



❖ 事件

21 世纪产业研究院联合京东大数据研究院共同发布的《2021 水饮创新趋势报告》显示，2020 年水饮市场达到 6737.6 亿元，5 年复合增速 1.5%。到 2025 年，市场规模预计将达到 7208.3 亿元，年复合增速 2.8%。

❖ 点评

水饮市场线上化趋势明显。2025 年水饮市场规模预计将达到 7208.3 亿元，年复合增速 2.8%。其中包装水占据最大市场份额，达到 2158.9 亿元，占比 32.0%；茶饮料位居第二，市场份额 1126.3 亿，占比 16.7%；乳饮料市场 1002.1 亿元，占比 14.9%。碳酸饮料、果汁、能量饮料、运动饮料市场占比分别为 13%、12.2%、6.6%和 1.7%。线上化率持续提升，2019 年京东饮用水和饮料品类的销量同比增速均超过 200%，2020 年饮料种类的同比增速达到 31%，线上销量持续稳步增长。刚需性决定了产品生命周期。以满足身体基本需要的包装水及带有部分刚需性质的功能型饮品（以咖啡、能量饮料、碳酸饮料及凉茶为主），需求相对稳定，产品生命周期较长，也更容易孕育大单品。

水饮赛道细分品类持续分化，消费升级趋势明显。从价格来看，各细分品类继续分化。京东大数据显示，从平均订单成交额来看，2021 年上半年，天然苏打水最贵，紧随其后的是气泡水和矿泉水，乳酸菌饮料和奶茶咖啡饮料价格较低。由于主打微量元素、万年水龄、无添加等健康元素，天然苏打水的高价在一定程度上体现了它的健康附加值。从涨幅而言，凉茶在今年上半年同比涨价幅度最高，达到 15%，其次是矿泉水、碳酸饮料和苏打水。

消费者易受社交媒体热度影响，品牌营销策略包装发挥越来越大的价值。今年上半年社交媒体讨论热度最高的品牌为农夫山泉，养元饮品和可口可乐依次位居二三名。此外，哇哈哈、星巴克、红牛、喜茶、王老吉、东鹏特饮和北冰洋依次位列四至十名。社交媒体的讨论度也影响了用户的关注和购买。京东大数据显示农夫山泉是今年上半年水饮品牌搜索量排名第一的品牌，可口可乐同样位居第三，与社交媒体热度排名一致。京东搜索量排名前十的品牌中，社交媒体讨论热度的品牌匹配率达到 50%。

投资建议：随着国内消费者健康食糖意识提升和消费升级，水饮市场呈现显著变化，消费升级趋势明显，新式饮品不断推出，饮料品牌进行各种营销策略以实现销售额的增长。建议关注相关产业链龙头企业，相关标的：东鹏饮料、农夫山泉、养元饮品等。

❖ **风险提示：**外部市场发生黑天鹅事件造成剧烈波动；下游需求低于预期；食品安全问题。



证券研究报告

所属部门 | 行业公司部
报告类别 | 行业动态
所属行业 | 消费行业
报告时间 | 2021/08/19



分析师

欧阳宇剑
证书编号：S1100517020002
ouyangyujian@cczq.com



联系人

何宇航
证书编号：S1100120090004
heyuhang@cczq.com



川财研究所

北京 | 西城区平安里西大街 28 号中海国际中心 15 楼，100034
上海 | 陆家嘴环路 1000 号恒生大厦 11 楼，200120
深圳 | 福田区福华一路 6 号免税商务大厦 32 层，518000
成都 | 中国（四川）自由贸易试验区成都市高新区交子大道 177 号中海国际中心 B 座 17 楼，610041

分析师声明

本人具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格并注册为证券分析师，以勤勉尽责的职业态度、专业审慎的研究方法，使用合法合规的信息，独立、客观地出具本报告。本人薪酬的任何部分过去不曾与、现在不与、未来也不会与本报告中的具体推荐意见或观点直接或间接相关。

行业公司评级

证券投资评级：以研究员预测的报告发布之日起6个月内证券的绝对收益为分类标准。30%以上为买入评级；15%-30%为增持评级；-15%-15%为中性评级；-15%以下为减持评级。

行业投资评级：以研究员预测的报告发布之日起6个月内行业相对市场基准指数的收益为分类标准。30%以上为买入评级；15%-30%为增持评级；-15%-15%为中性评级；-15%以下为减持评级。

重要声明

本报告由川财证券有限责任公司（已具备中国证监会批复的证券投资咨询业务资格）制作。本报告仅供川财证券有限责任公司（以下简称“本公司”）客户使用。本公司不因接收人收到本报告而视其为客户，与本公司无直接业务协议关系的阅读者不是本公司客户，本公司不承担适当性职责。本报告在未经本公司公开披露或者同意披露前，系本公司机密材料，如非本公司客户接收到本报告，请及时退回并删除，并予以保密。

本报告基于本公司认为可靠的、已公开的信息编制，但本公司对该等信息的真实性、准确性及完整性不作任何保证。本报告所载的意见、评估及预测仅为本报告出具日的观点和判断，该等意见、评估及预测无需通知即可随时更改。在不同时期，本公司可能会发出与本报告所载意见、评估及预测不一致的研究报告。同时，本报告所指的证券或投资标的的价格、价值及投资收入可能会波动。本公司不保证本报告所含信息保持在最新状态。对于本公司其他专业人士（包括但不限于销售人员、交易人员）根据不同假设、研究方法、即时动态信息及市场表现，发表的与本报告不一致的分析评论或交易观点，本公司没有义务向本报告所有接收者进行更新。本公司对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，投资者应当自行关注相应的更新或修改。

本公司力求报告内容客观、公正，但本报告所载的观点、结论和建议仅供投资者参考之用，并非作为购买或出售证券或其他投资标的的邀请或保证。该等观点、建议并未考虑到获取本报告人员的具体投资目的、财务状况以及特定需求，在任何时候均不构成对客户私人投资建议。根据本公司《产品或服务风险等级评估管理办法》，上市公司价值相关研究报告风险等级为中低风险，宏观政策分析报告、行业研究分析报告、其他报告风险等级为低风险。本公司特此提示，投资者应当充分考虑自身特定状况，并完整理解和使用本报告内容，不应视本报告为做出投资决策的唯一因素，必要时应就法律、商业、财务、税收等方面咨询专业财务顾问的意见。本公司以往相关研究报告预测与分析的准确，也不预示与担保本报告及本公司今后相关研究报告的表现。对依据或者使用本报告及本公司其他相关研究报告所造成的一切后果，本公司及作者不承担任何法律责任。

本公司及作者在自身所知情的范围内，与本报告所指的证券或投资标的不存在法律禁止的利害关系。投资者应当充分考虑到本公司及作者可能存在影响本报告观点客观性的潜在利益冲突。在法律许可的情况下，本公司及其所属关联机构可能会持有报告中提到的公司所发行的证券头寸并进行交易，也可能为之提供或者争取提供投资银行、财务顾问或者金融产品等相关服务。本公司的投资业务部门可能独立做出与本报告中的意见或建议不一致的投资决策。

对于本报告可能附带的其它网站地址或超级链接，本公司不对其内容负责，链接内容不构成本报告的任何部分，仅为方便客户查阅所用，浏览这些网站可能产生的费用和风险由使用者自行承担。

本公司关于本报告的提示（包括但不限于本公司工作人员通过电话、短信、邮件、微信、微博、博客、QQ、视频网站、百度官方贴吧、论坛、BBS）仅为研究观点的简要沟通，投资者对本报告的参考使用须以本报告的完整版本为准。

本报告版权仅为本公司所有。未经本公司书面许可，任何机构或个人不得以翻版、复制、发表、引用或再次分发他人等任何形式侵犯本公司版权。如征得本公司同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“川财证券研究所”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。如未经川财证券授权，私自转载或者转发本报告，所引起的一切后果及法律责任由私自转载或转发者承担。本公司保留追究相关责任的权利。所有本报告中使用的商标、服务标记及标记均为本公司的商标、服务标记及标记。

本提示在任何情况下均不能取代您的投资判断，不会降低相关产品或服务的固有风险，既不构成本公司及相关从业人员对您投资本金不受损失的任何保证，也不构成本公司及相关从业人员对您投资收益的任何保证，与金融产品或服务相关的投资风险、履约责任以及费用等将由您自行承担。

本公司具有中国证监会核准的“证券投资咨询”业务资格，经营许可证编号为：000000029399

本报告由川财证券有限责任公司编制 谨请参阅本页的重要声明 C0004