

# 台灣茶飲料

文/製茶課 陳國任

## (一) 整體茶飲料市場現況

台灣整體飲料市場今年突破新台幣500億元，隨著幾次飲料市場的洗牌，台灣的瓶裝茶飲料終於在2000年啟動後，目前攻佔飲料市場的42%以上，2008年已達約222億。

當茶飲料消費者的購買動機為提神時會受到追隨流行、知覺屬性、形式屬性、品牌權益等因素的影響，顯示消費者購買行為並非受單一變數所影響，且影響的方向有可能是正向也有可能是負向，因此廠商欲事先預測消費者的購買決策依據誠屬不易。

## (二) 依消費者分析

口味清淡的水和茶飲料因具備補充水分、解渴機能，熱量顧慮又低，因此最受女性青睞，兩者的消費群之中，女性消費者約佔了五成三。

根據TNS模範市場研究顧問公司調查顯示，在2006~2007年，包裝即飲茶在台灣15歲以上人口中，普及率達90%。

35~39歲族群為最重要的消費主力，再細分不同茶種、口味，年齡層分佈的差異更是清楚浮現，綠茶則是最受35~39歲的消費者青睞，比例約20%。25~34歲的消費者所消費的量也相當驚人，大約佔將近30%。15~19歲的年輕學生最喜歡喝口味濃郁的奶茶，有17%消費都來自於此族群，是所有茶飲料最高比例。

東方線上2007年版「E-ICP東方消費者行銷資料庫」調查指出，消費者較常飲用包裝茶飲料的時機，「口渴／想喝就喝」佔了約80%，而「讀書／工作時」佔35.3%，表示這類低關心度的產品，消費者不會考慮太多便會購買，因此全台灣為數眾多的連鎖便利商店通路，也通常成了品牌決勝點。

這幾年台灣吹起一股健康茶旋風，各種標榜有瘦身、消脂、飽腹、排除毒素等功能的茶飲料充斥市面。如果我們仔細觀察這一類產品的廣告，大致上可以區分為兩個大的訴求，第一個訴求是理性的訴求，透過告訴消費者這些產品的健康利益，期望消費者認同這些利益的重要性，因而引發購買意願。第二個訴求則是透過簡單的口號與活潑的影像，希望可以給消費者留下深刻的印象。很明顯地，這兩種廣告的目的都是在告訴消費者飲用之後的利益，但是採取的是不同手法。

調查發現台灣健康茶飲料大概是佔整體茶飲料市場5%左右的市場佔有率，換句話說，健康茶飲料市場在台灣雖然熱度很高，但市場佔有率卻不高。這很可能跟幾個理由有關，包括價格較高、口味比較不討喜等等。

## (三) 依包裝分析

茶飲料市場包裝共分為罐裝、鋁箔包、紙盒（新鮮屋）等，消費者最愛飲用何種包裝？由調查也可看出為何瓶裝茶飲可以一飛沖天：

- (1)「500/600c.c.寶特瓶」為消費者最常飲用的包裝容量，比率為57.6%，寶特瓶裝的方便攜帶性，喝不完也可蓋緊保存，不易外漏，讓忙碌的現代人可以隨身攜帶，因此寶特瓶裝茶從日本流行到台灣，經常可以看到人手一瓶的情況，至今仍不衰。
- (2)排名第二的是「500c.c.紙盒（新鮮屋）」，如：統一純喫茶
- (3)第三則是「300/330c.c.鋁箔包」，像麥香紅茶、生活泡沫系列等。

#### (四) 依品牌分析

包裝茶市場競爭激烈的程度亦不遑多讓，不過統一系列產品的表現都相當亮眼，「茶裏王」、「純喫茶」與「麥香」分別名列「包裝茶首選排名」第一、三、五名。根據TNS個人消費指數（Worldpanel Impulse）的資料顯示，統一三大茶品牌的市佔率合計約51%，在台灣茶飲料市場中坐穩龍頭寶座。維他露「御茶園」也甚受歡迎，品牌首選排名第二，市佔率排名第三（13%），次於「茶裏王」、「純喫茶」。

| 運動後最常喝的<br>包裝飲料品牌排名 | 包裝水 | 運動飲料 | 包裝茶 |
|---------------------|-----|------|-----|
| 1                   | 多喝水 | 舒跑   | 茶裏王 |
| 2                   | 悅氏  | 寶礦力  | 御茶園 |
| 3                   | 統一  | 寶健   | 純喫茶 |
| 4                   | 泰山  | FIN  | 古道  |
| 5                   | 台鹽  | 水瓶座  | 麥香  |

統一「茶裏王」及維他露「御茶園」是目前市場中的領導品牌，而其他如：光泉「冷泡茶」、味全「絕品好茶」、悅氏「礦泉茶品」、黑松「就是茶」、味丹「新茶道」、雀巢「世界茶旅」等，都積極拓展市佔率，甚至7-ELEVEN也推出自有品牌加入戰局。還有以機能、健康概念為導向的茶飲料也是新勢力，像御茶園「每朝健康」、愛之味「健康油切」、古道「超油切」等，也都維持一定的市場佔有率。

#### (五) 未來發展預期趨勢

口味方面，則從單純訴求茶葉產區和茶種，一路演變至去年開始添加果汁的果茶，業者也繼續以強化茶的健康元素為方向，針對現代人生活型態的文明病，如肥胖、高血糖等症狀研發新機能性茶飲料。

在口味眾多的飲料中，茶飲料的確最受到消費大眾的喜愛，今年茶飲料的發展趨勢預估仍會向日本市場看齊，機能化、號稱能去油、塑身的油切綠茶，可望成為最暢銷的茶品；而口味翻新、添加果汁的果茶，成長幅度也有九成，前景也十分看好。

觀察台灣茶飲料的成長趨勢，已逐漸朝向講求塑身、去油、美容及健康等路線發展，目前市面上除已出現添加纖維素的超烏龍茶、超綠茶外，以新興美容成份蘋果多酚為主要訴求的花茶，市場接受度也十分高，價格也從原先的二十元拉高至二十五、乃至三十五元的高價位。