

无糖茶饮产业步入成长期

到2025年,内地无糖茶饮市场规模将突破百亿

近日,零点有数发布《2022年中国无糖茶饮行业洞察报告》(以下简称《报告》),《报告》显示,无糖茶饮产业已经步入成长期,并已进入快速稳定发展的新阶段,随着品类市场进一步成熟,预计到2025年,中国内地无糖茶饮市场规模将突破百亿。

随着消费者健康意识提升、观念转变,无糖茶饮品牌不断获得消费者认可,行业进入稳定发展新阶段。在消费者端,消费者对于健康饮品的期待在不断加码,“0糖”“0卡”之外,不少消费者开始期待更养生、更有功效的饮料产品。在这样的趋势下,以元气森林纤茶为代表的无糖植物茶迎来了前所未有的发展机遇。《报告》显示,无糖植物茶市场快速发展,作为更具有新鲜感的茶饮产品,未来增长预期超30%,增长率方面远超其他品类。

行业增长迅速 无糖植物茶饮成增长新动力

《报告》指出,饮料行业近年来发展进入瓶颈期,但无糖茶饮正在依靠惊人爆发力为饮料产业发展注入活力。

随着健康观念的深入人心,以及国家于2019年设定每日控糖目标,无糖茶饮行业还会持续增长,预计到2025年,中国内地无糖茶饮市场规模将突破百亿。类比海外其他市场发展情况,2019年日本的

茶饮料中约70%是无糖茶饮;澳洲无糖茶饮占比44.4%;新加坡无糖或低糖饮料市场份额从2012年的30%增至2018年的43%。而我国具有源远流长的饮茶文化,目前无糖茶饮占比仅5.2%,类似于日本无糖饮料兴起的初期,未来空间巨大。

随着行业规模迈向百亿,消费者认知不断提升,无糖复合口味、无糖植物茶饮两大品类的消费者预期会出现较大增长,其中无糖复合茶饮未来一年消费者预期增幅为8.9%,无糖植物茶未来一年消费者预期增长为33.9%。报告还显示,预计到2028年,无糖植物茶饮的市场份额达到22%,将跃居市场第二位。

无糖植物茶这一新品类已经开始逐步发力,并在口味上区别于海外其他市场,围绕着“药食同源”进行创新。资料显示,无糖植物茶代表品牌元气森林纤茶上市以来,其曾连续八周蝉联天猫无糖茶饮热销榜、好评榜、回购榜榜首,今年“6·18”期间新品桑椹五黑茶上市三天售罄30000瓶。此外,《报告》显示,2028年无糖植物茶饮在无糖茶饮的市场份额将超过40%,竞争优势明显。

“健康”成为品牌 抓住优质用户的关键因素

据调研数据显示,2021年年轻人预计增加消费方面保健养生占比33.3%,便捷养生已经成为时下年轻人基本生活方式,在健康意识不断提升的时代背景下,消费者对于饮料的健康需求愈发多元。

以元气森林纤茶为例,在其创牌初期就主打轻养生概念,目前,纤茶已经陆续推出玉米须茶、杭白菊花茶、桑叶茶、青柑陈皮茶、桑椹五黑茶,分别针对“祛水肿”“明目、清火”“控糖”“润喉、消食”及“养发”等消费者需求场景,贴合都市白领人群的健康需求,并通过代言人倪妮身着旗袍传递中式美学给人轻盈感受,从内而外多种卖点结合吸引女性消费者。

目前,纤茶已经依靠母品牌元气森林的强背书与其创新性产品内核形成竞争优势,首次将桑叶、陈皮等药食同源原材料运用到饮料中,将中国传统古方里的养生茶文化进行预包装化,为消费者带来具

有功效的创新产品。

《报告》指出,通过无糖植物茶饮用户的饮用行为分析发现,42.2%的无糖植物茶饮用户为优质用户,即近期有过消费、消费频次高以及消费金额高的用户。其中,61.6%的无糖植物茶饮用户至少三天内要购买一次无糖植物茶饮,17.8%的人群几乎每天饮用。

《报告》指出,在社会转速不断加快下,亚健康问题是大众寻找健康摄入品的根本原因,纤茶所代表的“药食同源”型饮料或将为行业品牌打开产品研发新的思路,也为消费者带来更多选择。

无糖茶饮市场已经被元气森林、农夫山泉等头部品牌相继打开,并创新了诸如纤茶、东方树叶等引领行业发展的创新产品,但如何带动全行业一起高质量发展、为消费者带来创新型无糖茶饮,是品牌们需要共同研习的新课题。(王城)



广告



贵州贵酒 封藏酒

— 以时光 酿珍贵 —





中康一品实业有限公司
服务热线: 400-800-2692
销售电话: 010-83362960

