

机密

# 2021年高端中国茶 市场地位认证报告



版权所有©2022 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。

2022年4月

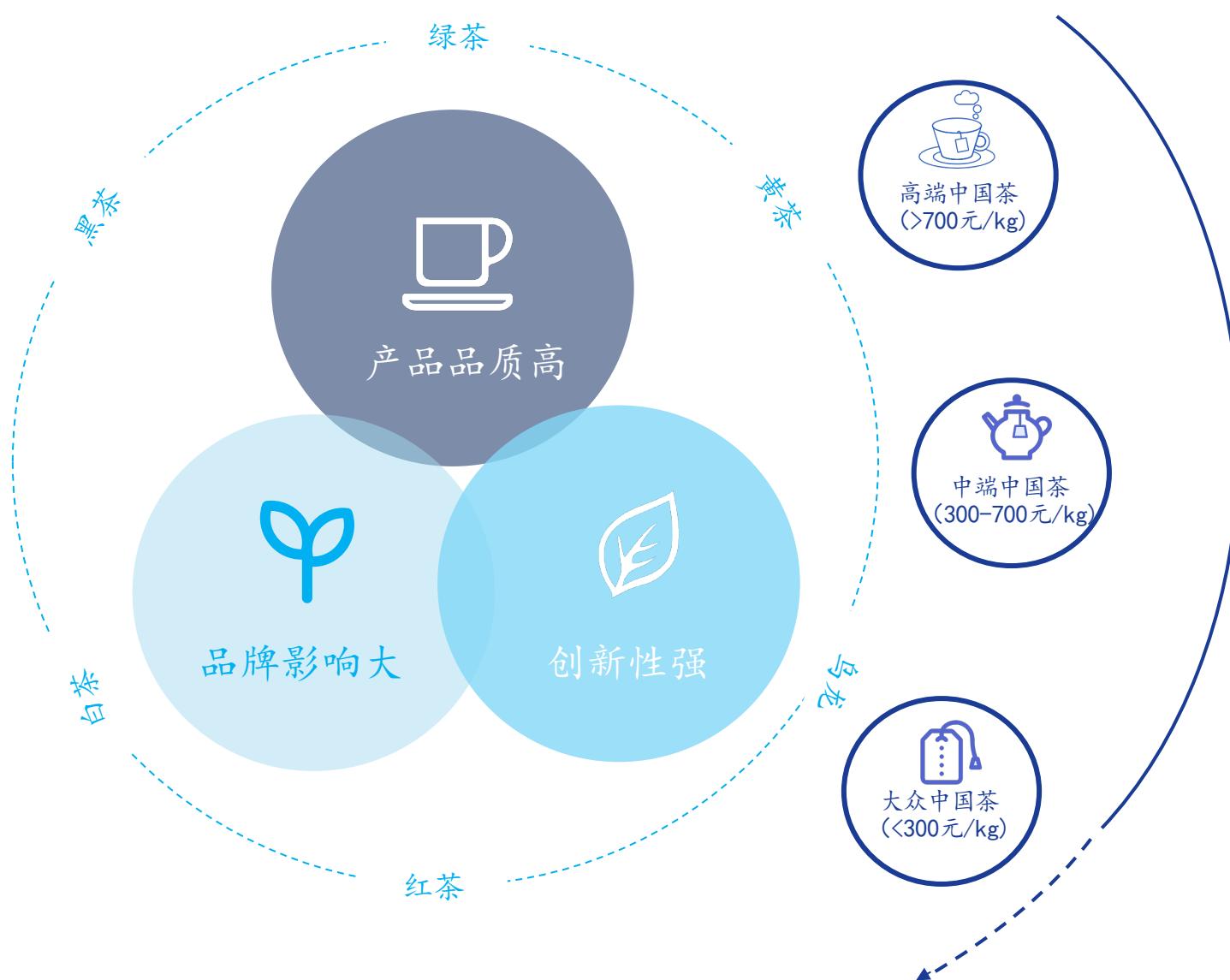
F R O S T & S U L L I V A N  
**沙 利 文**



- 1 沙利文对于高端中国茶的定义
- 2 八马茶业介绍
- 3 2021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

数据来源：沙利文咨询

- 1 沙利文对于高端中国茶的定义
- 2 八马茶业介绍
- 3 2021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13年销量领先  
**TOP 1**



高端中国茶销量行业领先  
**TOP 1**



连续7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



1997

初创与探索

2004-2011年

- 已有出口
- 开放加盟
- 开启电商



2004

全渠道销售铁观音茶叶

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”的全渠道销售体系一对外进行销售



2011

全品类茶叶转型

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



2018

2019

快速扩展的新发展阶段

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



2020

2021

数据来源：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

### 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

### 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

### 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

### 团队发展潜力

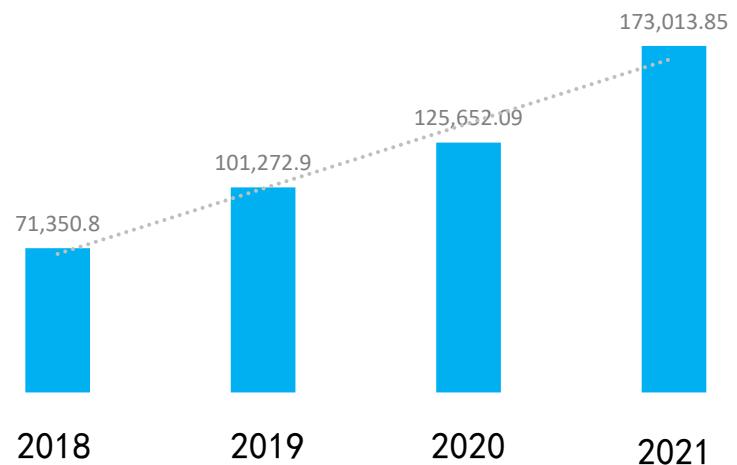
公司拥有一支行业经验丰富且稳定的管理和销售团队，并且定期进行培训，团队成员素质不断增强

### 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

### 八马茶业主营业务收入

万元/人民币，2018-2021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

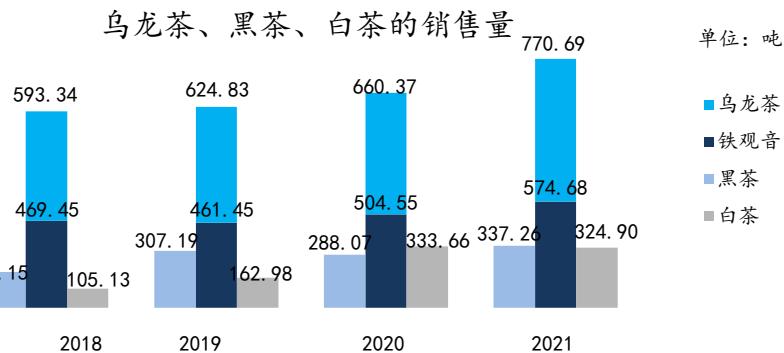


八马茶业围绕自主创新初步构建起了茶叶、茶具、茶食品、茶饮料、新式茶饮以及科研教育、人才培养、技能培训等系统化的茶生态体系

### 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、黑茶、白茶



- ✓ 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，消费者对公司铁观音产品的认可度提高
- ✓ 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
- ✓ 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
- ✓ 公司顺应市场潮流，积极完善白茶各价位段产品线，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

数据来源：沙利文咨询



## 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



#### 产品原料

公司产品原料均来自经过多年研究确定核心产地，并经严格审评、挑选和检验。

#### 核心工艺

发酵：依靠经验技术把握摇青、凉青的时间和次数。  
拼配：茶叶按一定的比例混合，形成品质稳定产品。烘焙：通过把握烘焙的温度、时间、次数，形成独特稳定的香气和滋味。

发酵：依靠经验技术把握摇青、凉青的时间和次数。  
拼配：茶叶按一定的比例混合，形成品质稳定产品。  
烘焙：通过把握烘焙的温度、时间、次数，形成独特稳定的香气和滋味。

拼配：茶叶按一定的比例混合，形成品质稳定产品。

发酵（把茶中的多酚类物质转化为茶色素，使茶叶口感变温和）。

杀青（钝化酶反应，保持茶叶青绿，去除茶叶青涩感）。

联合研发：与国家级非物质文化遗产项目白茶制作技艺（福鼎白茶制作技艺）代表性传承人梅相靖合作研发。

#### 茶叶封装及存储

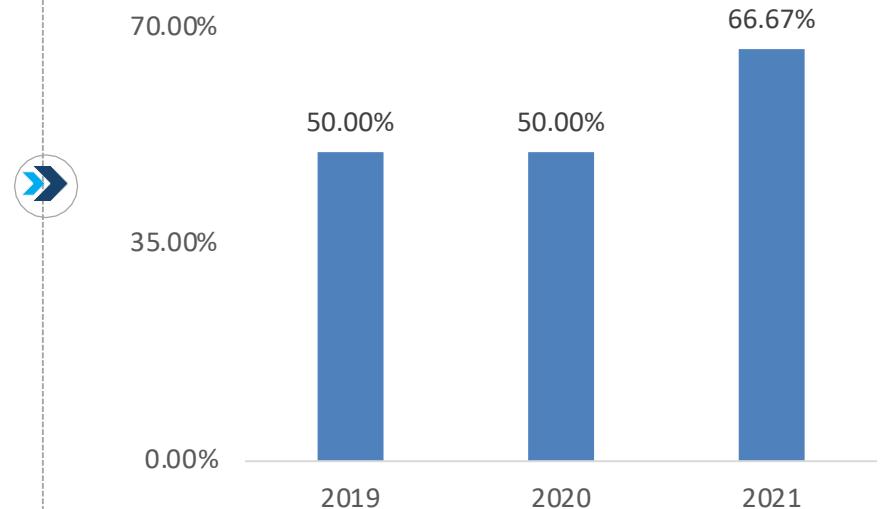
公司的茶叶精制包装生产线经过多年研究开发和经验积累，不断升级换代，研发出了乌龙茶全程不落地自动化加工生产线。公司自主生产的茶叶产品从原料投入、精制加工、包装、装箱、打包全程不落地且自动完成，保证了产品的安全卫生和品质稳定。

茶仓严格按照相关茶叶存储标准的要求建设管理，并根据不同茶叶品类的特性将其分类存放，保持科学的储存环境。公司现已建成智能化、自动化及可视化的普洱茶标准仓，可满足未来的制造升级和消费者的个性化需求。

### 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。

2019-2021年销售单价>700元/kg的茶类产品占主要茶类产品的比例



数据来源：沙利文咨询



引领行业

增长潜力

产品生态

产品品质

品牌影响力

创新性

竞争优势

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，“八馬”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的 2613 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。

#### ✓ 开通电商平台与电视购物渠道

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，其中普洱茶销售额行业居前。开拓了东方购物、好享购等多家电视购物平台的销售渠道，推动销售业绩进一步增长。

#### ✓ 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。

- ✓ 荣获2021年度“茶业畅销品牌”荣誉称号
- ✓ 荣获2021年度“茶业百强企业”荣誉称号
- ✓ 荣获2021年度“茶业领军企业”荣誉称号
- ✓ 荣获2021年度“茶企电商十强企业”荣誉称号
- ✓ 荣获“2020匠心质造奖——杰出企业奖”
- ✓ 荣获中国绿色博览会（CGFE）金奖
- ✓ 荣获国际发明金奖、国际金骆驼奖
- ✓ 2011-2020连续10年获评农业产业化国家重点龙头企业
- ✓ .....

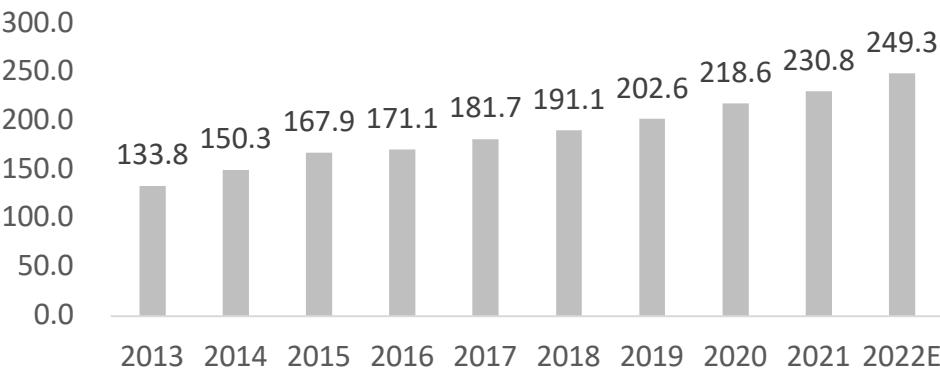
斩获众多奖项，获得业界高度认可，为八马茶业注入更强劲的发展动能



### 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、具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。

2013-2022年中国茶业内销总量（万吨）



### 中国高端茶市场预期发展趋势

#### ✓ 健康消费

新冠肺炎疫情的发生使人们健康意识增强，高端茶叶的有效成分在健康方面的功能需要更加科学的阐述。

#### ✓ 线上销售

直播带货、社交拼团模式在近年快速发展，以目标消费群体对高端茶叶产品的实际诉求为核心，促进社交互动消费。

#### ✓ 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。

数据来源：沙利文咨询



## 八马茶业的创新及创意特征

### 品牌、产品、培训体系的创新及茶生态体系的构建

#### 创新特征

##### 品牌创新



公司注重品牌的建设与创新，同时不断培育子品牌，并最终形成品牌矩阵。

##### 产品创新



公司坚持研发设计，不断开发新品，此外，公司成立了创新事业部，专门致力于创新产品及相关事务的研究及开发，围绕茶文化不断推出创新性产品。



##### 培训体系创新

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。



##### 茶生态体系

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

#### 创意特征

### 产品方案、营销方式与传统文化精华相结合



##### 产品创意

公司积极尝试将茶与传统精粹文化IP相互碰撞，携手跨行业头部品牌推出多款联名款产品，向年轻消费群体传播中华优秀传统文化。



##### 营销创意

公司始终坚持弘扬中国传统茶文化，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 2021 年七夕期间，公司以创新方式致敬经典，开展“茶叶复新”活动。

引领行业

增长潜力

产品生态

产品品质

品牌影响力

创新性

竞争优势

八马茶业作为一家知名的全茶类全国连锁品牌企业，公司的业务发展及经营理念具有较为明显的创新及创意特征，并将传统的茶叶生产、产品零售与新技术、新业态、新产业、新模式进行了深度融合

### 新技术、新业态、新产业、新模式融合

#### 与新技术的深度融合

##### 先进的技术标准

智能货仓系统以及普洱茶标准化仓储系统

##### “智慧茶园”

5 项发明专利及其他 18 项实用新型及外观设计专利

正开展更多的技术创新与研发

#### 与新业态的深度融合

##### 高品质

##### 跨区域

##### 跨品类

#### 与新产业的深度融合

茶产业

+

零售产业

+

电子商务产业

#### 与新模式的深度融合

##### 多样性

##### 多内容

##### 多维度

##### 多触点

数据来源：沙利文咨询



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

## 八马茶业竞争优势

### 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。

### 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。

### 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。

### 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。

## 八马茶业充分展现高端中国茶的优越性

口感优越

安全性

高端中国茶

茶叶稀缺

茶叶烘焙  
技术一流

品牌知名度高

质量上乘

数据来源：沙利文咨询

- 1 沙利文对于高端中国茶的定义
- 2 八马茶业介绍
- 3 2021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2021年高端中国茶市场中处于领导者地位，市场占比1.46%；总体而言，市场较为分散，前五名玩家市场占比为4.95%

## 2021年中国市场高端中国茶排名

排名	品牌	2021年销量（吨）	2021年市场占比
1	八马茶业	974.3	1.46%
2	大益	867.5	1.30%
3	中国茶叶	594.0	0.89%
4	天福	485.0	0.73%
5	澜沧古茶	388.0	0.58%
TOP 5 市场份额		3,308.8	4.95%
其他		63,571.0	95.05%

数据来源：沙利文咨询

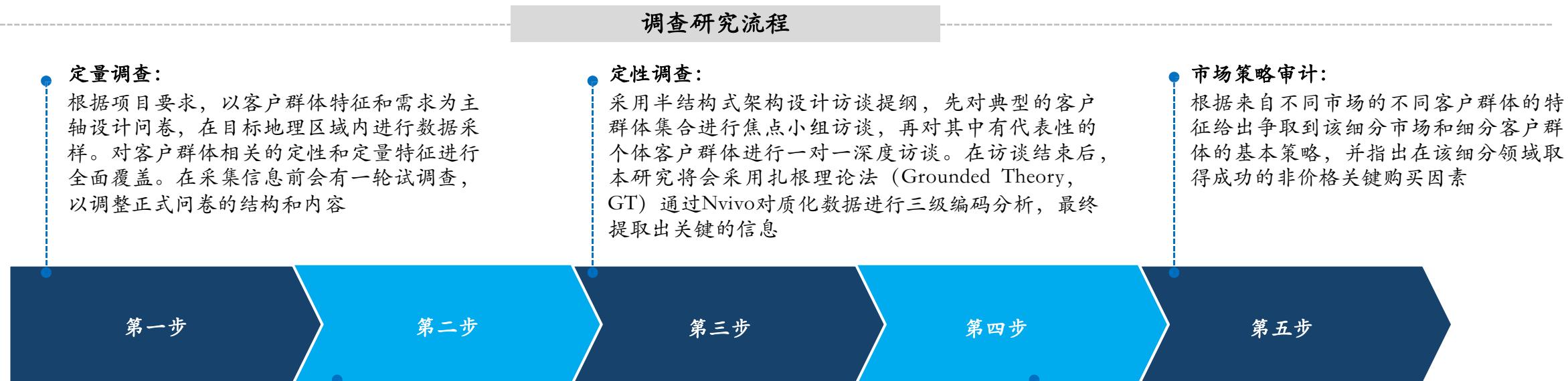
- 1 沙利文对于高端中国茶的定义
- 2 八马茶业介绍
- 3 2021年中国市场高端中国茶销售额排名
- 4 附录



## 沙利文的研究方法论



# 沙利文有严谨且体系化的研究流程



- 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量化分析
- 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下，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

国际案例对标



专家访谈网络

### 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研究员专家学者



调研网络

### 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



沙利文数据库

### 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