

中国杯壶行业研究报告

©2022.5 iResearch Inc.



中国杯壶行业整体概况：

- 起步于20世纪90年代，从贴牌代工逐步转向培育自主品牌，技术水平达到或接近国际领先。
- 量价齐升促进我国杯壶市场规模保持较快增长，疫情影响边际减弱，玻璃杯占比提升。
- 生产端：我国杯壶产量全球第一，生产地集中于浙江、广东等地区；消费端：受人口、习惯和渠道建设等影响，呈现明显地域性。
- 轻量化、健康化、品类细分化以及营销方式创新是杯壶行业的发展趋势。



中国高端杯壶细分市场研究：

- 受益于消费者品牌意识提升以及在材质安全、外观设计方面的更高要求，杯壶产品逐步从“耐用品”转向“快消品”，高端定位产品受到消费者的青睐，市场规模增速高于整体。
- 高端杯壶消费人群主要为已婚青中年群体，从事企业白领职业居多，生活品质较高，购买力强，主要位于经济较发达地区。



本土高端杯壶品牌发展机遇：

- 下沉市场的渠道优势和消费者基础为本土高端品牌提供机遇。
- 新国货崛起，消费者对厨卫用具国产品牌的好感度较高。
- 多层次电商渠道推动国产高端品牌打开市场增长的天花板。



杯壶行业典型企业案例：

- 希诺：高端杯壶领域领先的本土品牌，在产品和技术上不断创新，积极拓展多元渠道。
- 富光：历史悠久的老牌杯壶企业，在品牌多元、年轻化上积极尝试。
- 哈尔斯：海外市场为主，通过与故宫、迪士尼等IP的合作以及子品牌矩阵提高品牌影响力。
- 膳魔师、虎牌及象印作为海外高端杯壶品牌代表，在产品设计及营销上保持高水准。

中国杯壶行业整体概况

1

中国高端杯壶细分市场研究

2

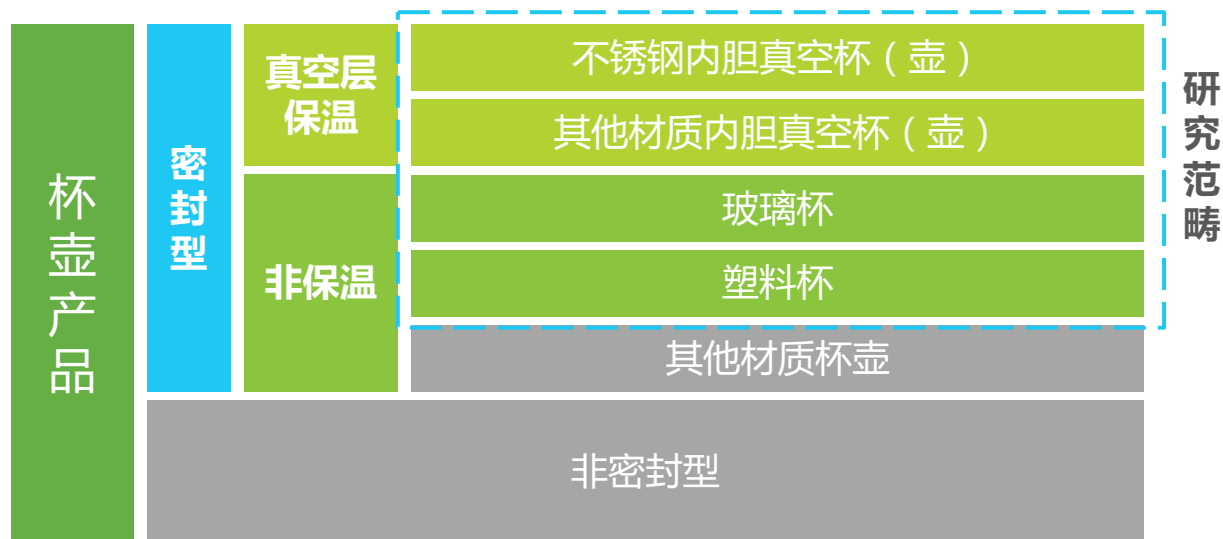
中国杯壶行业典型案例研究

3

本报告聚焦于中国杯壶产品市场

杯壶产品指用于存放冷热水、饮料等液体（食品）的杯、瓶、壶等日用器具。广义的杯壶定义包含品类众多，按设计结构可分为密封型¹和非密封型，按瓶身/内胆材质可分为金属、玻璃、塑料、紫砂、陶瓷杯（壶）等。**本报告研究的杯壶产品范畴限于密封型的真空保温杯（壶）、玻璃杯以及塑料杯。**

- **真空保温杯（壶）**：内胆和外壳之间设有真空绝热层以延缓内部液体温度变化，具有保温功能的密封杯壶。内胆材质主要由不锈钢材料制成，此外也有部分产品选用银、钛、陶瓷等材质。
- **玻璃杯**：通常以高硼硅玻璃为原材料，经过高温烧制而成的一种透明容器。主要包括单层玻璃杯和双层玻璃杯。双层设计非真空隔层，主要作用在于防烫，不具备保温功能。
- **塑料杯**：通常以聚丙烯（PP）、聚碳酸酯(PC)、丙烯腈-苯乙烯共聚物(AS)、聚对苯二甲酸乙二醇酯(PET)、Tritan™等为原材料制成的水杯。



注释：1. 参考行业标准，密封型指杯中注入95°C以上的水后拧紧杯盖，杯口向上，以1次/s的频率、500mm的幅度，上下挥动10次，再水平倾倒静置10min，无任何漏水的杯壶。
来源：杯壶行业相关国家标准及行业标准，艾瑞研究院自主研究与绘制。

中国杯壶行业发展历程

起步于20世纪90年代，从贴牌代工到民族品牌崛起百花齐放

20世纪90年代海外杯壶生产技术被引入中国，以保温杯、玻璃杯以及塑料杯为代表的中国杯壶行业开始快速发展，从最初的粗放式生产到如今自主品牌崛起、技术水平达到或接近国际领先水平，行业经历了快速的发展和迭代。近年来我国杯壶行业一方面面临供给侧改革，低端产能被逐步淘汰，另一方面市场差异化竞争趋势显著，海内外品牌纷纷聚焦于消费者深层需求以及场景化挖掘，市场呈现百花齐放的竞争格局。

中国杯壶行业发展历程








来源：公开资料，艾瑞研究院自主研究与绘制。

杯壶产品类别

保温杯壶、玻璃杯以及塑料杯满足了不同场景下的消费需求

消费者基于不同的使用场景，对杯壶产品在保温/保冷、防烫、便携、耐用、轻便、美观、展示个性等方面产生了更为多元化的要求，由此促进了杯壶产品在材质、外观设计和技術上的细分化和创新。

杯壶类型	细分品类	产品特性	适用场景/人群	使用痛点	占比 ¹ 及趋势
保温杯（壶） 	<ul style="list-style-type: none"> □ 不锈钢保温杯 □ 陶瓷/紫砂/银内胆保温杯 □ 钛保温杯 □ 保温壶（含焖烧壶） 	 <p>保温性 健康性 美观性 耐用性 轻便性</p>	<ul style="list-style-type: none"> □ 保温需求较高，温水可得性较低的场景 □ 例如：长途旅行、逛街游玩、司机驾驶、商务会议、学习培训等 	<ul style="list-style-type: none"> □ 即饮性较差，容易烫嘴、闷茶 □ 同等体积下容量较小，重量大，不利于携带 □ 不适合存放酸性/碱性液体 	
玻璃杯 	<ul style="list-style-type: none"> □ 单层玻璃杯 □ 双层玻璃杯 	 <p>保温性 健康性 美观性 耐用性 轻便性</p>	<ul style="list-style-type: none"> □ 保温需求一般，温水可得性较好，杯具不易损坏的室内场景 □ 例如：冲饮茶水、日常居家、商务办公 	<ul style="list-style-type: none"> □ 玻璃材质易碎，不便于携带 	
塑料杯 	<ul style="list-style-type: none"> □ PC/AS/PET塑料杯 □ Tritan™塑料杯 	 <p>保温性 健康性 美观性 耐用性 轻便性</p>	<ul style="list-style-type: none"> □ 保温需求低，温水可得性较好或对温水要求较低的户外运动场景 □ 例如：日常居家、婴幼儿、户外运动 	<ul style="list-style-type: none"> □ 传统塑料材质在高温下有释放双酚-A的风险 □ 存放高温液体易损坏材质 	

注释：基于以出厂价计算的市场规模估算占比
来源：根据专家访谈测算，艾瑞研究院自主研究与绘制。

主要品牌划分

基于终端定价及产品特征，主要杯壶品牌可以分为三大类型

中国杯壶市场品牌众多，产品样式层出不穷，同时也不断有新生品牌诞生或跨界品牌介入。从终端市场定价水平及主要产品在市场定位、材质选择、设计风格方面的特征出发，我们将中国市场上主要的杯壶品牌划分为高端品牌、跨界/新生品牌以及传统杯壶品牌，分别占整体市场份额约20%、10%和40%，其余份额由众多地方性小品牌产品瓜分。

中国杯壶品牌划分及特征

	份额 ¹ 占比	主要特征	品牌列举	目标消费者
高端品牌		选材优质，生产工艺领先，外观设计上兼顾实用与美观，享有高品牌溢价	<div style="display: flex; flex-direction: column;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">海外品牌</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">本土品牌</div> </div>	消费能力较强，对于水杯要求较高，重视材质健康安全
跨界/新生品牌		其他行业领先企业跨界介入，或新生品牌，注重外观设计创新，更加迎合青年消费者的潮流审美，整体定价属于中端水平	<div style="display: flex; flex-direction: column;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">主要品牌</div> </div>	新一代年轻消费者，注重产品颜值，或跨界品牌粉丝，追求个性与差异化
传统杯壶品牌		产品设计传统实用、款式经典，主要为本土老牌杯壶厂商，产品种类多，定价相对亲民	<div style="display: flex; flex-direction: column;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">主要品牌</div> </div>	注重实用性和性价比的大众消费者
其他地方性小品牌		除主要品牌外，我国杯壶行业仍有相当数量的小规模企业，其受资金和技术所限，产品品种单一，品质较低，缺少品牌影响力和研发设计能力，多存在于低线城市且单企业体量较小		

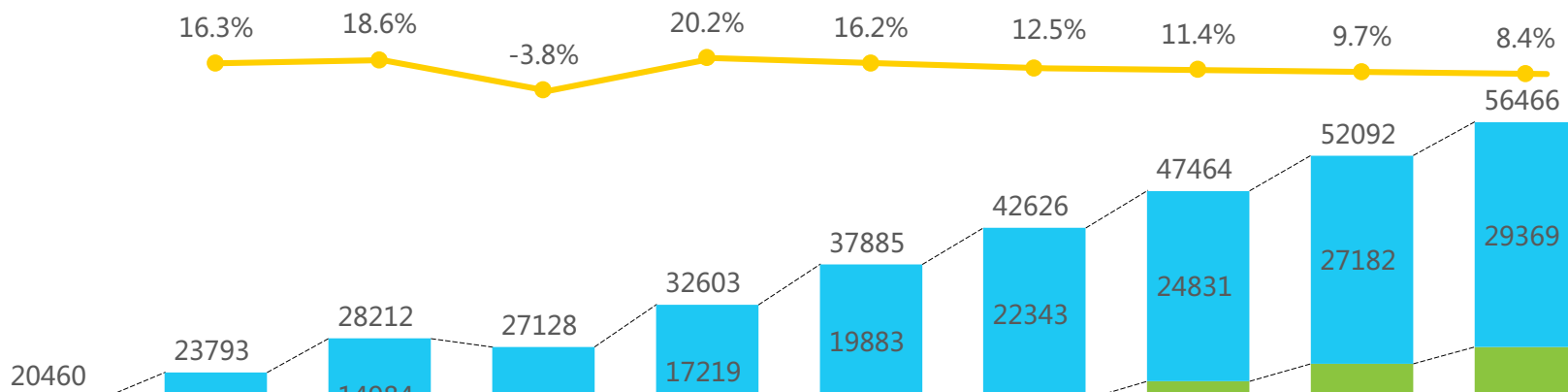
注释：基于以出厂价计算的市场规模估算占比
来源：根据专家访谈测算，艾瑞研究院自主研究与绘制。

中国杯壶市场规模

量价齐升促进我国杯壶市场整体较快增长，玻璃杯占比提升

随着居民可支配收入提高以及需求场景的细分化，一方面我国杯壶产品在一定程度上呈现快消品特征，产品消费更换频率更快，人均保有量提升；另一方面消费升级趋势明显，高端杯壶产品拉动平均单价上涨。量价齐升促进我国杯壶市场规模较快增长。2021年我国以出厂价计算杯壶市场规模达到326亿元，同比增长20.2%，逐步从疫情的影响中走出。其中玻璃杯由于美观性和健康性较好，在冲泡茶饮和商务办公场景需求旺盛，近年来增速较高，市场份额占比快速提升。

2017-2026年以产品类别细分的中国杯壶行业市场规模



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_41581

