

无糖茶饮成“新宠”

夏天的炎热,为竞争激烈的饮料市场添了几把火。近日,记者留意到,在各大线下商超以及线上电商平台上,各式无糖茶饮登场,并掀起一阵购买热潮。

谁也料想不到,这个曾被评为“最难喝的茶”的品类,在经历十余年的发展后,终于在今年,随着健康饮食浪潮和“无糖”概念崛起,拨云见日,迎来属于它的高光时刻。为什么无糖茶饮能成功逆袭?同时收获消费者与资本的关注呢?就此,记者展开深入调查。

1 消费变化

无糖茶饮更“香” 甜茶遭嫌弃

“希望减肥但很难控制喝饮料的欲望,选择无糖茶饮比较没有负担。”白领伍女士在办公室买了一箱子无糖茶饮,作为平常的饮料。她试过某个品牌的全系列产品,最后选择自己喜欢的口味,大手购入。记者在线下商场蹲点观察到,前往购买无糖茶饮的多数是中青年。随机采访的大部分消费者认为无糖茶饮比普通饮料“更健康。”

亿欧智库于今年6月发布了《2023中国无糖茶饮行业白皮书》(下称《白皮书》),《白皮书》中的调研数据显示,近半年频繁购买无糖茶饮的用户中,70.8%用户认同“茶味清新有回甘”是重要的口味诉求,64.4%用户认同“口感清爽不苦涩”更能促进持续购买。消费者更偏爱茶味清甜、口感清爽不苦涩的无糖茶饮产品。多位行业人员对无糖茶饮未来作出的预测中还涉及,无糖茶饮因其0糖0脂还有茶味的特点,在一部分消费者心目中或将成为瓶装水的可替代品。

从城市以及消费者年龄来看,一线城市近半数消费者已是无糖茶饮深度人群,一线及新一线城市频繁消费用户过半。30岁以下人群是无糖茶饮消费主力军,25岁以下消费者尝鲜意愿更强。



资料图片

2 市场调查

高温促无糖茶饮销量增长

无糖茶饮已经站到了线下商超货架的中心位。连日来,记者走访了位于天河区的吉之岛、ole超市、blt超市和乐巴扎超市,以及海珠区的多家社区便利店,见到无糖茶饮无论品牌或细分口味产品都十分多。

blt超市工作人员说,随着天气温度升高,无糖茶饮近期的销量对比过往有所增长;超市上架的无糖茶饮种类在增加,很多原本不供应无糖茶饮的品牌也上新了“0糖0脂”的饮品。“目前销售情况较好的是东方树叶和三得利无糖乌龙茶这两个牌子。”工作人员称。

《白皮书》有两方面的数据值得特别关注。其一,中国无糖茶饮增速远超其他茶饮赛道。2017年~2022年,含糖茶饮已经进入低速增长,无糖茶饮在2022年保持7.9%的增速,远高于含糖茶饮,2022年的市场规模约为73.8亿元;从2017年~2021年间,无糖茶饮的市场规模年复合增速达到28.6%,随着无糖茶饮在泛消费人群以及二、三线城市中的进一步普及,预计2022年~2027年无糖茶饮市场的年复合增长率将达到10.9%,2025年无糖茶饮市场规模将正式突破百亿大关,达到102.1亿元,到2027年将达到124亿元。

无糖茶饮的广阔前景吸引了众多“选手”跨赛道入局,欲分一杯羹。近来,知名茶业品牌八马茶业切入瓶装茶饮料赛道,推出陈皮白茶和乌龙茶两款“八马纯茶”,产品主打0糖0脂原叶真茶萃取;国内乳业龙头企业伊利旗下子品牌伊刻活泉也推出无糖茶饮;新中式茶饮头部品牌喜茶、奈雪的茶亦争相将自家无糖茶饮瓶装饮料挤上货架。

资本方面也对无糖茶饮赛道表示看好。今年4月,潮汕工夫茶饮料品牌“有丛气”已完成数百万元天使轮融资,该轮由国内日化巨头立白科技集团旗下投资机构“立壹科技”以及个人投资者共同投资,项目已实现盈亏平衡。这也是立白首次出手食品饮料项目。

3 产业现状

无糖茶饮进入“现泡”时

无糖茶饮赛道内卷加速,从原料到饮用形式,都在经历着一场洗礼。

亮点一:“卷”原料,草本茶“冒尖”

原叶茶是无糖茶饮好喝与否的关键要素,当意识到这个核心时,越来越多的品牌主动与上游茶产业链接。“有丛气”联合创始人唐顺跃接受媒体采访时提及,茶原料源头方面使用的是100%自有茶叶,自建有潮州凤凰山茶园,并聘请40多年凤凰单丛茶制茶师傅文锡六把控茶叶及制茶标准。

“无糖”之后,“无茶”需求冒头。所

谓“无茶”,是指不含茶多酚,由于部分消费者对于茶多酚有较为强烈的反应比如失眠等。无糖草本茶就此应运而生。

目前,国内市场上的此类产品尚属不多,最为人熟知的是元气森林的“纤茶”,即采用玉米须等材料来制作,不添加原叶茶。“纤茶是无糖草本的养生茶,同时不含咖啡因,是全天都能喝的,主打更健康的‘水替’。”元气森林方面称。“全天能喝”,的确中了消费需求,满足了对茶多酚不耐受的消费者。轻养生茶饮缓解健康焦虑,渐渐

成为当代年轻人喜爱的生活方式。

亮点二:“卷”饮用形式,“现泡”满足快捷

瓶装茶现泡即饮?记者近日留意到,伊利旗下品牌伊刻活泉现泡茶新品官宣上市,它的“打开方式”颇有意思:瓶盖轻轻一拧再摇晃,一瓶水就变成了现泡茶。据有关负责人介绍,旋盖式现泡茶采用茶水分离式锁鲜盖,实现茶水分离,瓶盖隔光隔氧,封存冻干茶粉,消费者在饮用前右旋瓶盖,轻轻一拧,茶粉落下3秒即溶,就可得到

一瓶新鲜的现泡茶。伊刻活泉方面将此次视为拥抱茶饮新风口,探索产业融合的创新之举。记者走访市场见到,目前这款被称为“划时代”的茶饮尚未在广州市场铺货。

伊刻活泉不是第一个关注此概念的茶饮品牌,记者留意到,盖是茶®在更早前已经将即饮茶升级为“现泡即饮茶”,研发“分离式现泡茶技术”,将冷萃提取后的茶粉储存于瓶盖中,使用时只需要轻轻一拍,茶粉便能即刻溶解在水中。

4 记者观察

无糖茶饮解锁更多新场景

无糖茶饮的潜力还远远未被挖掘,还有大量有待探索的空间。从消费端来看,有研究指出,根据消费者对无糖饮料的购买动机和接受程度,可以将消费人群划分为产品偏好人群、特殊需求偏好人群和泛需求人群。其中,产品偏好人群已形成高复购,不依赖于特定渠道和特定消费场景;特殊

需求偏好人群是有特定需求才会购买,依赖于特定场景;泛需求人群则随机购买的特征性强,无特定场景依赖,但对购买渠道有强依赖特征。

有专家指出,无糖茶饮契合当代消费者的新需求,未来或将逐步走向泛需求人群。其消费场景也有无限想象空间,包括运动、露营、餐饮

等。如何探索出更多营销场景及销售渠道?将是众多无糖茶饮品牌面临的下一个挑战。

当前无糖茶饮市场进入激烈的厮杀状态,品牌唯有寻求差异化战略方能破局,厂家不妨从浓度、香味、口感等入手。以日本最早创新罐装和瓶装绿茶的茶公司伊藤园为

例,它们可做到茶叶浓度区分这样细致。比如原味绿茶的茶多酚含量大于等于364mg,浓味绿茶每瓶茶多酚含量大于等于450mg。另外,如欧美地区的即饮汽泡茶,在茶中加入绵密的小气泡,让口感更为过瘾。

据《广州日报》