



## ❖ 事件

美团数据观联合咖门发布《2021 茶饮消费洞察》，用数据呈现年轻人的茶饮消费习惯、消费心理。

## ❖ 点评

与咖啡相比茶饮市场增长迅速，市场规模广阔。从市场规模看，茶饮市场体量远超咖啡，最近两年还在以更快的速度增长。2019 年茶饮与咖啡市场的规模对比为 6.5 倍，2021 年已扩大到 10.9 倍。2020 年初疫情后，店内饮品消费迅速复苏，茶饮消费同比增长 150%，咖啡同比增长 99%；茶饮的高速增长，源自线上消费人数及消费频次的增加，而咖啡的增长，则主要受到消费人数的增长推动，消费者进店购买茶饮的频次是咖啡的 2.4 倍。茶和咖啡中都含有咖啡因成分，茶饮发展出多种场景，满足消费者的更多需求。

**95 后、00 后年轻群以已经成为茶饮的主要消费者。**95 后近三年饮品消费逐年增长，而 90 后、85 后人群占比被压缩。一方面源于 95 后成长发展、消费力提升；另一方面和茶饮店不断做产品创新、品牌升级，打造年轻时尚的消费策略有关。95 后是驱动饮品大盘增长的主要增量人群，而在这类人群中，随着茶饮消费下沉趋势显现，更多茶饮品牌到三四线城市、甚至县城乡镇开店，让 95 后的“小镇青年”有机会贡献更多奶茶消费。近 2 成 95 后每周奶茶消费超过 100 元，近五成 95 后每周要喝 2-4 杯。95 后在奶茶消费上的价格接受度更强，更愿意为 30 元以上的产品买单；85、90 后则对中等价位奶茶更加偏好，尤其是 15-25 元段。

**品牌和品类成为茶饮消费的关键。**茶饮消费者进入“认品牌”阶段，茶饮企业也开始关注品牌形象打造、品牌理念传播。在饮品店的搜索词中，搜索人数最多的 200 个搜索词中，65%是品牌词。除品牌外，通过搜索产品或关联品类进店也比较常见。在产品方面，柠檬茶、烧仙草、杨枝甘露等品类人气较高。具体到品牌上，在所有年龄层，蜜雪冰城的销售额增长都超 10 倍。产品价格低使蜜雪冰城有更大的消费者基数、人群渗透性强，无论一二线、还是县城乡镇，无论 70 后还是 00 后，都比较容易接受这一价位。书亦烧仙草、CoCo 都可、茶百道、沪上阿姨、古茗等品牌，出现在 TOP10 品牌中，并且在近一年进行了品牌形象、产品特色的升级和调整。随着茶饮发展走向深水区，在产品竞争外，越来越多的茶饮品牌开启上游布局，深耕原料产品和供应链。

**投资建议：**随着奶茶市场的持续火爆，竞争格局逐渐形成，现在奶茶行业仍处在较快发展期间。建议关注相关上市企业，相关标的：奈雪的茶等，以及为奶茶企业提供代糖等添加剂企业，相关标的：百龙创园、保龄宝等。

❖ **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 | 2021/09/16



## 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，必要时应聘请法律、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