

菜单洞察——茶饮店 - 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

- 茶饮销售额及总销售额预测。
- 品牌营销活动。
- 新品研发的动向。
- 消费者对不同茶底、流行风味和联名策略的看法。
- 茶饮的价格区间和高端化因素。

12%的消费者在过去3个月购买了更多纯茶饮品，仅次于购买了更多奶茶饮品的消费者（16%）。同时，纯茶的渗透率仅为32%，表明消费者教育和品类扩展仍处于起步阶段。

相比其他品类，新冠疫情对茶饮店的不利影响较小。整个行业保持两位数增长，预计未来几年将继续增长。

然而，随着市场进入成熟阶段，营销团队以及研发团队将面临更多挑战。个性鲜明（即有趣或新潮）的品牌更受消费者欢迎。产品差异化不应局限于风味或原料。茶底、奶底、设计和营销故事都能作为让产品脱颖而出的切入点。

在未来，具有传统和当地特色的茶饮蕴含更多市场潜力。纯茶等品类值得品牌探索。此外，彰显自我的元素将在年轻消费者中引起强烈反响。



茶饮店目前仍保持快速增长态势，不过品牌应该开始着力于培养消费者忠诚度，而非追求快速增长。融入传统和当地特色，可以更好地传递品牌价值。品牌可以通过不同的茶底和奶底来实现差异化。同时，彰显自我的元素对于留住Z世代消费者至关重要。

顾一凡，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
- 不包括

综述

- 议题与洞察
- 关联传统与当地元素以脱颖而出
 - 数据1: 传统元素示例，2023年
 - 数据2: 当地特色示例，2023年
- 中端纯茶饮品蕴藏市场机遇
 - 数据3: 市场上的纯茶饮品示例，2023年
- 鼓励年轻一代为彰显自我的元素进行消费升级
 - 数据4: 彰显自我的元素示例，2023年
- 市场综述
- 从快速增长到高品质发展
- 人性化品牌创建至关重要
- 我们的观点

市场规模与预测

- 茶饮店行业进入成熟阶段
 - 数据5: 茶饮店零售额预测（最好和最差情形），中国，2017-2027年

市场因素

- 支持地方茶饮的利好政策出台
- 下沉市场成为新战场
 - 数据6: 低线城市品牌示例，2023年
- 全球市场存在更多增长潜力
 - 数据7: 全球市场上的品牌示例，2023年
- 资本流入供应链，成本有望降低

市场份额

数据8: 头部品牌的门店数量及占比，中国，2022年

营销活动

- 通过直播更好地呈现品牌故事
 - 数据9: 品牌直播示例，2023年
- 小票文学为共创营销打开新思路

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10: 利用小票文学的品牌示例，2023年

- 情绪营销：更深层次地了解消费者

数据11: 利用“摆烂”文化的品牌示例，2023年

新产品趋势

- 纯茶馆成为继咖啡店之后的新“第三空间”

数据12: 纯茶馆示例

- 花茶仍然流行

数据13: 添加花卉的茶饮示例，2023年

- 茶底成为差异点

数据14: 通过茶底实现差异化的品牌示例，2023年

消费趋势

- 消费者更倾向于饮用纯茶与添加果肉的茶饮

数据15: 消费趋势，中国，2023年

- 纯茶和果味茶的消费者性别差异较小

数据16: 消费趋势——买得更多（按性别区分），中国，2023年

数据17: 消费趋势——买得更多（按性别和年龄区分），中国，

2023年

- 30多岁人群有意饮用更多茶饮

数据18: 消费趋势——买得更多（按年龄区分），中国，2023年

价格区间

- 16-20元人民币是接受度最高的价格区间

数据19: 价格区间，中国，2023年

- 通过降价吸引更多年轻消费者和男性消费者

数据20: 价格区间（按年龄区分），中国，2023年

数据21: 价格区间（按性别区分），中国，2023年

数据22: 价格区间——低价位（按性别和年龄区分），中国，2023年

- 需照料家人的消费者更愿意进行消费升级

数据23: 价格区间（按居住成员区分），中国，2023年

基底偏好

- 椰奶持续受到欢迎，坚果奶蕴藏潜力

数据24: 基底偏好，中国，2023年

数据25: 基底偏好（按价位区分），中国，2023年

- 花生奶：怀旧但尚未退出市场

数据26: 基底偏好——花生奶（按年龄区分），中国，2023年

数据27: 主打怀旧的新产品示例

数据28: 基底偏好（按性别区分），中国，2023年

数据29: 基底偏好——花生奶（按地区区分），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

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。

- 植物基饮料的多样性吸引高频消费者
数据30: 消费频次，中国，2023年
数据31: 基底偏好（按频次区分），中国，2023年

高端化因素

- 添加新鲜水果是提升价格的经验法则
数据32: 高端化因素，中国，2023年
数据33: 高端化属性——添加新鲜水果（按年龄区分），中国，2023年
数据34: 添加新鲜水果的茶饮示例，中国，2023年
- 现场制作的原料有利于高端定位
数据35: TURF分析——高端化因素，中国，2023年
数据36: 高端化因素——原料均为现场制作（按年龄区分），中国，2023年
数据37: 原料现场制作的茶饮店示例，2023年
- 年轻消费者也喜欢在非健康相关的特征上花费更多
数据38: 高端化因素——部分选项（按年龄区分），中国，2023年
数据39: 高端化因素——部分选项（按性别和年龄区分），中国，2023年

流行风味兴趣

- 桂花和香水柠檬是必备的流行风味
数据40: 流行风味兴趣，中国，2023年
数据41: 流行风味兴趣，中国，2023年
数据42: 流行风味兴趣——部分选项（按性别区分），中国，2023年
数据43: 流行风味兴趣——香水柠檬（按地区区分），中国，2023年
- 樱花风味仍难以获得口味上的认可
数据44: 流行风味兴趣——樱花（按频率区分），中国，2023年
数据45: 将樱花与其他原料搭配的示例，2023年
- 竹香可以找到更好的搭配组合
数据46: 流行风味兴趣——竹香（按教育程度区分），中国，2023年
数据47: 竹香茶饮示例，2023年

联名兴趣

- 传统正在回归
数据48: 联名兴趣，中国，2023年
数据49: 与传统中国文化的联名示例
- 动漫/二次元的联名合作更吸引18-29岁的消费者

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50: 联名兴趣——动漫的/二次元的（按年龄区分），中国，2023年
数据51: 与动漫/二次元的联名示例，2022年

美食达人

- 他们是誰？
数据52: 美食达人，中国，2023年
数据53: 美食达人（按年龄区分），中国，2023年
数据54: 美食达人（按家庭月收入区分），中国，2023年
- 挑剔消费者最看重营养相关益处
数据55: 高端化因素——部分因素（按美食达人区分），中国，2023年
数据56: 流行风味兴趣——紫苏（按美食达人区分），中国，2023年
- 情绪化食客为了愉悦感而饮用茶饮
数据57: 高端化因素——带有顶料（按美食达人区分），中国，2023年
数据58: 流行风味兴趣——热红酒（按美食达人区分），中国，2023年

附录——市场规模与预测

数据59: 茶饮店的总销售额，中国，2017-2027年
数据60: 头部茶饮店品牌的门店数量及占比，中国，2019-2022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)。