

即饮茶饮料 - 中国 - 2019年5月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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



“中国即饮茶饮料市场增长停滞不前，这是因为品类中围绕保持消费者活跃购物状态而展开的市场竞争比以往更为激烈。为了维持市场增长，品牌和企业可转向打造品牌化，让消费者更好地了解新鲜度、纯净度、功能性益处、整体健康等方面的高端特质。此外，高端萃取工艺和优质成分通过先进贮存和供应链技术得以凸显，获得了更多地区消费者的认可。”

— 徐文馨，高级研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 新鲜度为先，有效传递高端品质
- 重塑形象，涵盖更多目标主导型消费场合
- 古代智慧孕育新商机

英敏特估计，2018年即饮茶饮料市场销售额达到了1,073亿元人民币，2018-2023年间将以4.0%的年均复合增长率增长。目前，凉茶饮料细分销售额在市场份额中占比较大；不过该细分可能在未来几年进入增长低潮期，增速低于非凉茶细分，这源于品类内部和外部的双重激烈竞争。随着贮存和供应链技术不断提高，非凉茶有望利用自身即时性和创新力度在多重感官体验、新鲜度和额外健康功效上扩展产品供应。由于消费者的健康意识日益增强，着重强调功能性宣称来实现产品线差异化对品牌和企业至关重要，这些宣称满足不同消费者需求。

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@intel.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

即饮茶饮料 - 中国 - 2019年5月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

您需要了解的

报告定义

不包括

综述

市场

市场状态饱和，步入平台期

数据1: 即饮茶饮料销售额预测（最好和最差情形），2013-2023年

凉茶人气不减，非凉茶更具潜力

公司与品牌

市场份额从领先企业流向小企业

开辟新渠道，寻求多样性

妙用模糊界限，点亮精彩创新

消费者

消费增长反映出产品人气

数据2: 饮用趋势，2019年1月

即时性难以取代，而额外功能性益处不应被忽视

数据3: 饮用理由，2019年1月

口味偏好相似，但对添加剂的接受度不同

数据4: 消费态度，2019年1月

从产品安全到丰富营养，处处寻求高端特质

数据5: 高档宣称，2019年1月

对糖和甜味剂的态度不确定

数据6: 对糖的态度，2019年1月

追求创新成分、新奇口感、健康益处三合一

数据7: 感兴趣的创新，2019年1月

我们的观点

议题与洞察

新鲜度为先，有效传递高端品质

现状

启示

数据8: 农夫山泉官网横幅介绍其纯净水源

数据9: 农夫山泉旗下的即饮茶饮料茶π，以吸睛的包装设计闻名

重塑形象，涵盖更多目标主导型消费场合

现状

启示

现在购买这篇报告

网址: 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

即饮茶饮料 - 中国 - 2019年5月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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10: 日本三得利胡麻麦茶 (Gomamugicha) 广告

数据11: 日本三得利黑乌龙茶 (BLACK OOLONG TEA) 广告

古代智慧孕育新商机

现状

启示

市场——您所需要了解的

即饮茶饮料市场达到饱和状态

餐饮渠道可为即饮茶饮料带来灵感

非凉茶细分发展潜力更大

市场规模与预测

竞争企业的影响导致饱和和市场不断进行调整

数据12: 即饮茶饮料销售额预测 (最好和最差情形), 2013-2023年

推动产品创新以扭转销售量缩水现状

数据13: 即饮茶饮料销售量预测 (最好和最差情形), 2013-2023年

市场因素

更多企业借助高端化引发激烈市场竞争

科技实现销售渠道扩张

竞争激烈和核心用户群缩减带来的双重威胁削弱了增长势头

市场细分

凉茶

数据14: 凉茶销售额预测 (最好和最差情形), 2013-2023年

非凉茶

数据15: 非凉茶销售额预测 (最好和最差情形), 2013-2023年

重点企业——您所需要了解的

非凉茶领先企业竭力挽回市场份额流失

野心勃勃的新玩家用小众宣称占据一席之地

通过餐饮服务渠道试水新想法

市场份额

即饮茶带动领先企业增长

激烈战况蔓延到非凉茶细分

其他企业凭借高端特性对行业领先者步步逼近

数据16: 即饮茶饮料领先品牌的市场份额 (按销售量区分), 中国, 2017和2018年

数据17: 即饮茶饮料领先品牌的市场份额 (按销售额区分), 中国, 2017和2018年

数据18: 华润怡宝添加膳食纤维的无糖即饮茶饮料

数据19: 元气森林旗下添加了膳食纤维和胶原蛋白的即饮茶饮料

竞争策略

借助餐饮服务业务测试新品

现在购买这篇报告

网址: 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

即饮茶饮料 - 中国 - 2019年5月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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20: 王老吉现泡凉茶店隆重开业

升级节目赞助争夺战，以求保持品牌年轻化

数据21: 康师傅投资赞助热门真人秀节目

数据22: 农夫山泉茶π最新代言人

保质期短和全新包装可以传达新鲜度

数据23: 统一短保冷藏即饮茶饮料

数据24: 香飘飘新推出的即饮茶饮料

利用媒体渠道吸引目标消费者的关注

数据25: 香飘飘推出的即饮茶饮料新品

谁在创新？

中国（包括台湾地区）：新鲜看得见

数据26: 即饮茶饮料新推出的包装种类，中国，2016-2018年

数据27: 即饮茶饮料采用的新包装材料，中国，2016-2018年

数据28: 使用冷萃法制作的即饮茶饮料

全球：古代智慧贴合天然宣称

数据29: 采用新奇成分制作的即饮茶饮料

全球：“发酵”人气源于健康益处和独特风味口感

数据30: 亚太地区的康普茶饮品

数据31: HeyJuice即饮康普茶饮品

数据32: The Living Apothecary白牡丹和薰衣草口味的无奶开菲尔饮品（dairy-free kefir drink featuring white peony and lavender tea）

全球：含有人气成分的复合饮料保持品类活力

数据33: 含有果汁的即饮茶饮料，日本

数据34: 加入椰奶和椰子水的即饮茶饮料，美国

消费者——您所需要了解的

培养非用户的消费习惯

强调天然性和新鲜度

品类分界线模糊

饮用趋势

即饮茶饮料品类借高端化之东风越来越受欢迎

数据35: 饮用趋势，2019年1月

即饮茶饮料用户集中为年轻消费者

数据36: 饮用趋势——即饮茶饮料，2019年1月

饮用理由

即时性领先于所有饮用理由

数据37: 饮用理由，2019年1月

生活环境以及聚焦健康的趋势可能对区分地域性偏好至关重要

数据38: 饮用理由（按区域区分），2019年1月

大部分用户对满足3-4种功能的饮料表示满意

现在购买这篇报告

网址: 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

即饮茶饮料 - 中国 - 2019年5月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

消费态度

年龄决定即饮茶饮料的口味偏好

数据39: 消费态度, 2019年1月

数据40: 消费态度, 2019年1月

数据41: 消费态度, 2019年1月

20多岁的消费者对饮料包装期待较高

数据42: 消费态度, 2019年1月

高收入消费者或父母往往提前买好, 或展现冒险尝鲜精神的购买行为

数据43: 消费态度 (按家庭构成和个人月收入区分), 2019年1月

数据44: 消费态度 (按家庭构成和个人月收入区分), 2019年1月

高档宣称

安全标准高、健康益处多是高端化的标志

数据45: 高档宣称, 2019年1月

整体上, 中国茶饮消费者日益了解茶的健康益处, 年轻消费者乐于接受新特性

数据46: 高档宣称 (按年代区分), 2019年1月

对糖的态度

天然甜味剂是“更健康”的代名词

数据47: 对糖的态度, 2019年1月

近30岁的和年长的消费者更易接受天然糖

数据48: 对糖的态度 (按年龄群体区分), 2019年1月

感兴趣的创新

水果、花草和替代乳制品成分点燃兴趣

数据49: 感兴趣的创新, 2019年1月

创新吸引更多家庭收入高的用户

数据50: 感兴趣的创新 (按家庭月收入区分), 2019年1月

3-4种创新点可填补消费者的好奇心和现有选择之间的差距

认识英敏特城市精英人群

期待即饮茶饮料带来的“好状态”

数据51: 饮用理由 (按消费者分类区分), 2019年1月

更关注健康宣称或小众加工工艺

数据52: 高档宣称 (按消费者分类区分), 2019年1月

代糖接受度更高

数据53: 消费态度 (按消费者分类区分), 2019年1月

数据54: 消费态度 (按消费者分类区分), 2019年1月

附录——市场规模与预测

数据55: 中国即饮茶饮料市场的总销售额, 2013-2023年

数据56: 中国即饮茶饮料市场的总销售量, 2013-2023年

现在购买这篇报告

网址: 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

即饮茶饮料 - 中国 - 2019年5月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

附录——市场细分

数据57: 中国即饮凉茶市场的总销售额，2013-2023年

数据58: 中国即饮凉茶市场的总销售量，2013-2023年

数据59: 中国即饮非凉茶市场的总销售额，2013-2023年

数据60: 中国即饮非凉茶市场的总销售量，2013-2023年

附录——研究方法 with 缩写

研究方法

扇形图预测

缩写

现在购买这篇报告

网址: 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