

## 茶饮料 - 中国 - 2016年4月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



“近几年，中国即饮茶饮料市场增速放缓。目前，市场表现不济的原因在于：与其他软饮料品类之间的竞争白热化；消费者对绿茶以及红茶饮料的需求下滑；市场中缺乏产品创新。由于商家不断推进高端化，鼓励消费者趋优购买，同时，积极展开口味和成分创新，并推行行之有效的消费群体细分战略，精准定位。鉴于此，尽管市场面临多方压力，但未来的发展前景依旧乐观。”

— 李蕾，研究分析师

在这篇报告中我们回答了以下问题：

- 如何利用多重购物渠道，吸引即饮茶饮料的购买者和饮用者？
- 如何利用口味多样化和原料创新，吸引消费者？
- 如何瞄准女性高收入群体，刺激她们趋优购买？

尽管目前市场增速放缓，加之跨品类软饮料强势来袭，但中国即饮茶饮料市场的发展仍未达到饱和状态，因而具有巨大的潜力和增长的发展前景。市场进一步发展依赖于子品类良好发展势头的维持，产品的高端化发展，口味和成分的创新；产品环保道德的定位。由于在消费者的传统观念中，茶是有益健康的，因此，作为现泡茶的替代选择，即饮茶饮料相比其他软饮料，无疑拥有得天独厚的优势。然而，公司和品牌仍需要进一步探索这一优势，成功锁定多样化的细分群体。

## 购买这篇报告

地址：  
store.mintel.com

电话：  
欧洲，中东，非洲  
+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

邮件：  
reports@mintel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

## 茶饮料 - 中国 - 2016年4月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

## 目录

## 概述

您所需要了解的

本报告所谈论的产品/主题如下：

## 综述

## 市场

数据1: 中国即饮茶饮料市场零售额，2010-2020年

数据2: 中国即饮茶饮料市场零售量，2010-2020年

## 重点企业

数据3: 市场份额（按中国即饮茶饮料市场领先品牌零售额区分），2015年

数据4: 市场份额（按中国即饮茶饮料市场领先品牌零售量区分），2015年

## 消费者

性别不同是推广不同类型的茶饮料的关键所在

数据5: 对于不同即饮茶饮料的普遍态度（按性别区分），2015年12月

绝大多数消费者使用三种以上的购物渠道

数据6: 即饮茶饮料购买渠道的频度分析，2015年12月

高收入男性喜爱在家时饮用茶饮料，而高收入女性青睐外出时饮用茶饮料

数据7: 即饮茶饮料饮用场合（按性别和家庭月收入区分），2015年12月

低线城市居民更重视成分创新

数据8: 对新产品创新的偏好（按城市级别区分），2015年12月

我们的观点

## 关键议题和洞察

如何利用多重购物渠道，吸引即饮茶饮料的购买者和饮用者？

现状

启示

如何利用口味多样化和原料创新，吸引消费者？

现状

启示

如何瞄准女性高收入群体，刺激她们趋优购买？

现状

启示

## 市场——您所需要了解的

整体市场呈上升趋势发展，零售额增速放缓但稳步发展

未来市场温和复苏，有望发展

来自清凉饮品的竞争

道德宣称是重要的市场推动力

## 市场规模和预测

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://store.mintel.com)

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: [reports@mintel.com](mailto:reports@mintel.com)

## 茶饮料 - 中国 - 2016年4月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据9: 中国即饮茶饮料市场零售额，2010-2020年

数据10: 中国即饮茶饮料市场零售量，2010-2020年

数据11: 中国即饮茶饮料市场的零售额和零售量，2010-2020年

## 市场增长动力

来自清凉饮品的威胁

产品的环保包装道德宣称正在日益兴起

数据12: 中国具有道德宣称的即饮茶饮料，2011-2016年

数据13: 天天草本玫瑰荔枝红茶，中国，2015年6月；天天草本洛神草莓乌龙茶，2015年6月

## 重点企业——所需了解的情况

主导品牌主宰市场

目前三大创新趋势

## 市场份额

康师傅控股有限公司

统一企业中国控股有限公司

广东加多宝饮料食品有限责任公司

杭州娃哈哈集团

数据14: 中国即饮茶饮料市场领先公司市场份额（按零售额和零售量区分），2014年和2015年

## 谁在创新？

口味混搭——水果和茶

数据15: 冲绳伊藤园苹果红茶，台湾，2016年3月；全家系列草莓味奶茶，台湾，2016年3月

添加植物蛋白成分的茶饮料

数据16: 爱之味麦仔茶，中国，2015年9月；康师傅核桃味经典奶茶，中国，2014年12月

添加食品元素/增加口感的茶饮料

数据17: Bubble Republic荔枝果粒绿茶饮料，泰国，2015年10月

数据18: Ministop Café木薯芒果果粒茶，日本，2015年7月

## 消费者——您所需要了解的

多样化的口味选择对于推广茶饮料至关重要

在线渠道更受中低收入群体的欢迎，但并未充分发挥其潜力

成分创新是吸引低线城市居民的关键所在

认识英敏特城市精英人群

## 对于不同即饮饮料的态度

茶饮料拥有独一无二的竞争优势

茶饮料需要进行口味拓展战略

数据19: 对应分析，2015年12月

数据20: 对于不同即饮饮料的普遍态度，2015年12月

## 对于不同即饮茶饮料的态度

奶茶是最“浪漫”的茶饮料，而绿茶和茉莉花茶饮料是最“清新”的茶饮料

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://store.mintel.com)

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: [reports@mintel.com](mailto:reports@mintel.com)

## 茶饮料 - 中国 - 2016年4月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

推广与众不同的茶饮料时，性别是区分标准

数据21: 对于不同即饮茶饮料的普遍态度，2015年12月

数据22: 对于不同即饮茶饮料的普遍态度（按性别区分），2015年12月

## 购买渠道

大多数消费者使用零售渠道，但餐饮渠道消费量有所增加

在线渠道受中低收入群体的喜爱，但仍需充分发展

数据23: 即饮茶饮料的购买渠道比较，2014年对比2015年

大多数消费者至少使用三种渠道以上购买即饮茶饮料

数据24: 即饮茶饮料购买渠道的频度分析，2015年12月

## 饮用场合

高收入男性喜爱在家时饮用茶饮料，而高收入女性青睐外出时饮用茶饮料

数据25: 即饮茶饮料饮用场合，2015年12月

数据26: 即饮茶饮料饮用场合（按性别和家庭月收入区分），2015年12月

## 产品创新

热带水果口味的即饮茶饮料最受欢迎，特别对于女性高收入者

数据27: 对新产品创新的偏好，2015年12月

数据28: 对新产品创新的偏好——女性（按家庭月收入区分），2015年12月

数据29: 立顿芒果奇异果冰茶，土耳其，2016年6月

低线城市居民更青睐成分创新

数据30: 对新产品创新的偏好（按城市级别区分），2015年12月

数据31: Emart牛蒡茶，韩国，2016年3月；AlowTea芦荟酸角茶，墨西哥，2016年3月

年轻女性喜爱具有瘦身功效的茶饮料

数据32: 对新产品创新的偏好（按性别和年龄区分），2015年12月

数据33: 冲绳伊藤园黄金乌龙茶，日本，2016年3月

## 聚类分析

数据34: 消费者对于即饮茶饮料普遍态度的人群细分，2015年12月

第一类群体——传统茶爱好者

数据35: 天喔茶庄金普洱，中国，2015年3月

第二类群体——茶饮料探索者

数据36: 凉猫醒醉礼节茶，中国，2016年1月

第三类群体——茶饮料博爱者

数据37: Woolworths Zoe Hippo混合美国&amp;苹果冰红茶（Mixed Berry Flavoured Iced Tea with Apple Drink Blend），南非，2015年9月

第四类群体——茶文化变通者

数据38: Aeon Topvalu皇家奶茶，日本，2016年3月

## 英敏特城市精英人群

人口统计群体和特征

生活方式：

数据39: 英敏特城市精英人群和其他人群的人口特征（按性别、年龄和是否有小孩区分），2015年12月

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://store.mintel.com)

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: [reports@mintel.com](mailto:reports@mintel.com)

## 茶饮料 - 中国 - 2016年4月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据40: 英敏特城市精英人群和其他人群的人口特征 (按个人月收入、家庭月收入和城市级别区分), 2015年12月

## 附录——研究方法和定义

研究方法

扇形图预测

英敏特城市精英人群定义

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://store.mintel.com)

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: [reports@intel.com](mailto:reports@intel.com)