



2024年 头豹行业词条报告

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施、追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

Copyright © 2024 头豹

固态速溶茶：“冻干黑科技”，固态速溶茶品牌通过创新满足需求 头豹词条报告系列



谷瑞·头豹分析师

2024-10-18 未经平台授权，禁止转载

版权有问题？[点此投诉](#)

行业：制造业/酒、饮料和精制茶制造业/精制茶加工

消费品制造/食品饮料

关键词：固态速溶茶



词目录

行业定义

根据GB 10789 - 200《饮料通则》，固态速溶茶属...

行业分类

固态速溶茶可以按照茶叶原料种类、按照产品溶解性...

行业特征

固态速溶茶包括消费特征、竞争特征、市场特征等

发展历程

固态速溶茶行业目前已达到 **4个** 阶段

产业链分析

上游分析 中游分析 下游分析

行业规模

固态速溶茶行业规模暂无评级报告

SIZE数据

政策梳理

固态速溶茶行业相关政策 **5篇**

竞争格局

数据图表

摘要

本报告分析了2024年中国固态速溶茶行业的发展现状及未来趋势，旨在为相关企业和投资者提供行业洞察。固态速溶茶定义为由茶叶或茶鲜叶经过水提取、过滤、浓缩和干燥等工艺制成的固态饮品，具有便捷冲泡的特点，符合现代消费者的需求。随着健康饮品需求的上升，固态速溶茶逐渐受到市场青睐。结合相关政策背景，国家对固态速溶茶行业的支持政策强调提升茶叶加工技术，鼓励企业采用智能化设备，以提高产品质量和生产效率。目前，部分生产商企业已经开始使用新进的冷萃技术来保证产品的高质量和原风味，这为行业发展提供了良好的技术环境。该行业产业链逐渐完善：上游原料供应稳定；中游生产环节向高效化和智能化转型，面向C端消费者的企业增加，呈现多元化趋势；下游销售渠道多样化，线上线下结合的模式日益普及。随着更多的企业加入市场，该行业竞争格局日益激烈，面向B端的企业主要通过技术革新和产能优化来保证市场份额。而面向C端的企业主要通过品牌建设和产品创新提升市场份额。如今，年轻消费群体的崛起和新的消费倾向为行业带来新机遇，企业应主动关注并迎合其需求，推出符合健康理念、包装精美的产品。未来，固态速溶茶将继续迎合健康趋势，通过创新满足年轻群体需求，预计市场规模将进一步扩大。企业也将会积极响应市场变化，注重产品创新与品质提升，以满足消费者多样化需求，进一步促进市场的集中化程度。

行业定义^[1]

根据GB 10789 - 200《饮料通则》，固态速溶茶属于固态饮料类，是由用食品原料、食品添加剂等加工制成粉末状、颗粒状或块状等固态料的供冲调饮用的制品，又称“速溶茶”和“茶粉”。根据GB/T18798《固态速溶茶》，固态速溶茶又是以茶叶或茶鲜叶为原料，经水提（或采用茶鲜叶榨汁）、过滤、浓缩、干燥制成的粉

状茶产品。在制作过程中，固态速溶茶可以添加食品添加剂量、食品加工助剂以及适量食品辅料（如麦芽糊精）来进行调味。该产品是一种热水、冷水或冰水均可冲泡的茶制品，并具有方便快捷、既有茶的风味和功效、又便于和其他食品调配的特点。因此，固态速溶茶既可以直接作为固体饮料冲泡饮用，也可作为茶饮料、食品、药品等的原辅料。

[1] 1: 1. 中华人民共和国国家...

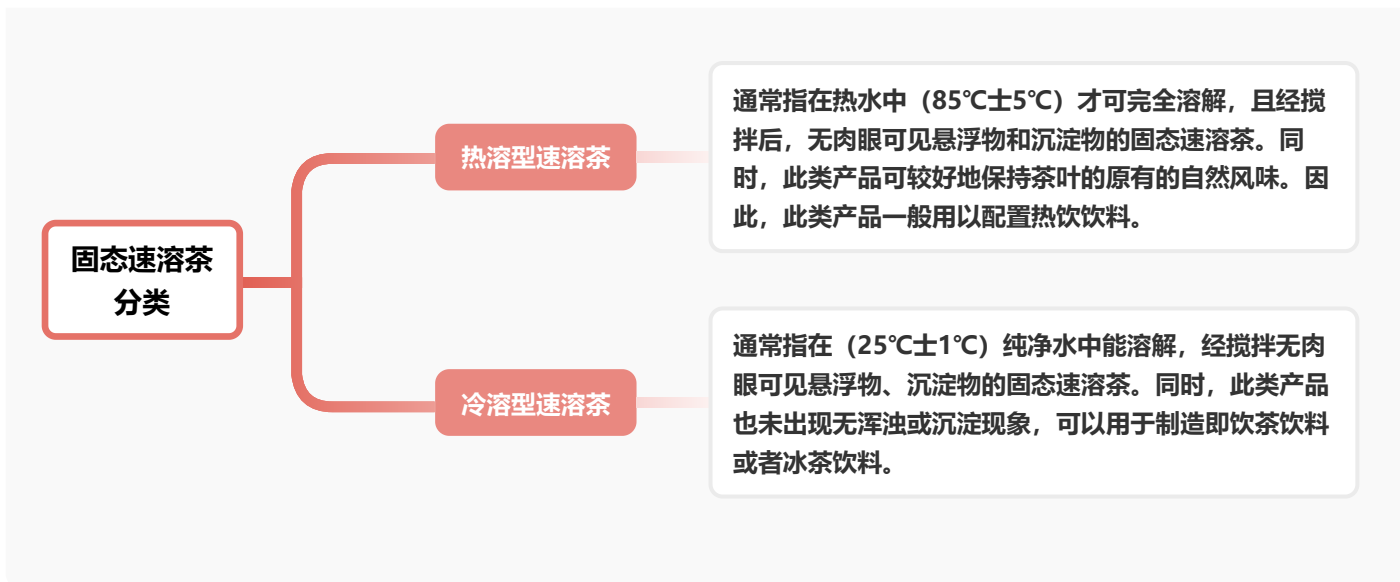
行业分类^[2]

固态速溶茶可以按照茶叶原料种类、按照产品溶解性、按照干燥方式分类。

包装即饮纯茶行业基于茶叶原料的分类



固态速溶茶行业基于产品溶解性的分类



固态速溶茶行业基于干燥方式的分类



[2] 1: 1. 中华人民共和国国家...

行业特征^[3]

固态速溶茶包括消费特征、竞争特征、市场特征等

1 消费特征：满足年轻顾客对健康便捷茶类饮品的需求。

近年来低糖、无糖等健康的饮食结构开始被大众所推崇，茶文化逐渐走向年轻人。原叶茶作为熟龄消费者茶消费的首选，无法满足年轻消费者对口味、价格、便捷性和颜值等多方面的需求。而固态速溶茶通过一系列加工工艺解决了原叶茶口感苦涩、不方便、冲泡麻烦的特点，又迎合了年轻消费者对健康茶饮的需求。

2 竞争特征：市场呈现多元化格局，且竞争状况激烈。

传统茶企、新式咖啡饮品企业与新式茶饮企业多方角逐，竞争异常激烈。除了“胶囊茶语”“水獭吨吨”等新式茶饮品牌，固态速溶茶也吸引了其他大批茶企的目光。其中，既有主打现制新式茶饮的品牌，如“喜茶”和“茶颜悦色”；也有专注于原叶茶的传统茶企，如“正山堂”；更有像“三顿半”“永璞”这样的新兴咖啡饮品企业。

3 市场特征：注重营销，产品定位多样。

固态速溶茶产品在包装和宣传方面表现突出。茶颜悦色推出的“小莲罐”、胶囊茶语的“胶囊茶”和“水滴”，以及茶速品牌的“氮瓶”等，均通过独特的外观设计来吸引年轻消费者。作为一种新兴的快消产品，各大品牌的工艺也存在一定的差异化，例如，强调新技术的“冻干黑科技”，以及注重健康和品质的“0蔗糖0脂肪”和“原茶鲜萃”等特性，还有水果和茶混合风味的产品。这些产品不仅以便捷速溶为核心（对标即饮茶的便利性），还融合了其他茶饮赛道的优势。这一特性既满足了偏爱现制茶饮的消费群体对于丰富口味的需求，又迎合了追求传统原叶茶品质的消费者。因此，固态速溶茶呈现出多样化的产品定位，满足了不同消费者的多元需求。

[3] 1: 1 FoodTalks 2 中国卫生...

发展历程^[4]

中国速溶茶粉的研发和工业化生产始于20世纪中后期。随着21世纪初市场经济的发展，新茶饮，包装即饮茶，袋泡茶等细分茶饮逐步流行。其中，固态速溶茶作为茶饮制品的原料迅速发展在高速发展之后进入动荡期：速溶茶粉原材料的使用占比在茶饮赛道上开始降低；消费者逐渐青睐天然低糖健康的茶饮；消费者对茶饮的品质和工艺有了更高的要求；传统和新茶饮茶企开始进军固态速溶茶。因此，固态速溶茶产业开启了“大宗化”和“原料化”的竞争特点，逐步面向终端消费者，并开发出多样化的固态速溶茶。

萌芽期 · 1960~1980

中国速溶茶粉的研发工作始于20世纪60年代初期，以福州商品检验局采用真空冷冻干燥法试制速溶茶粉并获得成功为标志。上世纪70年代，中国农科院茶叶研究所、上海工业微生物研究所、湖南农学院、湖南长沙茶厂等先后开始了速溶茶的研制工作，并于1972年利用纤维素酶试验成功制造出了速溶茶粉。1978年初，中国农业科学院茶叶科学研究所建立速溶茶粉制造工艺实验室，正式开始了速溶茶粉研究。

与英国、美国等国家在全球范围内迅速投资并设立固体速溶茶生产基地、将产品销往全球的做法相比，中国目前仍处于研发的初级阶段，正逐步开展相关研究工作，并已取得了一系列初步成果。

启动期 · 1980~1990

90年代初，速溶茶工业化规模生产开始起步。届时，浙江茗皇天然食品开发股份有限公司、大闽食品（漳州）有限公司、深宝华城食品有限公司等速溶茶生产企业先后建设现代速溶茶工业化生产线，开始了大规模生产速溶茶。

20世纪80年代和90年代是中国速溶茶产业规模化开发的孕育时期。此时，生产速溶茶茶粉的企业逐渐涌现，为未来中国固态速溶茶的产业化规模奠定了坚实的基础。

高速发展期 · 1990~2010

1993年，旭日升集团推出了中国首款调味茶饮料“冰茶”，将即饮茶品类引入中国市场。随后，1995年6月统一冰红茶上市，1997年康师傅冰红茶上市，调味茶逐渐成为热门饮品。同年，中国奶茶品牌“快可立”首次开设直营店，而“coco”都可茶饮品牌也于同年成立，现制茶饮走入中国街头。

进入20世纪末，随着中国液态茶饮料、固态奶茶等食品工业茶产品的快速增长，茶饮主要以调味茶和街头现制茶为主。在这一背景下，速溶茶作为原料，其在茶饮赛道上的需求量迅速激增。

震荡期 · 2010~

2011年，“一点点”在上海推出现泡鲜煮茶；同年，“东方树叶”成立，承诺不使用茶粉；2012年，“喜茶”在江门诞生；2015年，奈雪的茶在深圳创立，现制茶饮进入新式茶饮时代。2016年，中国营养协会提出《中国居民膳食指南》，引发健康低糖生活的浪潮，无糖茶饮日益流行。2020年，“TNO”成立并推出冻干速溶茶；2021年，“FNF”成立并推出超速溶茶；2023年，“茶颜悦色”推出速溶茶原叶冻萃小莲罐茶。

尽管茶饮市场的产品种类不断扩大，随着国民健康意识的全面复苏，使用原叶茶作为原材料的比例逐渐提高，而速溶茶的占比则有所减少。借助新兴制茶工艺的发展，固态速溶茶逐步从大宗化、原料化转向直接面向终端消费者，开发出独具特色的固态速溶茶。同时，以前不生产速溶茶的茶企也开始涉足这一领域，市场竞争愈发激烈。

产业链分析

固态速溶茶行业产业链上游为原料供应阶段，主要负责提供茶叶原料并进行初步加工；中游作用为生产加工阶段，主要负责将茶叶制成固态速溶茶，并为下游企业提供原料；下游为销售及消费阶段，主要负责产品的终端销售，触达消费者并推动市场需求。^[7]

固态速溶茶行业产业链主要有以下核心研究观点：^[7]

上游茶叶总产量稳步提升，茶叶产量结构稳定。

2010年至2023年，全国茶园种植面积持续增长，（2023年全国茶园总面积达到5149.76万亩，同比增加154.36万亩，增幅为3.09%），尽管增幅较为平缓，但依然确保了原材料的稳定供应。与此同时，全国干毛茶总产量在近三年内稳步提升，2023年达到了333.95万吨，同比增长4.98%。这一趋势不仅为中游企业提供了充足的生产原料，也增强了下游市场的竞争力。此外，茶叶产量结构保持稳定，绿茶在总产量中的占比最大，2023年占据了全国茶叶总产量的57.9%，其次为红茶和黑茶（各自占比13-15%），这种结构性稳定为固态速溶茶生产商提供了明确的原料选择方向，并进一步促进了产品的多样化。

中游生产商的市场渗透力强。

中游生产商的市场渗透力强大，以大闽食品(漳州)有限公司、浙江茗皇天然食品开发股份有限公司为代表的巨头企业，不仅为香飘飘、雀巢等知名品牌提供固态速溶茶原料，还通过代工服务覆盖了固态奶茶、液态茶饮料等多个领域。其中，大闽食品(漳州)有限公司作为全球生产规模最大的速溶茶、茶提取物、天然植物提取物生产商，其总体产品国内市场占有率达70%以上，国际市场占有率达35%，为中游其他供应商提供原料（如立顿，Chaili等）。随着茶饮市场的扩展，新锐固态速溶茶品牌如TNO、柒日原叶、三顿半等迅速崛起，这些品牌凭借创新的产品设计，推动了行业的多样化发展。

下游市场呈现年轻化趋势。

数据研究显示：口感苦涩、不方便、冲泡麻烦是阻碍年轻人喝茶的主要原因，而茶粉茶膏类更轻松冲泡的产品，更能吸引年轻的消费者（19-28岁）。其中，54%的消费者倾向于推出便携的独立包装，44%的消费者倾向于推出更便捷的冲泡方式。基于此，固态速溶茶凭借便捷性、时尚感和独立包装吸引了Z世代，尤其在职场和外出场景中需求强劲。值得一提的是，包装设计的重要性日益凸显，优质独特的包装已然成为商务和社交场合受青睐的关键因素。根据案例和数据结果显示：高颜值包装的茶制品平均件单价是传统包装商品的3倍，购买频次为1.5倍；三顿半品牌就通过创新包装设计成功提升市场吸引力，TNO品牌通过包装设计吸引到的消费者70%为女性用户。^[7]

固态速溶茶产业链的研究显示，上游茶园面积增长平缓但产量稳步提升，确保了中下游原材料的稳定供应，并为固态速溶茶生产商提供了多样化原料选择。中游生产商市场渗透力强大，以大闽食品为代表的企业不仅占据了国内外市场的主导地位，还通过代工服务覆盖了多个领域。同时，新锐品牌如TNO和三顿半的崛起，推动了行业的多样化发展。下游市场呈现出年轻化趋势，固态速溶茶凭借便捷性和时尚感吸引了Z世代，尤其在职场和外出

出场景中需求强劲。包装设计的重要性也愈发凸显，高颜值包装的产品在商务和社交场合中更受青睐，成功提升了市场吸引力。^[7]

产业链上游

生产制造端

原料供应商，多提供茶叶原料和初步加工等

上游厂商

[中国茶叶股份有限公司 >](#)

[湖南省茶业集团股份有限公司 >](#)

[天福\(開曼\)控股有限公司 >](#)

[查看全部 >](#)

产业链上游说明

茶园面积呈现缓慢增长，茶叶总产量也相继提升。

根据中国茶叶流通协会的报告，2010年至2023年，全国茶园种植面积持续增长，增幅较为平缓。近年来，各地也更加注重控制茶园面积的扩展。2023年，全国茶园总面积达到5149.76万亩，同比增加154.36万亩，增幅为3.09%。同时，在近三年内茶叶总产量持续稳步增长。其中，2023年，全国干毛茶总产量达到333.95万吨，同比增长15.8万吨，增幅为4.98%。这种产量的稳步增长为茶叶市场提供了更为充足的供给，满足了日益增长的市场需求，同时也为中下游产业带来了更多的机会和挑战。在产量持续增加的背景下，茶叶市场的供需关系逐渐趋于稳定。这种稳定性对下游市场产生了深远影响。首先，茶叶供给的充足使得下游企业在原材料采购方面更为灵活，能够有效控制生产成本，并优化供应链管理。此外，稳定的产量为下游企业提供了足够的生产保障，使其能够更加专注于产品创新和市场拓展。

茶叶产量结构稳定，绿茶产销量始终占比最大，红茶和黑茶跟随其后。

目前，茶叶产量总体结构趋于稳定，特别是绿茶产量长期占据最大比重，其次是红茶（14.7-15.2%）和黑茶（13.4-13.7%），这对中国茶叶产业链的各个环节以及固态速溶茶市场的发展产生了深远影响。2023年，绿茶以193.4万吨的产量占据了全国茶叶总产量的57.9%。绿茶产量的稳定性为这些中下游企业提供了充足的原料保障。此外，由于绿茶具备独特的风味和健康属性，固态速溶茶生产商能够利用这些特点，开发出多样化的产品线，如功能性速溶茶、绿茶提取物饮品等，进一步提升市场吸引力。根据蝉妈妈电商数据显示，除绿茶外，黑茶品类中的普洱茶在C端和B端均呈现较大的市场热度，这将对上游产生驱动影响。

总产量和总体销售价格稳定，但部分茶叶种类产销波动明显。

此外，固态速溶茶作为一种快速消费品，其市场定价也可能受到上游茶叶价格波动的影响。如果茶叶价格上涨，固态速溶茶的生产成本将增加，可能会对终端消费者的价格敏感度产生影响，从而影响市

场需求。同时，茶叶的总体销售价格保持在每千克135-140元之间。然而，各类茶的均价波动较大，易受市场因素影响。其中，黑茶和黄茶的产量和均价连续三年呈现增长趋势。从整个供应链视角来看，以消费者为主的下游的黑茶消费倾向较高，因此在市场背景下，预估黑茶的价格也会小幅度增高。

茶叶质量和易受季节天气影响。

气候变化对茶叶生产和市场的影响较为显著，特别是“明前”和“雨前”春茶，因其早期采摘的特性，常常受到气候条件的不利影响，导致减产。这种不稳定的生产状况不仅影响了春茶的质量，还对整个茶叶市场的供需关系和价格体系产生了连锁反应。由于春茶产量的不稳定，固态速溶茶的生产商可能需要寻找替代原料或调整配方，以应对供应链的波动。

中 产业链中游

品牌端

主要为速溶茶粉生产商（将茶叶制成固态速溶茶粉）

中游厂商

[大闽食品（漳州）有限公司 >](#)

[浙江茗皇天然食品开发股份有限公司 >](#)

[婺源县聚芳永茶业有限公司 >](#)

[查看全部 v](#)

产业链中游说明

速溶茶粉水平提高，逐步打造现代速溶茶加工体系。

近20年来，新技术如低温萃取、膜分离、离心浓缩、香气回收、生物酶处理和UHT杀菌等在速溶茶生产中广泛应用，显著提升了茶的品质和生产效率。这些技术改进了原料利用、优化了生产流程，降低了固态速溶茶中的苦涩味，提高了速溶茶茶粉的品质和口感，更易于在水中溶解和人体的吸收，并增强了市场竞争力。

部分中端生产商巨头供应固态速溶茶原料，广泛应用于多个品牌的固态奶茶、液态茶饮料、现制茶饮和相关茶食品，同时还为部分固态速溶茶品牌提供代工服务。

在固态速溶茶的中端产业链中，大闽国际有限公司和浙江茗皇天然食品开发股份有限公司等作为中端生产服务商的巨头，主要负责生产大量作为原料的固态速溶茶。这些原料广泛应用于多个品牌和品类，包括香飘飘、大好大、雀巢等品牌的固态奶茶，康师傅、统一、娃哈哈三得利等品牌的液态茶饮料，茶颜悦色、蜜雪冰城等现制茶饮品牌，以及茶绿豆酥、茶月饼、茶面条、茶豆腐等相关茶食品。此外，这些中端生产商还为TNO（上海职佳网络科技有限公司）、茶速（重庆茶速网络科技有限公司）等固态速溶茶品牌提供代工生产服务。

固态速溶茶产品线不仅吸引了新锐品牌的加入，传统茶企、现制茶饮品牌和咖啡品牌也纷纷推出了相关产品。

随着茶饮市场的不断发展，除了部分新锐的固态速溶茶品牌（TNO、茶速、八分之三、柒日原叶、帝泊洱等），很多传统茶企也开始推出此产品线，比如八马茶业售卖蜜桃乌龙、桂花红茶等多款即溶茶粉。此外，部分现制茶饮品牌（如茶颜悦色）和咖啡品牌（如三顿半）均推出了固态速溶茶产品。

产业链下游

渠道端及终端客户

各大商业超市，便利店和消费者终端

渠道端

永辉超市股份有限公司 >

上海世纪联华超市发展有限公司 >

罗森投资有限公司 >

查看全部 >

产业链下游说明

固态速溶茶凭借便捷性与独特包装，成功吸引了追求时尚与便捷的年轻消费者。

根据淘宝电商平台的数据，面向消费者的固态速溶茶产品具有“冲泡方便”、“独立包装”和“包装精美”的特点，这有效解决了Z世代（19-28岁）因不便和冲泡繁琐而减少喝茶的核心痛点，从而吸引年轻消费者。这些特点迎合了年轻人对茶饮口感、时尚设计、更精致的共享体验和轻松喝茶方式的追求。

固态速溶茶在职场办公和外出场景中最受关注，商务和社交场合则尤为注重包装颜值。

随着加工技艺不断精进，茶类产品逐渐推出了“小方片”“小罐茶”等独立包装；而根据数据调查发现，这种独立包装的供需比要远远大于非独立包装，且广泛应用于职场办公（如工作加班等）和外出场景（如外出旅行等）。此外，在茶类行业细分下的固态速溶茶产品系列中，大多数品牌都设计了具有独特性的外包装（如TNO品牌的水滴形和棒形包装、茶颜悦色品牌的莲雾形包装、入续品牌的盖碗形包装等）。根据三顿半品牌投资人透露：“独特的设计是三顿半固态速溶茶产品能够获得消费者和资本青睐的一大重要因素”。由此可见，优质独特的包装设计增加了固态速溶茶目标消费群体的购买频次，也将产品使用场景扩大至商务和社交场合。

[5] 1: 蝉妈妈 中国茶叶流通协...

[6] 1: 福建三农网 大闽国际官...

[7] 1: 《2023中国茶叶行业消...

[8] 1: 中国茶叶流通协会

[9] 1: 中国茶叶流通协会

[10] 1: 中国知网

[11] 1: 中国茶叶流通协会 蝉妈妈

[12] 1: 中国茶叶流通协会

[13] 1: ① 中国农业研究院 ② 《...

[14] 1: Foodaily 京东电商

[15] 1: 淘天集团 36氪

[16] 1: 《2023中国茶行业消费...

行业规模

2018年—2022年，固态速溶茶行业市场规模由11.18亿人民币元增长至14.18亿人民币元，期间年复合增长率6.13%。预计2023年—2027年，固态速溶茶行业市场规模由14.47亿人民币元增长至19.16亿人民币元，期间年复合增长率7.27%。^[21]

固态速溶茶行业市场规模历史变化的原因如下：^[21]

固态速溶茶市场的增长源于消费者对便捷性、健康性和茶文化的认同。

固态速溶茶市场规模的增长与消费者对茶制产品和便利饮用的需求密切相关。随着中国茶文化的宣传，更多的年轻人将茶类饮品作为自己日常生活的一部分。因此，茶类行业人均消费客单持续上涨，用户价值进一步扩大，驱动茶行业消费规模增长，于2022年已达到2293亿元的市场规模。近年来，以18-29岁为主的年轻群体（Z世代）消费占比逐年提升，增幅可观，是茶行业发展的潜力趋势人群。与此同时，在现代快节奏的生活环境下，Z世代更青睐于具有“便捷性”“高颜值”“无糖化”的茶类饮品。固态速溶茶则完全符合这一消费倾向：此类茶制品可以方便快捷地冲泡，其小包装（如条装、袋装等）便于携带，并且纯茶类速溶茶具有符合无糖健康的消费趋势。功能性饮料是近两年来增长最快的饮料市场，其增速达35%，其中茶饮料增速为5%。在消费者注重饮品“功能性”“健康性”的时代，固态速溶茶也凭借其茶多酚等天然成分，也受到了消费者的青睐。同时，固态速溶茶也有其他的创意产品（如多口味、混合茶饮、高颜值包装）的推出，使市场需求不断多元化，吸引了更多年轻消费者的加入。

固态速溶茶行业的供给端优化与技术突破是推动市场规模扩大的核心动力。

固态速溶茶行业的技术进步是促使市场规模扩大的关键因素之一。近年来，固态速溶茶技术不断精进，并呈现多

元化结构趋势。不同企业可以根据下游需求商优化成本结构，从而选择制作工艺，使产品更具竞争力。（例如：
①真空蒸发浓缩由于浓缩时间短、效率高、工艺成熟，是目前速溶茶生产中最普遍的浓缩方式。②喷雾干燥因其
生产效率高、成本低、易于连续化生产等特点，在生产中使用率最高。③真空冷冻干燥因其全程在低温、真空条
件下进行，对速溶茶外观色泽、香气影响小，且是目前生产高品质速溶茶的最佳干燥工艺）。从B端生产线视
角：供应商的产能提升、加工工艺的优化以及稳定的原料茶叶内销价格，确保了生产的高效和稳定。各大品牌
（如香飘飘、统一等）与供应链上下游的紧密合作进一步促进了市场的供需平衡，为行业的增长提供了坚实的基
础。从C端的生产线角度：根据最新研究：冷冻浓缩和冷冻干燥是目前生产最高品质的工艺，既推出真正“无茶
渣”的速溶茶产品，又提高了产品的质量和口感，对香气、滋味及感官品质影响极小，极大程度的保留了茶香，
满足了消费者对固态速溶茶的“高品质”“健康化”“原风味”“便捷性”的需求。因此，先进制造技术既能促
进B端产能提升和C端供需平衡，从而促进固态速溶茶市场规模进一步增长。 [21]

固态速溶茶行业市场规模未来变化的原因主要包括： [21]

C端产品满足目标客户群体需求，相关企业获得融资且发展势头较好。

未来五年，固态速溶茶行业的市场规模增长在很大程度上受到消费者消费习惯和健康观念的演变的影响。随着现
代社会对健康饮品的需求进一步提升，消费者将更加关注速溶茶的天然成分、低糖甚至无糖产品，以及其他功能
性茶饮（如提升免疫力、改善肠胃健康的茶饮）。速溶茶市场中的新锐品牌和传统茶企也在不断创新，推出符合
这些健康趋势的茶饮。比如，部分品牌正逐渐推广无糖（帝泊洱普洱茶珍系列等）、无添加剂（如未来可7的黑
茶粉产品）、以及高颜值包装（如胶囊茶语、水獭吨吨的茶粉套装）等。当前固态速溶茶的特征（高颜值包装、
便捷性强）的特质也更符合年轻消费群体的需求。此外，社交媒体和电商平台的推广助力了产品的快速传播，通
过短视频平台、直播销售等方式，品牌能够直接触达目标消费者，进一步提升消费意愿和品牌知名度。因此，由
于固态速溶茶产品满足目标客户群体的需求，部分企业获得融资（如水獭吨吨和帝泊洱），部分品牌产品销量激
增（如TNO和水獭吨吨），由此推断中国固态速溶茶市场规模在未来呈现增长趋势。

相关政策支持与供应链优化推动了市场规模的进一步发展。

根据《关于促进茶产业健康发展的指导意见》（2021）和《中国茶产业十四五发展规划建议》（2021-2025）：明
确到2025年，茶园面积稳定，茶产业科技贡献率达65%，干毛茶总产值3500亿元，出口额25亿美元，培育多个
年销超20亿元的茶企，第一二三产业融合加深，茶产业高质量发展格局基本形成。这一政策为茶叶深加工产品
（包括固态速溶茶）提供稳定的供应链和现代加工体系，从而促进推进茶产品深度开发，拓展固态速溶茶产品功
能用途。

B端生产商的产能集中化是推动行业市场规模增长的重要动力。

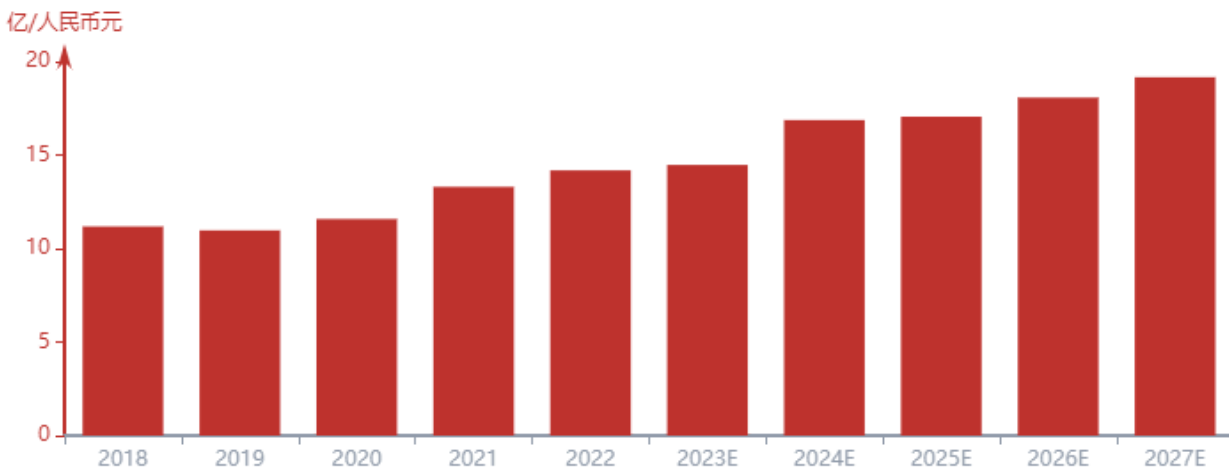
中国固态快溶茶市场不仅在C端（消费者市场）有显著的增长潜力，在B端市场（企业端）同样具有重要潜力。中
国固态快溶茶市场的80%的产量由10家骨干企业主导，如大闽食品（漳州）有限公司、浙江茗皇天然食品开发股
份有限公司和浙江茗宝生物科技有限公司等。这些企业在B端市场的主导地位决定了整个行业的产能和市场供应
链的稳定性。随着技术的不断发展和行业产能的不断集中，这些企业具备了强大的规模效应和技术优势，能够通
过先进的生产工艺、自动化设备以及技术研发降低生产成本、提高效率，从而保证产品的品质和竞争力。此外，
骨干企业还能够通过与下游企业（如茶饮料品牌和现制茶饮企业）的合作，推动加速溶茶产品在更多应用场景中

的普及，如饮茶、奶茶、茶点等，不仅增强了产品的市场渗透率，还进一步提升了行业的整体竞争力。因此，B端市场的集中化及效率提升是推动行业市场规模增长的重要动力。^[21]

固态速溶茶行业规模

固态速溶茶行业规模

固态速溶茶行业规模



数据来源：国家统计局、中国茶叶流通协会、中国农业科学院茶叶研究所、中国茶叶学会

[17] 1: 淘天集团 天猫新品创新...

[18] 1: 茶叶通报 茶叶期刊 中国...

[19] 1: 淘天集团 天猫美食 蝉妈...

[20] 1: 农业农村部 国家市场监...

[21] 1: 中国茶叶加工

政策梳理^[22]

政策名称	颁布主体	生效日期	影响
《GB/T 21733-2008 茶饮料》	中国国家标准化管理委员会，国家质量监督检验检疫总局	2021	8

政策内容	本标准规定了茶饮料的产品分类、技术要求、试验方法、检验规则、标志、包装、运输和贮存。本标准适用于以茶叶的水提取液或其浓缩液、茶粉等为主要原料，可以加入水、糖、酸味剂、食用香精、果汁、乳制品、植（谷）物的提取物等，经加工制成的液体饮料。
政策解读	茶饮料(茶汤)、调味茶饮料、复(混)合茶饮料等茶饮料定义中，茶粉（固态速溶茶）作为原料之一被提及，巩固了固态速溶茶作为茶饮料工业原料的地位。
政策性质	规范类政策

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《中国茶产业十四五发展规划建议》（2021-2025）	中国茶叶流通协会	2021-04	8
政策内容	分析了中国茶行业发展现状和面临形势，指导思想、基本原则与发展目标，提出了促进发展的建议和措施，进而推动茶产业加快改革创新、构建依托强大国内市场的新发展格局，巩固提升脱贫攻坚成果、推动茶叶经济体系优化升级。			
政策解读	推动茶产业科技提升，品牌提升为茶产业高质量发展。科技是第一生产力在茶叶科技水平发展之下，固态速溶茶的品质，口感将更迎合消费者的需求。鼓励打造有自主知识产权的新兴茶叶品牌。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于促进茶产业健康发展的指导意见》	农业农村部、国家市场监督管理总局、中华全国供销合作总社联合出台	2021-09	6
政策内容	提出通过建设绿色生态茶园，打造现代加工体系，构建商贸流通网络，提高要素支撑能力，促进产业深度融合，强化引导监管服务这六大举措，力促茶产业健康发展。			
政策解读	固态速溶茶行业的发展离不开其中打造现代加工体系。相关茶企和加工企业新建或改造茶叶精深加工生产线，开发含茶点心、茶菜肴等精深加工产品，推进茶产品深度开发，拓展固态速溶茶产品功能用途。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响

	《关于进一步加强商品过度包装治理的通知》	中国国务院	2022-09	5
政策内容	强化商品过度包装全链条治理：加强包装领域技术创新；防范商品生产环节过度包装；推进商品交付环节包装减量化；加强包装废弃物回收和处置。			
政策解读	茶叶作为商品过度包装治理的重点之一，企业重“颜值”轻“品质”，使商品包装超出包装正常功能，固态速溶茶品牌将更加注重产品品质而非包装，同时绿色可持续将成为未来包装业发展的重点。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于加快推进农产品初加工机械化高质量发展的意见》	中国农业农村部	2023-03	6
政策内容	茶叶初加工，重点发展节能型分选成型烘干技术装备，有条件的地区发展自动化、智能化成套加工技术装备，提升茶叶品质。			
政策解读	固态速溶茶作为深加工的茶叶用品离不开初加工。鼓励茶叶产地开展茶叶初加工有助于固态速溶茶生产商精简产业链，降低运营成本。			
政策性质	指导性政策			

[22] 1: 中国茶叶流通协会 中国...

竞争格局

中国固态速溶茶行业呈现以下梯队情况：第一梯队公司有大闽食品(漳州)有限公司、浙江茗皇天然食品开发股份有限公司、云南天士力帝泊洱生物茶集团有限公司等；第二梯队公司为上海水獭吨吨食品科技有限公司、胶囊茶语（北京）茶业有限公司、；第三梯队有湖南未来可七生物科技有限责任公司、安徽柒日原叶生物科技有限公司等。^[26]

固态速溶茶行业竞争格局的形成主要包括以下原因：^[26]

传统固态速溶茶生产商先驱优势，技术创新能力是竞争格局形成的核心原因之一。

作为一批上世纪成立的速溶茶生产企业，例如大闽食品(漳州)有限公司、浙江茗皇天然食品开发公司等，它们拥有较强的研发能力、先进的生产技术和较高的市场渗透率，在全国范围内占据了较大的市场份额已经近80% 市

市场份额，拥有深厚的品牌影响力和稳定的客户基础。随着改革开放之后茶饮料消费兴起，作为工业原料的固态速溶茶需求迅速提高。同时，伴随着萃取、干燥和封装等科技水平的提高，固态速溶茶的制作工艺也不断提高，极大提升了茶粉的质量和口感。因此，高质量和高产量的产品为C端企业提供原料和代加工生产，企业规模化效益明显，这从原料方面奠定了该类企业位于第一梯队的竞争格局。例如，大闽食品广泛应用低温萃取和膜分离技术，使其产品能够保留茶叶的天然风味和营养成分，同时具备较长的保质期。这种技术优势不仅提升了产品的市场竞争力，也为这些企业开辟了国际市场提供了保障。

年轻化新锐品牌占据C端市场优势，市场需求的变化和企业的市场定位差异是重要原因。

第二梯队的企业包括上海水獭吨吨食品科技有限公司、胶囊茶语（北京）茶业有限公司等。近年来，随着健康饮品市场的兴起和消费者健康意识的提升，市场对速溶茶产品的需求逐渐增加，特别是年轻消费者对便利性、健康和时尚茶饮的需求驱动了固态速溶茶行业的发展。虽然这些企业的市场份额相较第一梯队的企业略小，但它们依靠较高的品牌营销能力和灵活的产品开发策略，获得了市场融资，逐步扩大在速溶茶市场中的影响力。因此，这些公司在创新和市场细分方面具有一定优势，主打年轻化、时尚化的速溶茶产品，注重包装设计和营销环节的多元化和独特性。针对消费升级的需求开发了多样化的新型茶饮。例如，水獭吨吨企业的快速崛起便是依靠其针对年轻消费者的精准定位。企业以可爱的水獭动物作为品牌形象，并推出以此为主题的套盒，凭借鲜明的色彩搭配，丰富的周边产品和多样化的联名吸引到大量消费者。^[26]

未来，固态速溶茶行业的竞争格局将面临一系列变化趋势，主要包括市场的加速出清和行业整合、以及企业间的错位竞争和差异化发展。^[26]

固态速溶茶行业竞争格局的变化主要有以下几方面原因：^[26]

消费者对速溶茶质量要求的提高推动行业的集中化。

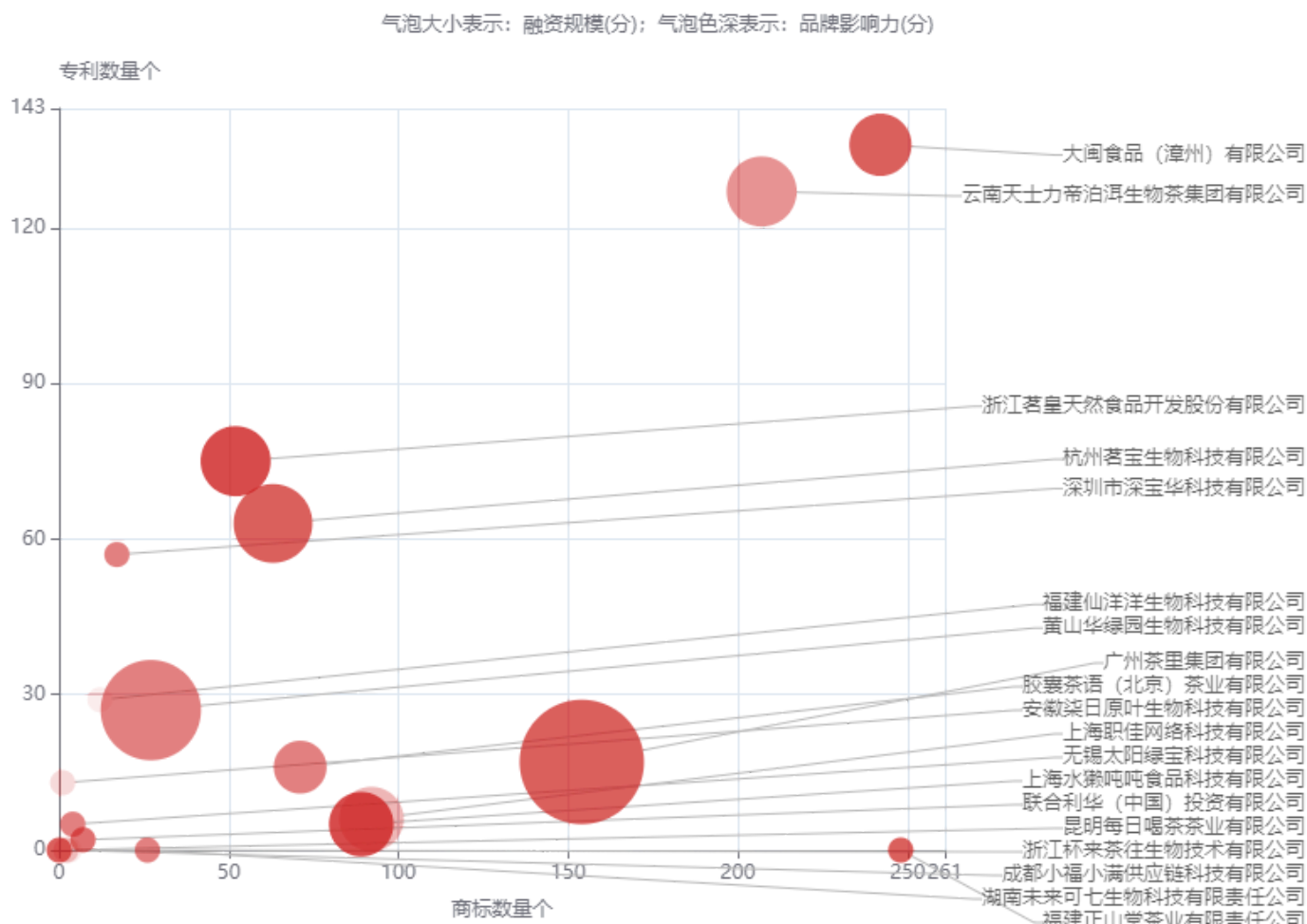
随着市场对固态速溶茶产品的要求逐渐增加，消费者更注重产品的品质、创新性和品牌影响力。因此，低端、技术积累不足的企业将在激烈的市场竞争中逐步被淘汰。根据市场研究数据，2022年固态速溶茶市场的增长率已经超过5%，且预计未来五年内，市场规模将继续以较高的速度增长。然而，这一增长也意味着市场集中度的提升，第一、二梯队企业将利用其技术和品牌优势进一步扩大市场份额，而缺乏技术和市场资源的中小企业则可能被并购或者退出市场。这种行业出清的现象在近年来的多个食品饮料行业都已得到验证，固态速溶茶行业也将不可避免地经历类似的整合过程。

B端市场竞争格局较为稳定，而C端市场仍处于发展状态，新锐品牌和跨圈产品不断涌入并占据市场份额。

第一梯队企业会继续通过技术创新和高端化产品保持市场领先地位，而更多面向C端市场的第二梯队企业将更依赖于市场细分和创新产品的推出来获得竞争优势。例如，年轻人细分群体的市场仍有很大的增长空间，第二梯队的公司将继续在这一细分市场中加大产品开发和市场推广力度。例如，胶囊茶语针对女性用户，通过固态速溶茶与“妆食同源”理念的结合，通过能够达到美白功效的等原料进行配比，打造养生健康的饮茶方式，争夺年轻消费者的注意力。与此同时，第三梯队的企业则会更多地依赖区域性市场的渗透和低价策略，通过差异化的竞争手段在特定市场中维持生存。^[26]

固态速溶茶行业的未来竞争格局将更加趋向于市场集中化和高端化，同时各梯队企业将通过不同的战略路径
 在市场中找到自己的竞争优势，行业的整体竞争将进一步加剧。 [26]

[30]



上市公司速览

浙江茗皇天然食品开发股份有限公司 (838158)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	-	70.55	22.40

[23] 1: 中国茶叶加工

[24] 1: 水獭吨吨天猫旗舰店 淘...

[25] 1: 淘天集团 《2023中国茶...

[26] 1: 36kr FoodTalks

[27] 1: 爱企查

[28] 1: 爱企查

[29] 1: 爱企查

[30] 1: 巨量算数; 抖音平台

企业分析

1 湖南茶悦文化产业发展集团有限公司

· 公司信息

企业状态	存续	注册资本	2506.7245万人民币
企业总部	长沙市	行业	商务服务业
法人	吕良	统一社会信用代码	91430103MA4M36P065
企业类型	有限责任公司（港澳台投资、非独资）	成立时间	2017-09-05
品牌名称	湖南茶悦文化产业发展集团有限公司		
经营范围	一般项目：组织文化艺术交流活动；餐饮管理；企业总部管理；企业管理；市场营销策划；... 查看更多		

· 融资信息

融资时间	披露时间	投资企业	金额	轮次	投资比例	估值
-	2021-12-08	五源资本	未披露	B轮	-	-
2019-07-05	2019-08-27	元生资本, 源码资本	未披露	A轮	-	-
-	2019-07-05	顺为资本	未披露	股权融资	-	-
-	2018-01-31	天图投资	未披露	天使轮	-	-

天使轮

未披露

2018-01-31

A轮

未披露

2019-08-27

股权融资

未披露

2019-07-05

B轮

未披露

2021-12-08

2 浙江茗皇天然食品开发股份有限公司【838158】

· 公司信息

企业状态	存续	注册资本	3000万人民币
企业总部	衢州市	行业	酒、饮料和精制茶制造业

法人	傅竹生	统一社会信用代码	913308257291134056
企业类型	股份有限公司(非上市、自然人投资或控股)	成立时间	2001-07-19
品牌名称	浙江茗皇天然食品开发股份有限公司	股票类型	新三板
经营范围	许可项目：食品生产；食品销售；发电业务、输电业务、供（配）电业务(依法须经批准的... 查看更多)		

财务数据分析

财务指标	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024(Q2)
销售现金流/营业收入	1.18	0.99	1.12	1.05	1.05	1.1	1.06	1.09	1.07	-
资产负债率(%)	54.8261	46.8142	34.1449	32.6252	36.5059	32.1282	40.1937	41.9316	39.6355	-
营业总收入同比增长(%)	-10.2723	43.307	-3.646	20.9871	20.9822	1.3224	4.1184	1.0362	27.8764	-
归属净利润同比增长(%)	422.0486	137.9762	-21.8296	-0.8509	1.3903	12.5662	-24.3144	-22.9651	58.3279	-
应收账款周转天数(天)	70.573	52.627	63.7733	52.2011	51.7695	50.0669	49.8261	57.846	51.183	-
流动比率	1.0358	1.3562	1.8707	2.0631	1.9527	1.9673	1.5631	1.3539	1.513	-
每股经营现金流(元)	0.79	0.8378	0.4668	0.4899	0.4098	0.5784	0.5458	0.7038	0.7697	-
毛利率(%)	26.2909	36.3721	33.9094	28.9167	25.5725	26.2315	27.0742	26.0796	24.3723	-
流动负债/总负债(%)	93.9246	93.7519	83.1081	85.6144	86.2484	85.8023	80.9464	85.3778	86.2249	-
速动比率	0.3938	0.7943	0.7002	0.8309	0.7893	0.8073	0.7404	0.6213	0.6895	-
摊薄总资产收益率(%)	5.9368	15.668	11.4682	10.6258	9.0942	8.7712	5.8761	3.8863	5.7104	-
加权净资产收益率(%)	22.33	31.66	19.3	16.05	14.01	13.73	9.27	6.6	9.65	-
基本每股收益(元)	0.26	0.61	0.48	0.47	0.48	0.54	0.41	0.32	0.5	0.45
净利率(%)	8.7639	14.5534	11.8362	9.6638	8.1056	8.7727	6.5486	4.993	6.182	-
总资产周转率(次)	0.6774	1.0766	0.9689	1.0995	1.122	0.9998	0.8973	0.7784	0.9237	-
每股公积金(元)	-	0.6275	0.6275	0.6275	0.6275	0.6282	0.6282	0.6282	0.6282	-

存货周转天数(天)	202.7255	146.1751	148.5945	141.9894	147.662	164.1572	160.0213	165.7077	140.2306	-
营业总收入(元)	8804.74万	1.26亿	1.22亿	1.47亿	1.78亿	1.80亿	1.88亿	1.90亿	2.43亿	1.69亿
每股未分配利润(元)	-	0.5509	0.983	1.4088	1.8382	2.3224	2.6797	2.9432	3.3719	-
稀释每股收益(元)	0.26	0.61	-	-	0.48	0.54	0.41	-	-	-
归属净利润(元)	771.64万	1836.32万	1435.46万	1423.25万	1443.03万	1624.37万	1229.41万	947.08万	1499.49万	1345.21万
扣非每股收益(元)	0.0523	0.5516	0.443	0.4	0.36	-	-	-	-	-
经营现金流/营业收入	0.79	0.8378	0.4668	0.4899	0.4098	0.5784	0.5458	0.7038	0.7697	-

3 云南天士力帝泊洱生物茶集团有限公司



· 公司信息

企业状态	存续	注册资本	52507.5472万人民币
企业总部	普洱市	行业	研究和试验发展
法人	吴迺峰	统一社会信用代码	915308006812530888
企业类型	其他有限责任公司	成立时间	2008-10-15
品牌名称	云南天士力帝泊洱生物茶集团有限公司		
经营范围	生物茶技术的研发、服务、成果转让；药品、食品、保健品的开发研究；医药技术服务、技... 查看更多		

· 融资信息



融资时间	披露时间	投资企业	金额	轮次	投资比例	估值
-	2024-03-28	中央企业乡村产业投资基金	未披露	A轮	-	-
-	2016-07-26	天士力控股集团	未披露	天使轮	-	-

天使轮
未披露
2016-07-26



A轮
未披露
2024-03-28



4 大闽食品（漳州）有限公司



· 公司信息

企业状态	存续	注册资本	3478.594万美元
企业总部	漳州市	行业	食品制造业
法人	蒋安妮 (JIANG ANNIE)	统一社会信用代码	91350600611519792L
企业类型	有限责任公司(台港澳合资)	成立时间	1995-10-20
品牌名称	大闽食品（漳州）有限公司		
经营范围	许可项目：食品生产；饮料生产；茶叶制品生产；食品添加剂生产；保健食品生产；食品销... 查看更多		

· 融资信息



融资时间	披露时间	投资企业	金额	轮次	投资比例	估值
-	2015-02-01	雄厚资本	未披露	股权融资	-	-

股权融资

未披露

2015-02-01

5 上海水獭吨吨食品科技有限公司



· 公司信息

企业状态	存续	注册资本	11.8847万人民币
企业总部	上海市	行业	科技推广和应用服务业
法人	王致祥	统一社会信用代码	91310110MA1G9BYQ1E
企业类型	有限责任公司(自然人投资或控股)	成立时间	2021-05-25
品牌名称	上海水獭吨吨食品科技有限公司		
经营范围	许可项目：货物进出口；技术进出口。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展... 查看更多		

· 融资信息



融资时间	披露时间	投资企业	金额	轮次	投资比例	估值
-	2023-05-17	麟阁创投	数千万人民币	Pre-A轮	-	-
-	2021-07-22	不惑创投, 昆仲资本, ONES Ventures	1000万人民币	天使轮	-	-

天使轮

1000万人民币
2021-07-22

Pre-A轮
数千万人民币
2023-05-17

法律声明

权利归属：头豹上关于页面内容的补充说明、描述，以及其中包含的头豹标识、版面设计、排版方式、文本、图片、图形等，相关知识产权归头豹所有，均受著作权法、商标法及其它法律保护。

尊重原创：头豹上发布的内容（包括但不限于页面中呈现的数据、文字、图表、图像等），著作权均归发布者所有。头豹有权但无义务对用户发布的内容进行审核，有权根据相关证据结合法律法规对侵权信息进行处理。头豹不对发布者发布内容的知识产权权属进行保证，并且尊重权利人的知识产权及其他合法权益。如果权利人认为头豹平台上发布者发布的内容侵犯自身的知识产权及其他合法权益，可依法向头豹（联系邮箱：support@leadleo.com）发出书面说明，并提供具有证明效力的证据材料。头豹在书面审核相关材料后，有权根据《中华人民共和国侵权责任法》等法律法规删除相关内容，并依法保留相关数据。

内容使用：未经发布方及头豹事先书面许可，任何人不得以任何方式直接或间接地复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编上述内容，或用于任何商业目的。任何第三方如需转载、引用或基于任何商业目的使用本页面上的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等），可根据页面相关的指引进行授权操作；或联系头豹取得相应授权，联系邮箱：support@leadleo.com。

合作维权：头豹已获得发布方的授权，如果任何第三方侵犯了发布方相关的权利，发布方或将授权头豹或其指定的代理人代表头豹自身或发布方对该第三方提出警告、投诉、发起诉讼、进行上诉，或谈判和解，或在认为必要的情况下参与共同维权。

完整性：以上声明和本页内容以及本平台所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、视频、数据）构成不可分割的部分，在未详细阅读并认可本声明所有条款的前提下，请勿对本页面以及头豹所有内容做任何形式的浏览、点击、引用或下载。

商务合作

阅读全部原创报告和百万数据

会员账号

募投可研、尽调、IRPR等研究咨询

定制报告/词条

定制公司的第一本

白皮书

内容授权商用、上市

招股书引用

企业产品宣传

市场地位确认

丰富简历履历，报名

云实习课程

头豹研究院

咨询/合作

网址：www.leadleo.com

电话：13080197867（李先生）

电话：13631510331（刘先生）

@深圳市华润置地大厦E座4105室



诚邀企业 共建词条报告

- 企业IPO上市招股书
- 企业市占率材料申报
- 企业融资BP引用
- 上市公司市值管理
- 企业市场地位确认证书
- 企业品牌宣传 PR/IR

词

