

机密

2023年高端中国茶 市场地位确认报告



版权所有©2024 弗若斯特沙利文。本文件提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系沙利文公司独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经沙利文公司事先书面许可，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，沙利文公司保留采取法律措施，追究相关人员责任的权利。

2024年3月

FROST & SULLIVAN
沙利文

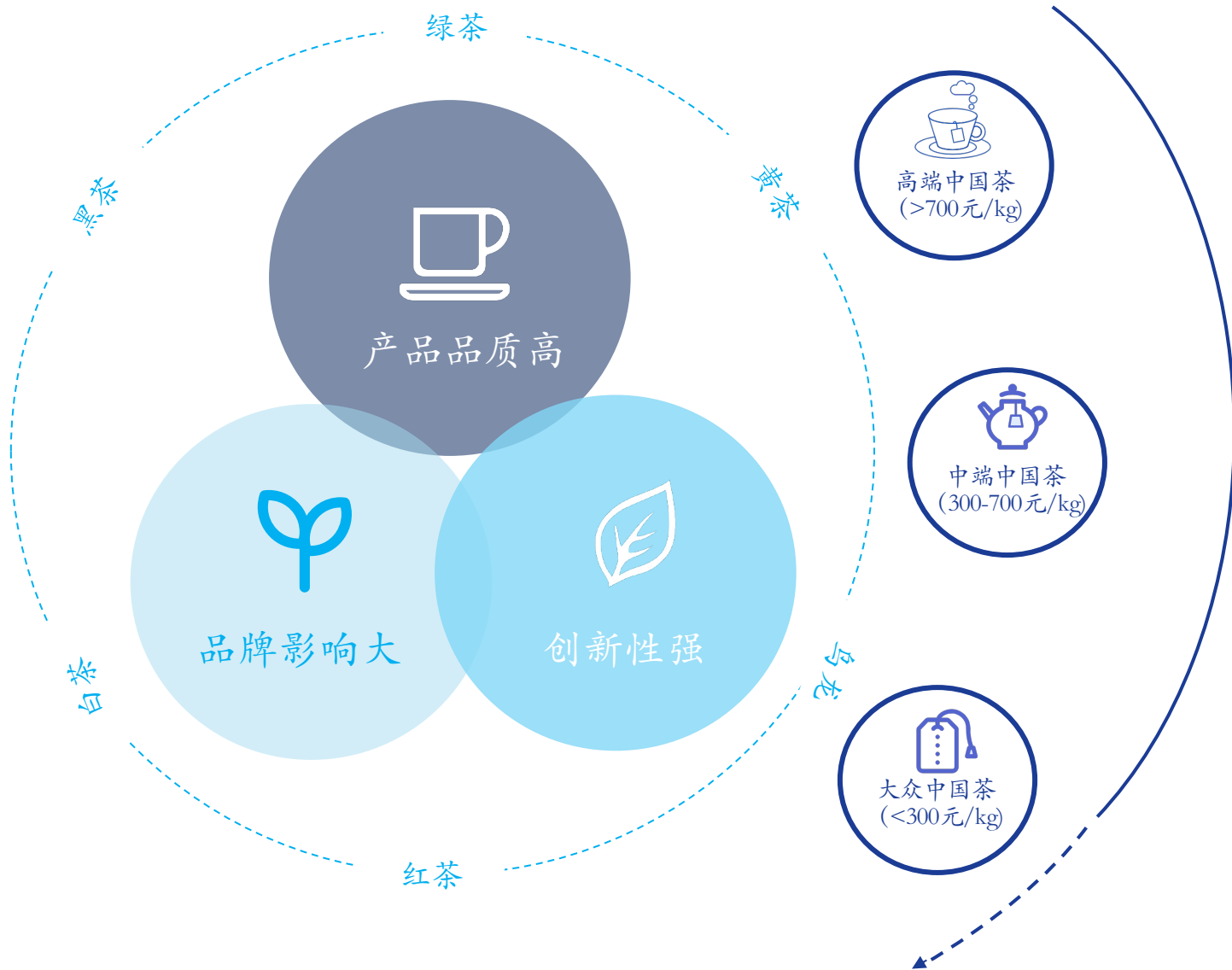


目录

- 1 沙利文对于高端中国茶的定义
- 2 八马茶业介绍
- 3 2023年中国市场高端中国茶销售额排名
- 4 附录



沙利文对高端中国茶的定义：单价通常在700元/KG以上，并呈现出品质高、品牌影响大以及创新性强的特点



关键发现

- 在产品品质层面，高端中国茶的茶叶在原料选取、制作工艺、存储方式等方面都有较高要求。高端茶的原料通常较为稀缺，受到工艺、地理环境、年份等因素的影响，高端原料茶的价格常年高企。同时，由于制茶工艺更加精细化、专业化，对于存储环境的要求更为严格，高端中国茶的产品品质得以保证，也导致其产品价格较高（通常大于700元/kg）
- 在品牌影响力层面，由于年轻一代的消费群体越来越注重品牌消费和调性，受到消费者认可的品牌通常都展现出极高的顾客粘性。高端中国茶的品牌效应通常相对于中端、大众中国茶而言更高，而其中的头部企业也日益呈现出强者恒强的局面
- 在创新性层面，高端中国茶在技术、产品方面都呈现出较好的创新性。在技术层面，创新冲泡工艺及萃取工艺，最大化去除茶叶苦涩，留存原叶茶最佳口感；在产品层面，基于原料升级并参照热点口味方向，进行产品创新，丰富感官体验

来源：沙利文咨询

目录

- 1 沙利文对于高端中国茶的定义
- 2 八马茶业介绍
- 3 2023年中国市场高端中国茶销售额排名
- 4 附录





八马茶业作为知名的全茶类全国连锁品牌企业，运用自身的渠道及品牌优势，整合优化供应链资源，并通过“直营+加盟”、“线上+线下”的全渠道销售体系，为广大消费者提供高端的中国好茶及相关产品



安溪铁观音连续15年销量领先
TOP 1



高端中国茶销量行业领先
TOP 1



连续9年双十一蝉联全网乌龙茶类目销量领先
TOP 1

1997年

- 八马茶业的前身“深圳市溪源茶业有限公司”诞生

2004-2011年

- 已有出口
- 开放加盟
- 开启电商

2015年

- 主营业务产品由以铁观音为主转向为全品类茶叶
- 通过公司“直营+加盟”、“线上+线下”的全渠道销售体系统一对外进行销售

2018年

- 基本完成了全品类茶叶战略转型
- 线下直营店数量持续增长
- 网络销售的快速增长

未来可期

- 未来加盟渠道进一步深化并下沉
- 提供更多高端的中国好茶及相关产品



来源：沙利文咨询



八马茶业积极布局中国各大名茶产区，甄选优质名茶，为广大消费者提供丰富、健康、正宗、优质的中国好茶及相关产品，实现了跨区域、跨品类的平台化发展战略

渠道发展潜力

销售网络已覆盖全国各省份的主要大中型城市，逐步实现完全形成“直营+加盟”、“线上+线下”的全渠道销售体系

品牌发展潜力

“八马”已成为国内茶叶知名品牌，具有较高的辨识度，拥有忠实的客户群体，有利于塑造长期良好的品牌效应

产品发展潜力

公司积极布局中国各大名茶产区，甄选优质名茶，与具有地理标志的茶叶产地供应商开展更多深度合作

团队发展潜力

公司拥有一支行业经验丰富且稳定的管理和销售团队，并且定期进行培训，团队成员素质不断增强

采购发展潜力

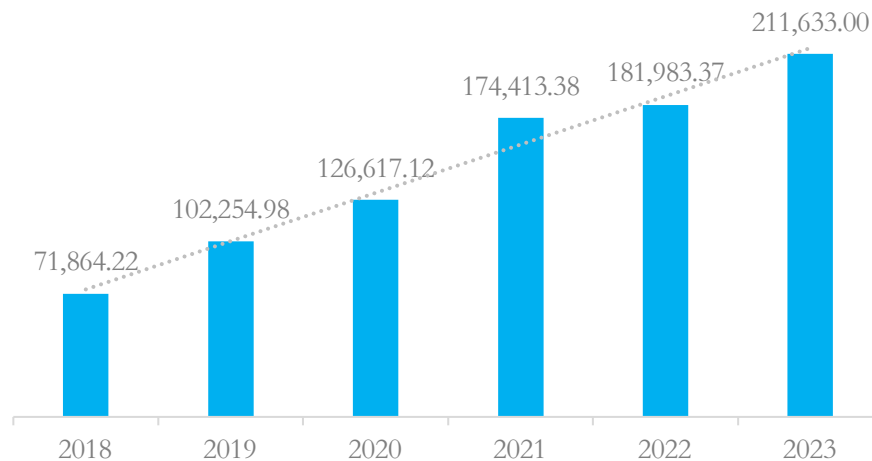
公司采购模式具有较强的议价能力，区别于其他竞品采购模式

技术发展潜力

大量的技术经验使得技术水平在行业内具有稳定强势竞争力

八马茶业营业收入

万元/人民币，2018-2023年



八马茶业，源自百年制茶世家，专注于高端茶产品

- 八马茶业自成立以来，汇聚中国原产地好茶，专注于高端品质好茶，并基于此打造精品，推动企业销售业绩的增长
- 在整个茶叶市场受到新冠肺炎疫情影响、充满不确定因素的情况下，八马茶业营业收入仍然稳步增长

数据来源：沙利文咨询



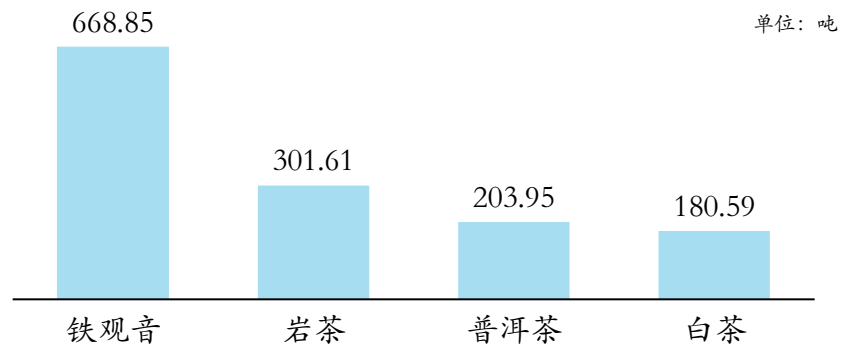
八马茶业围绕自主创新初步构建起了茶叶、茶具、茶食品、茶饮料以及科研教育、人才培养、技能培训等系统化的茶生态体系

八马茶业产品生态系统



公司研发推出多款高端茶单品，典型产品为乌龙茶（铁观音、岩茶）、普洱茶、白茶、绿茶、红茶……

2023年乌龙茶（铁观音、岩茶）、黑茶（普洱茶）、白茶的销售量



铁观音

- ✓ 是乌龙茶细分品类之一，主要产自安溪县
- ✓ 通过各类社交及直播平台进行营销及推广活动，铁观音线上渠道销量增长
- ✓ 明显随着公司品牌辨识度、影响力和美誉度的增强，消费者对铁观音产品的认可度提高

岩茶

- ✓ 是乌龙茶细分品类之一，主要产自武夷山
- ✓ 中高端岩茶产品线覆盖中高端客户群体
- ✓ 公司主要销售区域为华东、华南区域，具备良好的岩茶客户群体基础
- ✓ 公司持续推广子品牌“王信记”消费者认可度提升

普洱茶

- ✓ 是黑茶细分品类之一
- ✓ 公司普洱茶产品线通过与名山产地签订独家合作协议等方式，推出多款高端山头茶单品
- ✓ 公司持续推广子品牌“信记号”，消费者认可度提升

白茶

- ✓ 公司顺应市场潮流，积极完善白茶各价位段产品线，有侧重地对中高端产品线进行补充，主推福鼎白茶，重点充实中高端白茶产品线，对中高端白茶客户群体实现了有效覆盖

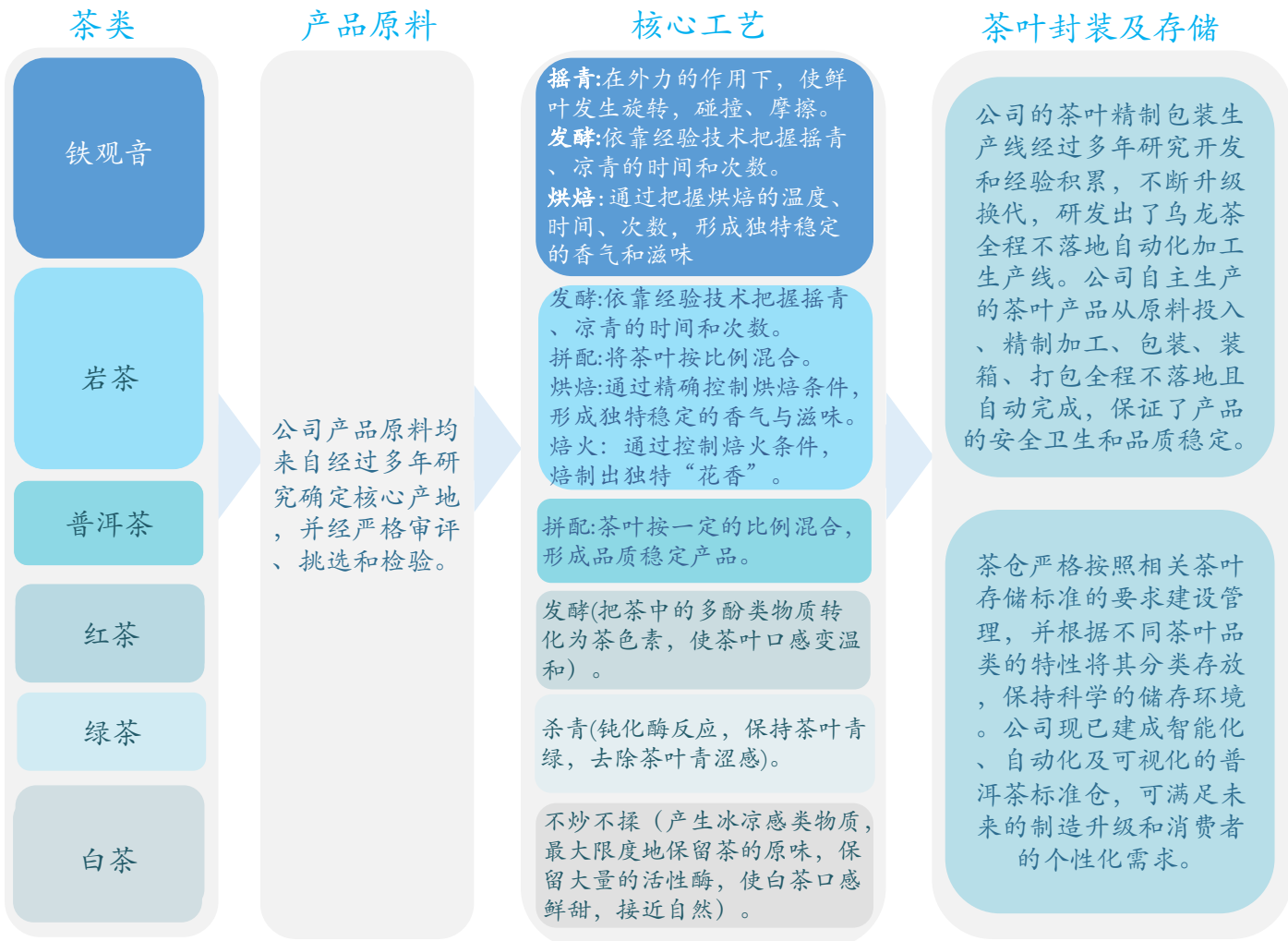
来源：沙利文咨询



八马茶业
BAMA TEA

八马茶业从原料的选择、制作工艺到存储方式均具有较高要求，保障了产品的高品质

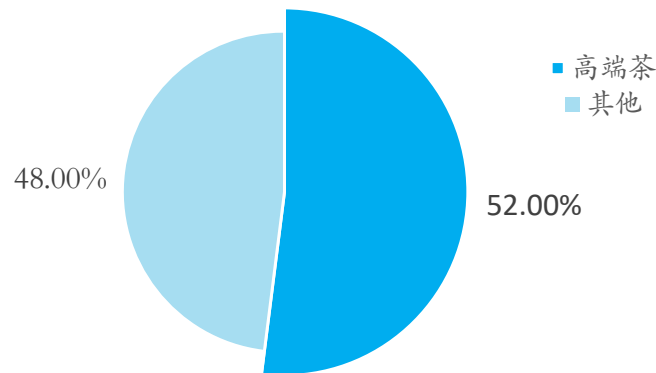
八马茶业主要产品的工艺流程



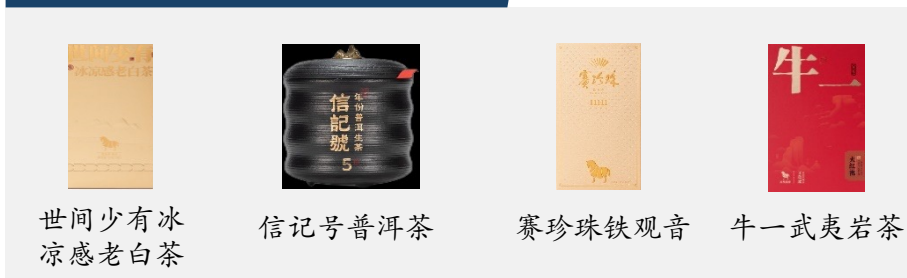
多个茶类产品向高端方向发展

高要求的原料选取，精细化专业化的制茶工艺，严格的封装与存储标准，提升了茶叶产品单价水平。

2023年八马茶业高端茶产品占主要茶类产品的比例



八马茶业高端茶代表产品四大茗珠



注：高端茶产品为销售单价>700元/kg的茶

来源：沙利文咨询



八马茶业非常注重品牌维护与推广，在多维度的立体宣传和推广下，“八马”已成为高端中国茶市场领导品牌，拥有较高的知名度和大批忠实消费者，造就了卓越的公司品牌形象

八马茶业出色的多渠道营销模式

凭借出色的营销策略，八马茶业成功提升了消费者对于品牌的认知度，建立了品牌口碑与知名度。

✓ 开设直营店与加盟店

分布在全国各大城市超3,400家直营店与加盟门店，实行统一的区域管理制度，在公司扁平化管理的制度下，反应迅速，服务完善，客户忠诚，业绩不断提高。

✓ 完善建设网络销售渠道

与主要电商平台天猫、京东、唯品会达成稳定合作，并创立自己的微商城，引入抖音直播，凭借强大的品牌优势、产品优势和强大的电商团队，几年来公司线上销售收入增长迅速，其中多个品类销售额行业居前。

✓ 为企业开展定制业务

常年与平安集团、建设银行深圳分行、泰康保险、九牧王、顺丰、安踏、361度等多家知名企业开展定制业务，未来也将继续拓展更多的定制业务客户，为公司带来稳定的销售收入。



- ✓ 沙利文正式确认八马茶业为“高端中国茶全国销量领先”
- ✓ 中国茶叶流通协会授予“高端茶市场领先品牌”荣誉称号
- ✓ 2020年-2023年武夷岩茶、安溪铁观音原产地茶企“纳税双第一”
- ✓ 八马茶业荣获“2022年度最具成长力品牌”称号
- ✓ 获评“第九届中国茶叶行业标志性品牌”
- ✓ 荣获2021年度“茶业畅销品牌”、“茶业百强企业”、“茶业领军企业”、“茶企电商十强企业”荣誉称号
- ✓ 荣获国际发明金奖、国际金骆驼奖、中国绿色博览会金奖
- ✓ 荣获2023年“农业农村部企业重点实验室”、“国家级绿色工厂”

斩获众多奖项,获得业界高度认可,为八马茶业注入更强劲的发展动能

高端中国茶市场增长潜力巨大

主打高端中国茶、甄选优质名茶、拥有良好品牌口碑的八马茶业，势必会成为中国茶业市场快速增长最大的受益者之一。

2013-2023年中国茶业内销总量（万吨）



中国高端茶市场预期发展趋势

✓ 品牌消费

随着收入水平提升，消费者的购买需求愈加个性化，对品牌的关注度提升，消费者对于茶产品的认知度逐步提升，品牌意识不断被强化。因此，具备品牌优势的茶叶企业市场份额将更具竞争力。

✓ 科学健康

茶叶深度开发利用的技术不断提高完善，高端茶叶的有效成分在健康方面的功能被越来越多人知晓，高端饮茶人群的增长和消费能力的提升带动茶行业市场规模扩张。

✓ 供给创新

高端茶消费者更加趋向“向上偏好”的理性消费，宜通过更高水平的供给释放消费潜力，提升高端茶叶供给体系对国内需求的适配性。

来源：沙利文咨询



八马茶业作为一家知名的全茶类全国连锁品牌企业，公司的经营理念及业务发展具备较为明显的市场创意及创新特征，将传统的茶产业与新技术、新业态、新产业、新模式进行了深度融合

八马茶业的市场创意

品牌形象及生态构建等创意融合国家文化之精华

<p>品牌创意</p>	<p>公司注重品牌的建设与创新,并不断培育子品牌形成品牌矩阵。2022年,八马联手中国国家地理打造全新品牌形象片《香遇一杯好茶》展现茶叶原产地自然风光和传承百年制茶技艺,通过上升到精神文化高度审视人与茶的关系。</p>
<p>营销活动</p>	<p>公司始终坚持弘扬国家文化,让天下人享受茶的健康与快乐的同时,更感受茶文化之美。例如2023年醒春茶叙、敦煌联名“与敦煌香遇中秋”等活动,持续焕发非遗文化,推动中国茶走向世界的舞台。</p>
<p>战略布局</p>	<p>公司通过领先的战略布局和对前沿技术的采纳,构筑八马智能化生态产业园。例如2023年武夷山智能化生态产业园开园,启用全球首条数字化的武夷茶精加工生产线—第七代智能化生产线,提升产品品质与品牌影响力。</p>
<p>生态体系</p>	<p>公司关注自身生态体系的创新进而实现八马影响力的提升,通过参与外交级与国际性交流活动、国家级赛事及行业论坛,搭建起庞大且牢固的生态伙伴体系,提高知名度。</p>

八马茶业的创新特征

产品、技术及工艺的持续升级与创新

<p>产品创新</p>	<p>公司坚持产品研发设计,成立了新事业部围绕自主创新构建茶叶、茶具、茶饮料及茶食品等独特且全面的产品矩阵。</p>
<p>技术创新</p>	<p>公司在茶叶生产环节基于自身的技术实力,以科技创新推动茶园的智能化与数字化,确保产品生产效率与质量。</p>
<p>工艺创新</p>	<p>对公司内外展开茶艺师、评茶员的职业资格培训,并开设其他有关茶艺、茶文化的课程,大力提升制茶的工艺水平。</p>
	<p>携手《中国国家地理》,呈现全新平面形象,人文自然领域顶尖平台加持使中国茶在现代焕发新生机</p>

八马茶业充分融合技术、业态、产业及模式创新





八马茶业是高端中国茶销量市场领导者，具有较高的知名度和较强的竞争地位，凭借多年打造的品牌优势、产品优势和管理优势，在综合茶叶品类中占据销量领先地位

■ 品牌优势

品牌具有鲜明的民族个性

- 公司品牌“八马”具有悠久深厚的文化积淀和鲜明的民族品牌个性，也是中国驰名商标、福建省著名商标，具有较高的辨识度，是公司极有价值的无形资产。
- 公司非常注重品牌维护与推广，在多维度的立体宣传和推广下，“八马”已成为国内高端茶叶知名品牌、领导品牌，拥有较高的知名度和大批忠实消费者。

■ 技术优势

具有世代传承、难以复制的茶叶制作技艺

- 在继承和发扬历代相传的拼配、烘焙等独特制茶技艺基础上，注重科技创新引入了现代化的生产及管理体系，将新技术与传统的茶叶生产进行了深度融合。
- 八马茶业还与福建农林大学、中国农业科学院茶叶研究所等高校及科研机构开展产学研合作，有效实施茶园可持续发展战略，确保从茶园到茶杯的全程质量安全。

■ 创新优势

具有较为明显的创新及创意特征

- 八马坚持在产品、技术及工艺的创新，同时通过营销活动、品牌推广与中国文化精华相结合实现品牌营销传播的创新，并通过树立企业形象及生态系统提升知名度与认可度。
- 八马将茶产业与新技术、新业态、新产业及新模式充分融合。

■ 质量优势

具有先进的质量管理体系

- 八马茶业自创办以来就一直重视、并严格控制产品的卫生、质量安全，积极引进各种先进的质量管理体系，至今已拥有 ISO9001 质量管理体系、HACCP 体系的认证。
- 八马茶业在安溪拥有现代化茶叶加工厂，其加工智能化、清洁化、自动化程度均达到国内先进水平，实现了茶叶精加工，全程清洁化生产。

■ 供应链优势

具有覆盖供应链上下游的良好合作生态体系

- 八马在中国各大名茶原产地甄选优质名茶，与业内名家合作，开发各类产品，实施跨区域、跨品类的平台化发展战略。
- 利用自身品牌优势以及在终端掌握的大数据资源，通过向合作商输出产品标准，研发符合市场需求的产品。



目录

- 1 沙利文对于高端中国茶的定义
- 2 八马茶业介绍
- 3 2023年中国市场高端中国茶销售额排名
- 4 附录





目前，八马茶业在2023年高端中国茶市场中处于领导者地位，市场占比1.97%；总体而言，市场较为分散，前五名玩家市场占比为5.93%

2023年中国市场高端中国茶排名

排名	品牌	2023年销量 (吨)	2023年市场占比
1	八马茶业	1714.3	1.97%
2	大益	1285.7	1.48%
3	中国茶叶	857.1	0.99%
4	天福	714.3	0.82%
5	竹叶青	585.7	0.67%
TOP 5 市场份额		5157.1	5.93%
	其他	81754.9	94.07%
	总计	86912.0	100%

来源：沙利文咨询

目录

- 1 沙利文对于高端中国茶的定义
- 2 八马茶业介绍
- 3 2022年中国市场高端中国茶销售额排名
- 4 附录



沙利文的研究方法论

沙利文有严谨且体系化的研究流程

调查研究流程

定量调查:

根据项目要求,以客户群体特征和需求为主轴设计问卷,在目标地理区域内进行数据采集。对客户群体相关的定性和定量特征进行全面覆盖。在采集信息前会有一轮试调查,以调整正式问卷的结构和内容

定性调查:

采用半结构式架构设计访谈提纲,先对典型的客户群体集合进行焦点小组访谈,再对其中有代表性的个体客户群体进行一对一深度访谈。在访谈结束后,本研究将会采用扎根理论法(Grounded Theory, GT)通过Nvivo对质化数据进行三级编码分析,最终提取出关键的信息

市场策略审计:

根据来自不同市场的不同客户群体的特征给出争取到该细分市场和细分客户群体的基本策略,并指出在该细分领域取得成功的非价格关键购买因素

第一步

第二步

第三步

第四步

第五步

定性分析:

在对样本特征进行统计学分析的基础上,本项目将会采用当下前沿的模糊集定性比较分析法(fuzzy-set Qualitative Comparative Analysis, fsQCA)将量化数据转化为集合语言进行比较分析,通过集合的运算逻辑将样本进行分类从而获得几组典型的客户特征集合

对比交叉分析:

结合定量和定性分析的结论交叉分析描述细分市场轮廓。在这个基础上对客户群体进行特定维度的分类,并联系其特征分析其表层和深层的需求

- 根据项目需求,我们拟采用定量结合定性的方式进行多层次多维度的市场研究
- 定量研究用于形成对客户需求、关键决策因素、使用行为习惯的基本假设,并在大样本的支持下进行分析
- 定性研究用于对量化研究得到的初步结论进行测试,并在这个基础上进行深挖,以找出现有客户群体的显性和隐形特征,以及潜在客户群体的痛点和诉求
- 最终在定性和定量工具的帮助,结合沙利文对客户群体所在市场的理解,沙利文团队将会给出对应的市场观点

专业的调研架构保障研究分析的高质量与可靠性



- 供给端一手资料
 - ✓ 行业领先玩家动态跟踪
 - ✓ 专家网络实时跟访
 - ✓ 上游厂商一线访谈
- 需求端一手资料
 - ✓ 下游典型玩家实时调研
 - ✓ 下游玩家随机截访
 - ✓ 下游玩家深度访谈
 - ✓ 下游玩家焦点小组访谈
- 行业层面二手资料
 - ✓ 行业报告、白皮书资源
 - ✓ 企业年报及公开报道数据库
 - ✓ 政府及行业协会发布数据库

- 我们拥有体系化的数据、信息、资料收集和整理归档体系，覆盖众多细分行业相关的需求，我们都可以精准匹配到对应的资源，并快速搜集所需要的信息和数据
- 我们的调研手段多样且科学合理，不论是供给端一手资料、需求端一手资料还是行业层面二手资料，在收集完我们所有的资料后，我们会反复交叉验证并建立合理的数据模型，从而输出达到定性与定量指标均衡的专业观点。我们内部的QC体系也会实时跟进每一次数据和观点的输出

专业的内外部研究网络保障研究分析的质量与时效

自营专家库及大数据库

全行业的全球案例积累

- 沙利文长期服务于世界1000强客户，拥有丰富的跨国企业项目知识和经验积累
- 在沙利文研究中持续扩充的全球领先公司的最佳实践案例，包括关键成功要素和常见问题

解决时效要求高、约访难度大的项目需求

- 紧急需求完成12小时内约访
- 针对高端专家、小众市场、难以触达人群有效完成约访任务
- 拥有超过10万名专家资源，涵盖金融、交通、建筑、地产、消费、环保、化工、通信、机械、教育、医疗等多个行业。多数专家为企业中高层以及各研究机构资深专家学者

高质量的消费者调研及实地商户调研

- 对调研访谈过程全面把控，保证调研质量
- 根据项目需求定制问卷和访谈提纲，并在调研过程中根据关键发现，及时进行问题补充和调整
- 咨询团队出具高品质、专业的访谈纪要和分析文档
- 消费者调研包括面访、问卷等定量及定性调研；电话呼叫中心用于随机广范围电话抽查调研 (CATI)；商户访谈包括POS面访、问卷、门店实地走访、商家焦点小组

沙利文设有多小众行业的专有数据库

- 专有数据库专注于监测小众或细分行业的市场数据，力求为客户提供最准确的市场规模、竞争格局、渗透率、成本结构、客户覆盖等难以获取的数据

外部合作伙伴

行研报告搜集总结

- 全球化的外部行研数据库，深度分析上市公司竞争力及运营表现

专家约访公司

- 全国范围的访谈招募，如消费者、行业标杆、分销商、用户等
- 完成难度低、时效性要求不高的约访
- 对自建团队工作产能的补充

第三方消费者调研公司

- 特大样本调研项目及内部调研未覆盖领域
- 覆盖四线城市的项目及大样本调研项目

多种第三方数据库资源交叉验证

- Capital IQ, CEIC Data, Bloomberg, Thomson Reuters, CV Source, CNKI, Zero2IPO, 万德等第三方数据库资源

国际案例对标

专家访谈网络

调研网络

沙利文数据库