

拓展阅读一：

文献来源：福建茶叶.2015.37(5)

茶饮料的市场现状及发展前景

陈锋

(无锡商业职业技术学院江苏省无锡市 214000)

摘要：随着人们生活水平的提高，人们对于自身健康的重视程度也在与日俱增。而茶饮料由于具有自然、健康、清新等诸多优点越来越赢得广大消费群体的喜爱，茶饮料消费群体也逐渐呈现年轻化发展趋势。茶饮料同时还具有很多对人体有益的矿物质，在饮料市场中有着“饮料之王”的美誉。本文主要是对于茶饮料市场发展现状进行分析，同时提出我国茶饮料市场发展问题，最后阐述了我国茶饮料市场发展的前景。

关键词：茶饮料；市场；发展；健康

1 前言

茶饮料是指将茶叶进水浸泡之后，再经过提取、过滤、澄清等一系列后续处理工艺而得到的茶汤，同时在茶汤里加入不同的物料，如糖、果汁等，从而得到不同的饮料制品。茶饮料出现的时间非常早，有着悠久的发展历史，但是直到 21 世纪，茶饮料才逐渐引起人们的重视，得到了越来越多人的喜爱^[1]。如今市场上各类茶饮料种类繁多，琳琅满目，让顾客在进行购买时难以抉择，茶饮料销售企业之间存在着激烈的竞争。茶饮料的制作技术已经不能停留在传统的制茶工艺上，应随着时代发展进行革新，从而满足不同消费群体的消费需求。然而，有些茶饮料制作技术尽管在研发过程中做的非常成功，但是由于后续运行时成本高、难以大规模运用，因此严重制约着这些技术的市场推广应用。目前，茶饮料市场也存在着很多问题。本文主要对于茶饮料市场发展现状及发展趋势进行分析研究，以期为茶饮料企业提供参考借鉴。

2 茶饮料市场发展现状

根据中国产业洞察网调查显示，2014 年我国每天平均有三亿人在饮茶，并且这一数值呈现出连年增加的趋势。由于我国是一个人口大国，对于茶叶的消费总量非常巨大，然而我国人均茶叶消费量仍然较低，为 0.61kg，这与世界平均

2.22kg 相比要低得多。随着我国经济快速发展，人均收入以及消费水平都会大幅度提升，因此未来我国对于茶叶的需求量潜力无穷。从茶叶国际方面来看，我国的茶叶出口一直保持着快速增长趋势，我国目前是世界最大的茶叶产量国，同时也是第二大茶叶出口国。对我国的茶饮料发展情况进行研究，可以发现我国茶饮料主要有以下几个方面的发展现状^[2]。

2. 1 消费人群发展趋势变化明

过去，饮茶似乎是中老年人的事情，然而随着时代的发展以及茶饮料新型制作工艺的研发进步，出现了很多种类的茶饮料。健康、时尚也成为饮茶的主要原因，因此也就吸引了更多的青年人加入到饮茶这一队伍中来，使得茶饮料消费群体逐渐呈现年轻化发展趋势。同时由于茶饮料在发展中一直遵循“天然、健康”的原则，可以满足广大消费者的健康需求，茶饮料的消费方式也可以满足现代人的生活方式。

从饮茶消费群体的性别方面来看，女性饮茶人数逐渐上升而超过男性。分析其原因主要是因为饮茶有助于女性控制体型，防止身材发福变胖。同时女性群体对于茶饮料所具有的保健功能也较男性有着更高的认识。由于茶饮料行业很多时尚、新型企业的出现，如统一、康师傅旗下的冰红茶，使得青少年在茶饮料消费群体中所占的比例也越来越高。

2. 2 茶饮料种类繁多

目前市场上出现了很多种类的茶饮料，而我国关于茶饮料的种类划分也有着明确的规定，在《GB / T21733—2008 茶饮料》文件中规定可以依据茶饮料品种将其分为纯茶饮料、调味茶饮料以及含汽茶饮料。纯茶饮料是茶叶经水浸泡之后所得到的茶饮料，没有添加任何的佐料，也是最为传统的茶饮料，如花茶、乌龙茶等；调味茶饮料是指在茶叶浸泡过程中加入果汁或者是奶等，如果汁饮料、奶茶饮料等；而含汽茶饮料是指在饮料中添加碳酸气体，如碳酸茶饮料。随着茶饮料的不断发展，先后出现了数量众多的茶饮料生产销售企业，如康师傅、统一、立顿等，同时这些企业对于不同种类的茶饮料制作流程也不尽相同，但是原理都差不多，如果汁茶饮料是运用有着丰富营养成分、具有美容功效的果汁作为原料制备而成；药茶饮料是用药材作为原料进行研制而成的。根据不同茶饮料的具体用途，可以添加一些其他成分，从而使得茶饮料具有相应的香味、口感等，同时也

能够保留茶叶原有的清新、保健功能，所以目前茶饮料企业中对于这种复合型的茶饮料研发力度在不断加大，市场上所出现的茶饮料品种也在不断增加。传统的茶叶浸泡而得的茶饮料显然已经难以满足不同消费群体的生活需求，同时由于人们生活水平提高，对于生活品质也有着更高的要求，因此茶饮料企业只有通过技术创新，加大研发力度，不断推出新产品，迎合消费者口味，才能在茶饮料市场中占据优势地位。在茶饮料发展中，也要注重茶饮料在满足人们对于健康、时尚方面的要求，如日本在 2004 年研发出的无糖饮料从进入市场之初就受到了热烈欢迎。

2. 3 茶饮料行业竞争激烈

由于茶饮料行业消费群体数量、规模都特别大，因此也就催生出很多茶饮料方面的企业，在茶饮料市场中竞争异常激烈。目前，在茶饮料企业中，康师傅、统一企业占据着非常突出的地位，这是由于这些企业在企业经营战略上比别的企业要高明，他们在产品研发、投入生产、上市整个过程中，步骤少，上市时间快，一旦有新产品研发出来就能够在最短的时间内进入市场中并通过大力宣传营销而迅速占领市场，康师傅、统一企业在广告宣传中所投入的费用也是非常巨大的。此外，康师傅、统一等著名茶饮料企业在饮料品种上也不断推陈出新，包括口味设计、价格制定以及茶饮料包装等都尽可能地为客户着想，同时充分运用广告来宣传新产品，使得“健康、自然”的茶饮料理念深入人心。在茶饮料企业发展中，可口可乐以及娃哈哈等企业后来居上，凭借着自身独特优势而在茶饮料市场中迅速占据了一定份额，与康师傅、统一等知名企业形成三足鼎立之势，同时还有很多小型企业也在涉足茶饮料市场，一时间各种企业群雄并起，数量众多，而加剧了这一行业的市场竞争激烈程度。

3 我国茶饮料发展所面临的问题

3. 1 茶饮料整体研发力度不足，产品不够创新

我国茶饮料由于生产设备较为落后，研发力度不够，在茶饮料新品研发方面投入资金不足，因此使得茶饮料整体创新能力低下，与西方发达国家相比，在茶饮料新品研制方面明显存在差异，尤其是在茶叶提取、灭菌方面。而在茶饮料制备技术方面，难以做到茶饮料长时间口味不变质、饮料中不产生浑浊物，技术水

平不高。所以，尽管目前我国茶饮料市场中有很多品种，但是能够真正做到技术过关、有所创新的并不多。

3. 2 茶饮料企业数量众多，质量参差不齐

由于我国对于茶饮料企业要求标准较低，出现了很多质量、技术水平不过关的企业，再加上茶饮料行业有着诱人的高额利润回报，因此也有很多企业转型进入到茶饮料市场中，使得这一行业的企业良莠不齐，出现很多质量问题。近年来，我国多地都有茶饮料中添加防腐剂、香料超标事件发生，茶饮料市场秩序混乱，为管理部门增加了很多麻烦。

3. 3 茶饮料审批管理标准不够严格

我国茶饮料行业仅对于茶饮料产品标准进行了相关规定，而对于生产加工无标准，因此政府相关部门难以对茶饮料企业从生产到产品质量，以及到最后的上市整个过程加以控制。目前，茶饮料市场中出现了很多添加剂超标、产品标示不明等问题，这些都是对茶饮料企业审批标准不够严格所致。所以，要完善茶饮料产品标准的同时，还要制定出科学、合理的茶饮料生产加工标准，并保证茶饮料企业能够严格执行。

3. 4 茶饮料企业广告成本过高

目前，我国茶饮料企业普遍存在广告成本过高的问题。不但限制了资金规模较小企业的发展，也无法与欧美等大型饮料企业进行抗衡。很多茶饮料企业都将电视、明星代言作为主要的广告宣传形式，而忽略了不同地区、不同文化背景对于茶饮料市场的影响。在茶饮料广告宣传和投入经费巨大，但是由于广告内容都非常相似，没有创新性，也难以在消费者中留下深刻的印象，起到本该有的宣传作用^[9]。实际上，不论是饮料行业中的龙头企业，如康师傅、统一等，还是知名度不太高的茶饮料企业，在明星代言中所花费的资金都很多。

3. 5 茶饮料行业出现垄断竞争现象

随着茶饮料企业的发展，目前在茶饮料市场中已经出现三足鼎立之势，各大龙头企业都占据了一定的市场份额，从而其他规模较小的茶饮料企业就必须跟随这些大企业的发展步伐，在茶饮料价格以及生产数量上都不得不向那些龙头企业看齐。在茶饮料企业中甚至出现了一些恶性竞争现象，在产品宣传中过多注重广告投入，消耗巨大资金，而这些资金最终还是要算在产品销售上，导致茶饮料

销售价格非常高昂，增加了消费者的负担，同时也造成资源浪费现象。

4 茶饮料行业发展前景

随着市场经济的发展以及社会的进步，茶饮料由于具有健康、自然、时尚的特点而逐渐引起人们的重视，同时也必将成为新世纪极具发展潮流的饮品。茶在我国有着悠久的发展历史，而在最近几十年间，由于我国政府致力于茶文化的推广与宣传工作，因此我国在茶叶出口方面发展速度很快，茶饮料出口量很大。尽管我国茶饮料研发工作还不理想，技术水平较为落后，城市的市场开发力度仍然不够，然而正是这些二三线城市才有着更大的市场发展潜力。茶饮料正以迅雷不及掩耳之势占据着饮料市场份额，并且有势头猛涨的发展趋势，已经成为饮料市场的主力军。随着茶饮料逐渐被更多人所接受，其健康、清新、天然、绿色的理念深入人心，我国的茶饮料必将会迎来更加美好的春天。

5 结束语

综上所述，我国茶饮料市场不断繁荣发展已经成为必然趋势，同时茶饮料产品在消费群心中也会越来越受到欢迎，特别是在青年人中所占的比例会越来越大。茶饮料从原料选取、茶叶提取、生产加工、杀菌处理，到最后的上市，中间一系列过程都要制定出严格的操作标准、规范，政府相关部门要督促茶饮料企业严格按照标准进行，对于茶饮料市场中存在着良莠不齐的企业现象也要加以整顿，提高茶饮料市场运行质量。相信随着我国政府部门以及社会各界在茶饮料方面的重视程度不断加大，我国的茶饮料市场秩序也将会变得更加规范，茶饮料也会得到更加长足的发展。

参考文献

- [1]冯雨晨. 中国饮料市场——2001年茶饮料市场现状及消费行为分析[J]. 广东茶业, 2002, 02: 10-13.
- [2]尹军峰, 林智. 国内外茶饮料加工技术研究进展. 茶叶科学[J]., 2002, 01
- [3]赵莲. 向文. 茶饮料研究进展[J]. 长江大学学报(自科版). 2013, 05: 75-78.
- [4]王志岚, 李书魁, 尹军峰. 茶饮料市场现状浅析[J]. 江西农业学报.2009.05: 197-198.