

2021年 茶植咖-三大饮料品类分析

包装即饮茶饮料、植物饮料和咖啡饮料的市场洞察分析

益普索
2021年6月



目录

01

饮料行业整体趋势介绍

02

细分行业分析

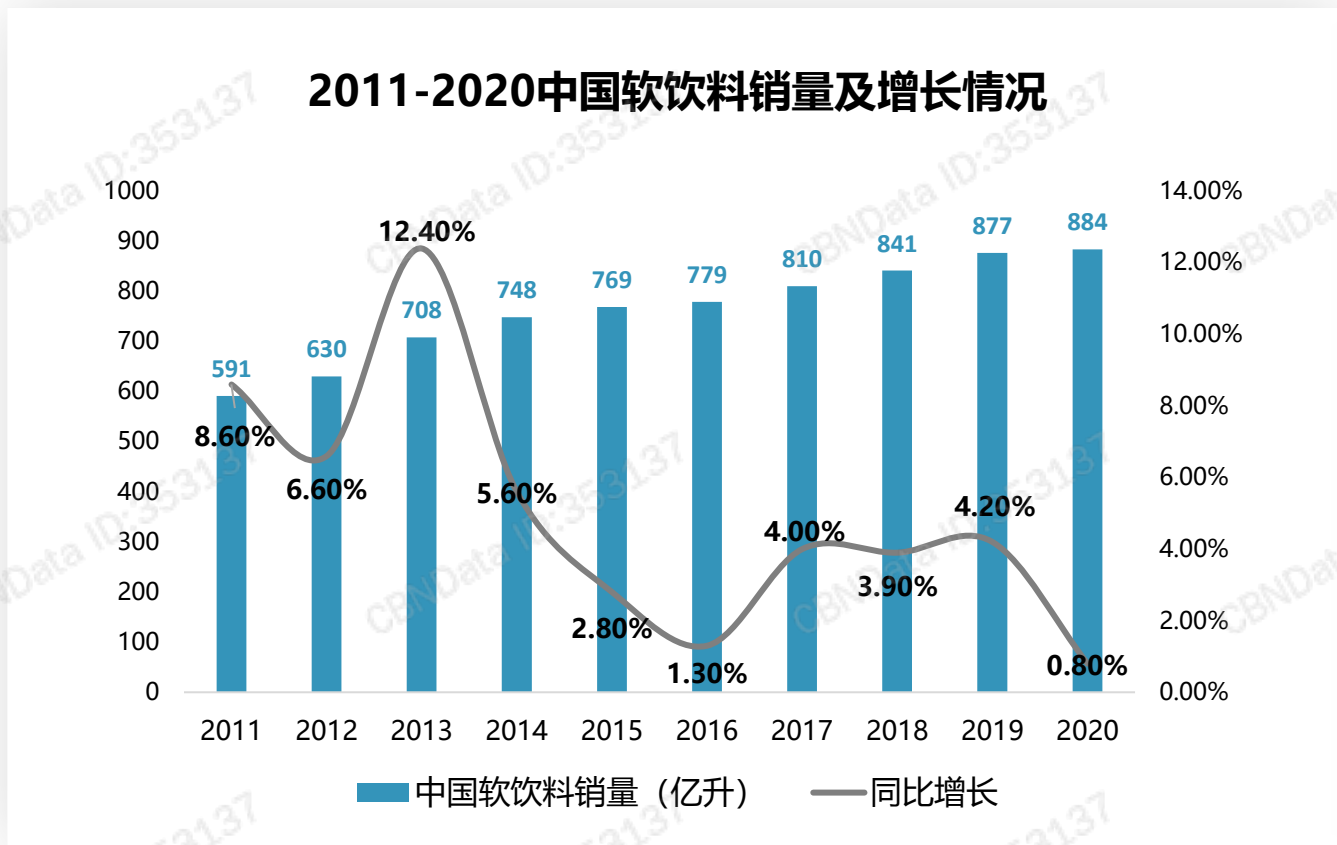
- 即饮茶
- 植物蛋白饮料
- 即饮咖啡饮料

03

跨行业观点分析总结



中国软饮料市场增速放缓



中国软饮料行业保持稳定增长

- ✓ 中国软饮料市场近十年持续稳定增长;
- ✓ 未来中国软饮市场将保持 **5.5%** 的复合平均增速, 到2025年市场规模超过 **7900亿元**

软饮料各细分市场增长态势良好

健康话题热度依旧，茶饮无糖化成为趋势

✓ 新兴品牌抢占无糖茶细分市场



元气森林 燃茶

✓ 行业领导品牌强势加入



康师傅
无糖冰红茶



康师傅
无糖冷泡茶

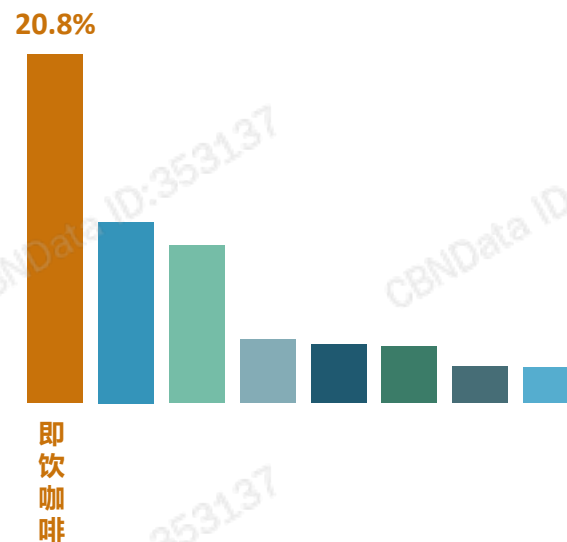
植物蛋白饮料消费升级，燕麦奶领跑新消费赛道

随着人们对健康的重视，以燕麦奶为代表的**新兴植物蛋白饮品**为行业带来了清晰的**第二增长机会曲线**。

- ✓ 椰汁与罐头生产企业**欢乐家**登陆深交所创业板上市交易；
- ✓ 总部位于瑞典马尔默市的老牌燕麦奶企业**OATLY**在纳斯达克敲钟上市；
- ✓ **承德露露**股价自5月21日-27日持续上涨，并于5月26日-27日连续两天涨停。

即饮咖啡增速领跑饮料市场各细分品类

2019 - 24E
中国软饮料细分市场复合增长率



目录

01

饮料行业整体趋势介绍

02

细分行业分析

- 即饮茶
- 植物蛋白饮料
- 即饮咖啡饮料

03

跨行业观点分析总结



即饮茶发展历史

茶饮在中国的发展历史



- ◆ 中国的**茶文化**有**上千年**的历史，泡茶和品茶的艺术在世界上也享有盛誉，开盖即饮的**茶饮料**则是近代的产物。

- ◆ 1990年代，**旭日升冰红茶**的问世正式拉开了**中国内地茶饮市场**的序幕。康师傅、统一、农夫山泉等逐步跟进，占据市场主导地位。
- ◆ 2015年，统一推出市场上**首个冷泡茶产品小茗同学**，让**果汁加茶**的搭配成功进入主流消费者视野。
- ◆ 2016年，农夫山泉推出**茶π**，四年创下**百亿销量**，成为茶饮市场的现象级产品，也激活了茶饮市场的二次增长。



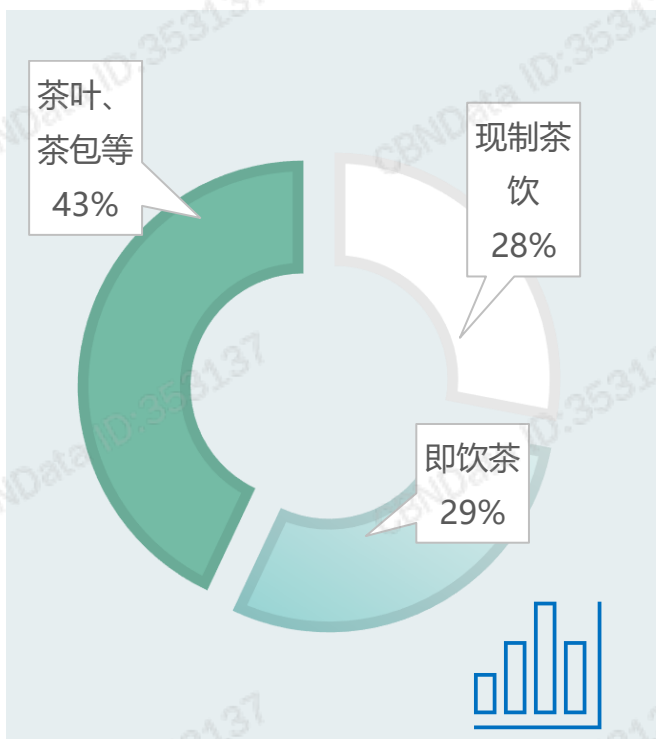
- ◆ 近两年，消费者**健康意识**提高，**无糖茶饮**市场份额占比大幅提高，以“元气森林”为代表的**新型品牌和企业**迅速崛起，市场竞争变数再度增大。
- ◆ 2021年4月，**康师傅推出无糖冰红茶产品**，**618取得优异的销售成绩**



即饮茶市场概况

即饮茶市场规模将达到千亿级别

2020年国内零售茶饮行业市场构成



2019年即饮茶市场规模787亿

按零售额计算，**2019年**中国即饮茶市场规模为人民币787亿。其中，含糖茶饮料为**95%**，**无糖茶**饮料占比**5%**。



即饮茶市场上升空间广阔

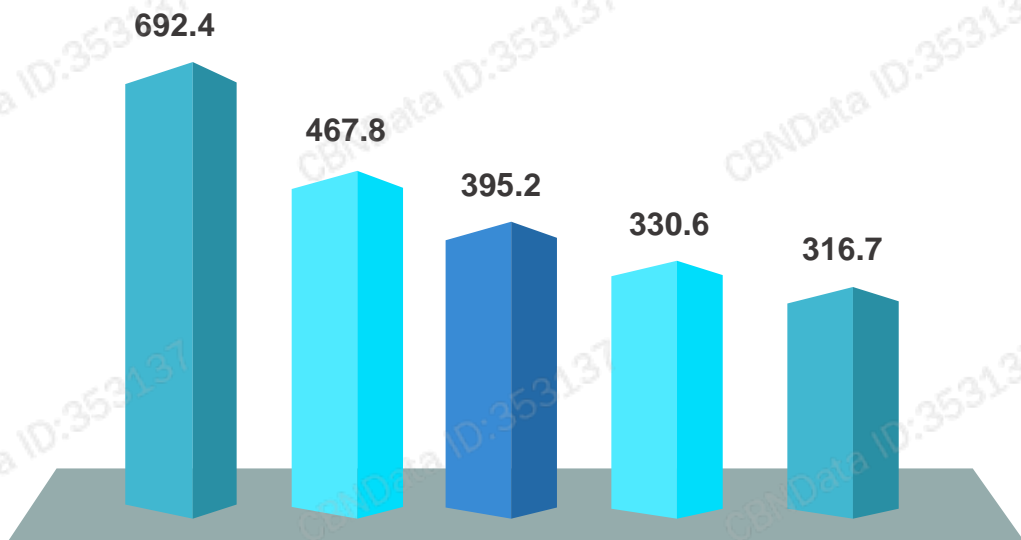
即饮茶市场近3年来增速迅猛，上升空间广阔，预计到**2025年**市场规模**将达千亿元**。其中，即饮**无糖茶**占比预计将超过**14%**。



即饮茶市场竞争格局

即饮茶市场竞争激烈，传统企业长盛不衰，新派产品强势入场

2020年茶饮料品牌C-BPI（中国品牌力指数）



即饮茶新晋畅销产品层出不穷

饮料行业素有更新迭代快的特点，康师傅等龙头企业虽有先发优势但也无法一劳永逸、高枕无忧。

既有新品牌强势入场，又有老品牌猛烈追击，如**元气森林**旗下茶饮和**香飘飘**推出的**Meco果汁茶**，均受到市场的热烈

一拥

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_24958

