

2019新式茶饮消费白皮书

36Kr 研究院

奈雪茶[®]

联合出品 2019年12月

研究方法 与说明

INSTRUCTION

研究背景

2019年中国现制茶饮的潜在市场规模预计将达到500亿元人民币；全国现制茶饮门店数量更是超过45万家。除此之外，中国现制茶饮的生态环境也发生了根本性的改变。自2015年以来，中国现制茶饮连锁行业逐渐步入“新式茶饮”时期。在这一时期，消费者对茶饮品牌商提出了更高的要求，例如兼顾产品功能性价值的同时，其社交价值和休闲价值也需要得以体现——“一杯茶也可以成为时尚的标签”。在这样的背景下，获取和理解新式茶饮消费者的人物画像、消费动机、行为偏好等信息，对塑造成功的品牌文化与提升品牌价值是十分重要的。

研究方法

- 调查方式：线上自填式问卷
- 调研对象：由70后、80后、90后、00后组成的新式茶饮消费群体
- 调查维度：用户年龄、学历、居住城市、婚恋状况、职业等基本信息；关注受访群体在新式茶饮消费上的偏好、经历和满意度等情况
- 调研时间：2019.10.15~2018.11.20（自填式问卷时间：2019.10.23~2018.10.31）
- 样本总量：1500份有效问卷

版权说明

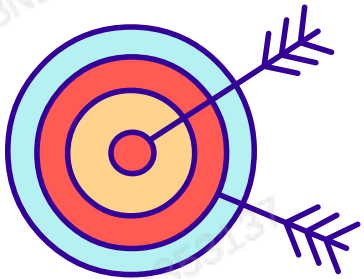
报告所发布内容均为36氪研究院作为第三方研究平台的独立数据与研究分析，不代表任何企业的立场，转载请注明报告来源。

核心数据结论概述

1. 经过我们测算，中国茶饮市场的总规模在2019年将突破4000亿元，中国咖啡市场的总规模在2019年将接近2000亿元。中国茶饮市场总规模是咖啡市场总规模的2倍。
2. 新茶饮品牌更重视培养用户线上成交习惯，茶饮行业每年外卖点单量以50%的速度递增。
3. 90后成为新式茶饮主流消费人群，女性消费者在各年龄层中均占据主导地位。
4. 除一线城市的白领女性消费群体外，新式茶饮行业在其他市场的开发和扩张程度明显不足，例如二、三线城市和男性消费群体。
5. 消费者最关注的新式茶饮信息：口感、种类和质量安全。
6. 水果茶已经成为最受欢迎的新式茶饮饮品；其中83%的受访者表示偏好水果茶饮，其次是奶盖茶（74%）和奶茶（64%）。

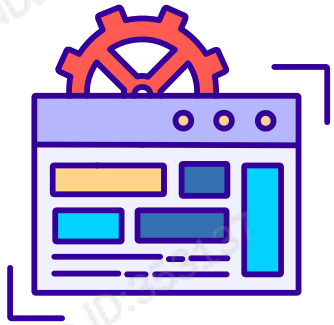


核心数据结论概述



7. 新式茶饮消费者月购茶数量较多，5-14杯的区间占比最大（83%）；并且还有11%的用户月消费杯数在15杯以上，93%的用户一周会多次购买新式茶饮。
8. 15-24元是受众群体最多的单品价格区间，占比64%；而单价25元以上区间的受众人群也占到了30%；有超过72%用户月茶饮消费在200元以上。
9. 76%的受访者可以忍受日常20分钟以上的排队时间，其中愿意等待20-30分钟的人群占比最大（55%）。
10. 奈雪的茶领跑忠诚顾客的满意度榜首，且占据最受消费者喜爱的水果茶品类第一。
11. 茶饮、咖啡和酒水行业之间的界限正变得越来越模糊；78%的受访者表现出了对茶饮店提供咖啡和酒类饮品的兴趣。

核心数据结论概述



12. 围绕IP形成茶、咖啡、酒、餐食、文创、环保等的**多场景体验店**即为茶饮的4.0阶段。

13. 许多新式茶饮品牌陆续开设“**千方大店**”，提供集餐饮、零售、娱乐、文创周边等于一身的功能，像奈雪的“奈雪梦工厂”、喜茶的“喜茶LAB旗舰店”乐乐茶的“制茶乐园”等。

14. 新式茶饮消费者更关注**健康**，超半数用户选择标准糖度以下的茶饮品，且喜爱新鲜食材现制茶饮。

15. 新一轮新式饮茶竞争不仅强调“健康化”、“时尚范”，更是将市场拓展到了国外，“**国际范**”也将成为新式茶饮品牌的重要发展趋势之一。

16. 新式茶饮品牌拓展丰富的**智能化**的门店形式，利用外卖平台、开发APP和小程序等**多元化**的消费途径，采用供应链**数字化**管理，严格把控原材料，并且逐渐向**下沉市场**进攻势。

目录 CONTENTS



01 | 新式茶饮行业概况



02 | 新式茶饮消费的主力军



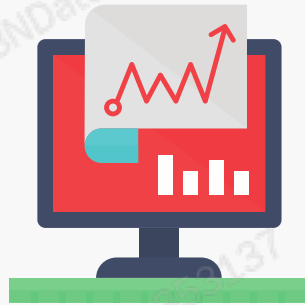
03 | 新式茶饮用户的消费行为偏好



04 | 新式茶饮的“冷”知识



05 | 饮食茶饮未来发展趋势



PART 1

新式茶饮行业概况

1.1 茶饮连锁行业新面貌

- 相较于传统茶饮，新式茶饮更强调在**原材料（以及配料）选择、生产流程、门店运营**上做出**升级和创新**，以确保为消费者提供**更高质量的产品和服务**，从而创造独特的**品牌文化**并提升**品牌价值**。例如，在原材料的选择上，新式茶饮采用优质茶叶、鲜奶、蔗糖、新鲜水果等天然、优质的食材，代替传统茶饮较多使用的茶包、奶精、糖精、水果罐头等；并且，新式茶饮在茶底和配料的选择上也更加多样化，打破传统茶饮观念的束缚。
- 除此之外，新式茶饮行业更加讲究产品的外观与包装，并在店面的装潢上也做出相应的提升，品牌间表现出鲜明的差异。在成品的交付场景上，新式茶饮行业不仅保有传统门店式的线下消费方式，而且通过搭载外部平台（例如美团、饿了么等）和搭建内容部平台（品牌自己的APP、小程序等）实现对消费者的线上服务。



01

02

03

04

05

06

07

08

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_17001

