多元化产品进一步激发无糖纯茶市场

“今天，你喝茶了吗？”每到夏天，一瓶饮料是年轻人出街的“必带装备”。然而细心的人们会发现，今年夏天，越来越多年轻人的热门“装备”是主打健康的无糖纯茶。

从超市货架上琳琅满目的瓶装纯茶，到奶茶店菜单里占据一席之地的纯茶品类，纯茶饮品正凭借健康属性与清爽口感，在夏季饮料市场持续“高光”表现。

安徽农业大学茶叶全国重点实验室宁井铭教授分析，这是多方面因素共同作用的结果。近年来消费群体健康意识明显提升，机械化采摘、规模化加工的夏秋茶能满足新茶饮的大量需求。近年无糖纯茶逐渐崛起，新兴品牌通过长期推广也有了起色，多元化的产品进一步激发了无糖纯茶市场发展。

超市货架的瓶装纯茶品种丰富

在安徽合肥各大超市的饮料区，纯茶饮品“存在感”十足。在盒马鲜生，笔者注意到，除了常规的“茶饮料”专区，品牌还特别设置圆形货架陈列自营特色纯茶。“最近多了很多新的茶饮，看起来都很养生，买的人也不少。”工作人员介绍道。

货架上的纯茶饮品正用差异化争夺市场。笔者注意到，这些产品标签除了“茶叶饮料”，还不乏“植物饮料”“无糖”等标注，“轻烘焙煎炒工艺”“非遗制茶技艺”“添加黄芪、党参”等新概念也成为产品卖点。

在合家福超市，笔者注意到，在售的纯茶类饮品占据了超市饮料货架的四分之一空间，三得利、农夫山泉、康师傅、迎驾山泉等多种品牌均有产品在货架上售卖，价格大多在4到6元区间。“我们这边卖得比较好的就是统一、康师傅等大牌子，迎驾山泉以茶叶命名的系列产品像霍山黄芽、祁门红茶、六安瓜片买的人也比较多。”超市工作人员表示，该超市纯茶类产品销量稳定，适合各年龄段消费者。

笔者来到永辉超市发现，有十余种纯茶类瓶装饮料在售卖，饮料区工作人员何女士表示：“纯茶类的饮料卖得很好，尤其在夏天，纯茶的口感清爽，销量就更好了，购买的人群各个年龄段的都有。现在的人们越来越重视健康，这是纯茶销量提升的一个重要原因。”

“喝纯茶没负担，夏天吃火锅、烧烤后来一瓶，清爽解腻，热量还低。”消费者束先生表示，自己作为纯茶饮料的资深爱好者，近年来一直把纯茶类饮料当作夏季饮料第一方案，越来越多的纯茶产品也为他提供了不少新选择。

笔者注意到，农夫山泉2024年业绩报告显示，2024年农夫山泉茶饮料产品营收为167.45亿元，同比增长了32.3%，营收占比首次超过包装饮用水，在无糖纯茶类单品东方树叶的带动下，成为农夫山泉新的增长驱动力。

现制茶饮门店也推出了纯茶饮品

不止超市，现制茶饮门店的纯茶品类也在悄然崛起。霸王茶姬、奈雪的茶等品牌将纯茶单独分类，与奶茶、果茶形成并列选项。

笔者了解到，蜜雪冰城的茉莉绿茶因“性价比高”成为纯茶中的“常青树”。“夏天大家爱喝清爽的，纯茶和果茶点单率都有所增加，茉莉绿茶10元以内的价格，很多顾客觉得划算。”门店工作人员表示。

一叶觅山作为合肥本地一家主打原叶茶的现制茶饮品牌，推出了多款纯茶类产品。门店工作人员介绍：“我们的纯茶类产品销量一直都还不错，但以纯茶为基底，搭配上牛奶的轻乳茶系列更受欢迎。这可能是因为纯茶类除了茶味基本上没有别的味道，受众相对特定，而从健康的角度来说，以纯茶为基底的轻乳茶系列也是轻负担的好选择。”

价格方面，奶茶店中纯茶类产品的价格相对其他产品较低，如一叶觅山的纯茶价格为12元或14元，同品牌其他产品最高则可达24元。

多力驱动纯茶饮料持续“高光”

为什么纯茶产品能持续“高光”？安徽农业大学茶叶全国重点实验室宁井铭教授认为，这是多方面因素共同作用的结果。

“从消费端来看，近年来消费群体健康意识明显提升，主打无糖的纯茶比较符合他们的需求。”宁井铭指出，这种对健康的重视成为纯茶饮料市场持续发展的重要推力。同时，新消费群体尤其是年轻人“消费的猎奇心理很重”，他们喜欢有特色的产品，现制茶饮门店从纯茶基底出发，开发出的一系列满足健康需求又具有特色的产品也契合了他们的需求。

从原料供应看，机械化采摘、规模化加工的夏秋茶为现制茶饮品牌提供了产量充足且成本较低的原叶，能满足新茶饮的大量需求。对此，宁井铭介绍，“比如安徽所产的黄大茶，去年推给了一个知名现制茶饮品牌，相关产品大约卖了8000万杯，今年预计需求量达1000多吨。金寨、霍山的茶厂一天处理2-4万斤鲜叶是常态，原材料产量的持续提升，为现制茶饮品牌开发纯茶产品提供了‘燃料’。”

此外，从市场格局而言，茶饮料市场虽被头部企业占据大量份额，但近年无糖纯茶逐渐崛起，新兴品牌如迎驾山泉通过长期推广也有了起色，多元化的产品进一步激发了无糖纯茶市场活力。

（周镕健 王凡丹 陈百川）