在新冠疫情期间的表现有所不同
- 图2: 亚洲即饮凉茶销售额预测 (最好和最差情形), 2015-2025年
- 图3: 非亚洲即饮凉茶销售额预测 (最好和最差情形), 2015-2025年
- 图4: 茶包销售额预测 (最好和最差情形), 2015-2025年
- 公司与品牌
- 非亚洲即饮凉茶企业从电子商务和数字营销中受益
- 图5: 领先即饮茶饮料企业的市场份额 (按销售额区分), 中国, 2018-2020年
- 聚焦居家消费场景
- 借鉴相近行业的技术
- 消费者
- 消费者逐渐青睐速溶茶饮形态
- 图6: 饮用频率, 2021年2月
- 茶饮料对情绪健康的作用可能更大
- 图7: 功效兴趣, 2021年2月
- 水果味茶饮料的流行是下一个值得关注的趋势
- 图8: 配料偏好, 2021年2月
- 新颖性和特色吸引消费者尝试新产品
- 图9: 尝新原因, 2021年2月
- 消费者仍然相信可感知、明显的高端化因素
- 图10: 产品高端化, 2021年2月
- 消费者对代糖的看法不一, 但大多数人仍对其功效优势持积极态度
- 图11: 部分消费者对蔗糖和代糖的态度, 2021年2月
- 我们的观点

议题与洞察

- 速溶咖啡市场的成功启发了速溶茶的创新
- 现状

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

同主题过往报告

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

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

- 启示
 - 图12: 永璞闪萃茶原液
 - 图13: 三顿半的返航计划
- 水果味茶饮料可满足情绪健康的需求
- 现状
- 启示
 - 图14: 多感官产品的示例
- 代糖可满足消费者对功效优势的期望
- 现状
- 启示

市场——您所需要了解的

- 新冠疫情减少了即饮茶饮料的户外消费
- 茶包在宅家抗疫期间销售强劲
- 身心健康功效特征驱动未来增长

市场规模与预测

- 尽管受到新冠疫情的影响，在电子商务的推动下，即饮茶饮料市场从短期衰退中复苏
 - 图15: 即饮茶饮料销售额预测（最好和最差情形），2015-2025年
 - 图16: 即饮茶饮料销售额预测（最好和最差情形），2015-2025年
- 茶包的快速增长得益于居家消费需求增加和新产品网购的蓬勃发展
 - 图17: 茶包销售额预测（最好和最差情形），2015-2025年
 - 图18: 茶包销售量预测（最好和最差情形），2015-2025年

市场因素

- 生活压力的增加促使人们关注身心健康
- 代糖将成为消费者的普遍选择
- 茶饮店启发了即饮茶饮料的创新，但也限制了后者的溢价
 - 图19: 受茶饮店流行口味启发的即饮茶饮料示例
- 中国文化遗产的复兴孕育出新格局
 - 图20: 全球上市的茶饮料（即饮茶饮料和各类茶）宣称的前五类特征，2016-2020年
 - 图21: 现代茶饮店示例-茶颜悦色
 - 图22: 华熙生物科技含玻尿酸的新款瓶装水
 - 图23: 汉口二厂含有玻尿酸的新款碳酸风味饮料

市场细分

- 亚洲即饮凉茶企业在消费场景受限的情况下举步维艰
 - 图24: 亚洲即饮凉茶销售额预测（最好和最差情形），2015-2025年
- 非亚洲即饮凉茶市场以活跃的产品创新为发展动力

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

同主题过往报告

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。

图25: 非即饮凉茶饮料销售额预测（最好和最差情形），2015-2025年

- 电子商务渠道促进茶包在居家消费期间销售额猛涨

图26: 茶包销售额预测（最好和最差情形），2015-2025年

重点企业——您所需要了解的

- 以清洁的标签、丰富的口感、方便的设计改良产品
- 以多元化体验探索茶饮料市场
- 以技术支持的产品创新实现高端化

市场份额

- 康师傅凭借新渠道营销策略保持市场领先地位
- 亚洲凉茶市场不景气，广州白云山医药集团受到影响
- 统一企业开发年轻的消费市场
- 其他公司正在改良产品形态

图27: 领先即饮茶饮料企业的市场份额（按销售额区分），中国，2018-2020年

图28: 领先即饮茶饮料企业的市场份额（按销售量区分），中国，2018-2020年

竞争策略

- 茶饮料与咖啡的融合性变革
图29: 三顿半和茶颜悦色在中国的品牌联名，2020年
- 聚焦居家消费
图30: 怡宝在中国上市的产品——佐味茶事，2019年
图31: 元气森林在中国上市的焙火乌龙茶，2021年
- 将年轻一代作为营销目标
图32: 统一企业针对中国年轻消费者的营销策略示例，2020年

谁在创新？

- 茶浓缩液还原“好茶”的味道
图33: 各类茶饮料产品的前5大市场，2016-2020年
图34: 在中国推出的各类茶产品（按形态区分），2016-2020年
图35: 新上市的茶胶囊和浓缩液形态茶饮料示例
图36: 新款粉剂冲泡型茶饮料的销售量占在中国上市各类茶饮料总销售量的百分比（%），2016-2020年
图37: 永璞在中国推出的茶浓缩液新品
- 冲泡茶包以慰藉心灵
图38: 全球上市各类茶饮料产品宣称的前五大功效，2016-2020年
图39: 中国上市各类茶饮料产品宣称的前五大功效，2016-2020年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

同主题过往报告

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

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

- 图40: 茶里 (左图) 和奈雪的茶 (右图) 在中国的礼盒包装
- 图41: Samova在德国推出的花茶茶包系列产品，茶包随着水温的上升缓缓绽放
- 图42: Minorien在日本推出的钓鱼猫系列茶包
- 冷泡茶技术保障新鲜度
- 图43: 在中国上市的即饮茶饮料产品宣称的前五大功效，2016-2020年
- 图44: 采用HPP技术的茶饮料示例

消费者——您所需要了解的

- 消费者青睐新款产品
- 喝水果味茶饮料缓解压力
- 消费者愿意为代糖支付高价

饮用频率

- 日常消费习惯中以饮用茶叶加水冲泡的茶为主
 - 图45: 饮用频率，2021年2月
- 茶饮店的热销产品有望成为即饮茶的创新参考
 - 图46: 饮用频率 (按用户类型区分)，2021年2月
- 各个收入水平的人群对速溶茶饮料的消费量都有所增长
 - 图47: 饮用频率 (按用户类型区分)，2017年1月、2020年2月和2021年2月
 - 图48: 饮用频率 (按用户类型和收入水平区分)，2020年2月和2021年2月
- 用茶叶加水冲泡的茶和凉茶的受欢迎程度正在下降
 - 图49: 饮用频率，2020年2月和2021年2月

对功能性宣称的兴趣

- 喝茶缓解压力
 - 图50: 对所宣称功效的兴趣，2021年2月
 - 图51: 在中国上市的宣称具有各种功效的即饮茶饮料产品，2016-2020年
- 男女消费者的关注点不同
 - 图52: 功效兴趣 (按性别区分)，2021年2月

配料搭配

- 水果成分因其纯天然和减压的特征而备受青睐
 - 图53: 配料偏好，2021年2月
- 对植物奶的兴趣高于动物奶
 - 图54: 配料偏好，植物奶vs动物奶，2021年2月
- 偏好纯茶人群的年龄区间呈两极分化
 - 图55: 配料偏好——我喜欢纯茶 (按年龄段区分)，2021年2月

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

同主题过往报告

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

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时的价格, 可能受汇率波动影响而有变动.

尝新原因

- 新颖性和特色排名最高
图56: 尝新原因, 2021年2月
图57: 尝新原因, TURF分析, 2021年2月
- 女性喜欢好看的包装外观
图58: 尝新原因 (按性别区分), 2021年2月
- IWOM攻克细分的消费群体
图59: 尝新原因 (按性别和年龄段区分), 2021年2月

高端特点

- 年轻人希望在保鲜方面创新
图60: 产品高端化, 2021年2月
- 不同收入水平的女性期待的功能各不相同
图61: 产品高端化 (按女性和收入水平区分), 2021年2月
- 有机高度契合了美容特征
图62: 产品高端化 (按对所宣称功效的兴趣区分), 2021年2月

对糖和代糖的态度

- 人们对无糖的含义普遍感到困惑
图63: 部分消费者对蔗糖和代糖的态度, 2021年2月
- 近一半的消费者认为代糖对健康无害
图64: 部分消费者对蔗糖和代糖的态度 (与健康相关), 2021年2月
图65: 部分消费者对蔗糖和代糖的态度 (与健康相关), 2021年2月
- 强调代糖的潜在功效优势
图66: 部分消费者对蔗糖和代糖的态度, 2021年2月
图67: 部分消费者对蔗糖和代糖的态度, 2021年2月
图68: 部分消费者对蔗糖和代糖的态度, 2021年2月
图69: 在中国上市的宣称无糖的即饮茶饮料产品, 2016-2020年

附录——市场规模与预测

- 数据70: 即饮茶饮料的总销售额, 中国, 2015-2025年
- 图71: 即饮茶饮料总销售量, 中国, 2015-2025年
- 图72: 茶包总销售额, 中国, 2015-2025年
- 图73: 即饮茶包总销售量, 中国, 2015-2025年

附录——市场细分

- 图74: 亚洲即饮凉茶饮料的总销售额, 中国, 2015-2025年
- 图75: 非亚洲即饮凉茶饮料的总销售额, 中国, 2015-2025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

同主题过往报告

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。



附录——研究方法与缩写

- 报告方法
- TURF分析研究方法
- 缩略

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

同主题过往报告

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

The logo features the word "MINTEL" in a bold, black, sans-serif font, contained within a bright yellow speech bubble shape. Below the main bubble are three smaller, overlapping yellow circles of varying sizes, creating a trail effect.

MINTEL

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)。