

# 多品牌加码茶饮料 行业期盼理性竞争

## 众多茶饮料品牌亮相

走进糖酒会饮料企业集中的6号馆,一个个茶饮品牌进入视野,包装各异的茶产品被摆放在展台显著位置。比如中粮旗下的“中国茶叶”展台,来自北京的茶饮品牌“让茶”,来自深圳的茶饮独角兽“有丛气”等。

2023年进入大众视野的茶饮料品牌“茶小开”是第二次参加糖酒会,今年带来了旗下的“茶小开”“茶与茶说”两大系列产品。茶小开渠道总监王绪刚告诉笔者,相比于2023年糖酒会,茶小开无论是产品数量还是展区面积,都有了大的提升。“我们这次是双品牌运营,并增加了新的产品。上次我们的展台才18平方米,今年我们展台升级为99平方米,对品牌宣传更有利。”

一些此前未涉及茶饮料业务的企业也带来了茶产品。成立于1993年的焦作米奇食品饮料有限公司(以下简称“焦作米奇”),在推出无糖茶之前,主要生产果蔬汁、蛋白饮料两大系列产品。2023年,焦作米奇斥资1.2亿元,引进全自动无菌冷罐线,生产无糖茶饮品,进入无糖茶赛道。焦作米奇无糖茶业务销售负责人对笔者介绍,今年糖酒会是其旗下无糖茶品牌“淳茶日记”的首次公开亮相,带来了8款无糖茶产品。

事实上,无糖茶饮料也是本届糖酒会上经销商关注的重点。在茶品牌“东芳茶萃”的展台旁,一直有经销商咨询、品鉴产品。近几年势头火热的“让茶”,其展台被来自全国各地的经销商围得水泄不通,成

日前,作为食品饮料行业风向标的第110届全国糖酒商品交易会(以下简称“糖酒会”)成功举办。在饮料展区,中茶、香飘飘、宏宝莱等饮料品牌纷纷设展。以中国茶为主的纯茶、调味茶饮料企业也加入了今年的糖酒会。一位在展台前徘徊的经销商感叹:“真没想到会有这么多做茶饮料的企业参展。”

业内人士表示,茶饮料或将成为下一个行业爆款,尽管有越来越多的企业涉足,但这一品类依然有较大的市场空间。

为展会期间的爆款。

## 市场规模扩大

继气泡水后,茶饮料近年来冲劲十足。随着“中国传统制茶技艺及其相关习俗”列入联合国教科文组织人类非物质文化遗产代表作名录,中国“普洱茶迈山古茶林文化景观”被列入世界遗产名录,茶饮料正成为年轻消费者的心头好。

鲸参谋平台数据显示,截至2023年9月,京东平台茶饮料的总销量超940万(份),总销售额突破5亿元。京东平台的茶饮料相关店铺数和品牌数分别为510余个和180余个。2023年2—6月茶饮料市场增长较猛,后续月份也保持着较好的销售表现。

发力无糖茶已是众多饮料品牌的共同选择。农夫山泉正大力推广东方树叶,康师傅推出冷泡绿茶、茉莉花茶两款无糖茶饮,统一旗下的茶里王品牌已经回归。国际饮料巨头方面,可口可乐于2018年推出无糖茶品牌“淳茶舍”,三得利、伊藤园等日本品牌也早已作了相关布局。

咨询机构零点有数发布《2022年中

国无糖茶饮行业洞察报告》显示,无糖茶饮产业已经步入成长期,并进入快速稳定发展的新阶段,预计到2025年,中国无糖茶饮市场规模将突破百亿元。

作为一个超过十年的茶饮品牌,东方树叶近三年取得爆发式发展。据农夫山泉内部人士透露,早在2010年,农夫山泉就预判东方树叶会迎来爆发式增长,内部曾称之为“未来的饮料”。

方正证券研报显示,本次糖酒会期间多家无糖茶企业推新,并从产品质量、口味、价格等多方面突出卖点,个别品牌1升装产品终端价已低至5元,体现极致性价比。虽然当前无糖茶赛道新进入者众多,但头部品牌仍呈现集中的趋势,消费者心智正逐步形成,具有强品牌力和渠道力的企业有望实现市占率的持续提升。

## 理性对待竞争

“我们今年布展的时候也没想到有这么多人同行”,一家茶饮料企业负责人说。

笔者在糖酒会现场也看到,不少经销商在一家茶饮展台咨询完,随即又进入下一家继续咨询。

淳茶日记相关负责人张亮对笔者说,虽然现场看到许多同行,但并没有觉得竞争激烈。他认为,无糖茶这个赛道才刚刚开始,市场空间巨大。“‘一花独放不是春,百花齐放春满园’,一个品类想做大,靠一家或者一个品牌是做不起来的,如果想迅速把品类做强,就需要有更多的同行介入。”现场多个厂商与张亮的想法一致,均称多品牌参展有利于行业发展。

对于无糖茶饮料的竞争,立白科技集团投资的首个食品饮料品牌“有丛气”创始人张科告诉笔者,风浪越大鱼越大,从发展阶段来看,国内纯茶品类目前还在萌芽期。对比日本市场,日本的纯茶饮料比例非常高,很多人拿纯茶当水喝。许多厂家看到了这一趋势,发展空间是很大的,至于谁能胜出,就要看各家的本事了。

据亿欧智库发布的《2023中国无糖茶饮行业白皮书》也显示,目前中国无糖茶饮和日韩市场相比还未饱和,尚存较大空间,未来几年无糖茶饮市场规模增长迅速。

各大品牌争抢无糖茶已是事实。日前,娃哈哈官方旗舰店抖音账号发布视频,官宣娃哈哈无糖纯茶新品上线,包括4种口味,分别为茉莉花茶、正山小种、大红袍和青柑普洱茶。

作为行业从业者,张亮与张科有着相同的观点,即“各自做好自己的产品,只有共同做大,每一家才都会有机会。如果现在开始就是竞争关系,你打我,我打你,那么这个品类是做不好的。(这么多品牌做茶饮料)是好事,让大家来喝茶。”

(王子扬)



## 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



广告