

品質安全成茶葉消費首要考量因素

20-04-2021 中國消費者報·中國消費網

作者：慶勝

中國茶葉流通協會近日發佈的《2020年中國茶葉產銷形勢報告》（以下簡稱《報告》）顯示，2020年中國茶葉市場持續攀升，再創歷史新高，與此同時，以電商為首的管道端、以新茶飲為首的消費端亮點頻出。

《報告》指出，在種植生產方面，茶葉產量增勢不變。2020年，全國乾毛茶產量為298.60萬噸，比上年增加19.26萬噸。而茶類結構有所調整。2020年，六大茶類中，綠茶、烏龍茶產量繼續穩增，但總產量占比繼續向下微調；紅茶、白茶、黃茶產量激增，總產量占比出現攀升；黑茶略有減產，在總產量中占比有所下降。紅茶取代黑茶成為中國第二大量產茶類。

在內銷市場，2020年，中國茶葉內銷均價為131.21元/公斤，銷售總額為2888.84億元，同比增149.34億元，增幅5.45%。各茶類中，綠茶均價132.85元/公斤，紅茶159.09元/公斤，烏龍茶128.06元/公斤，黑茶96.11元/公斤，白茶143.35元/公斤，黃茶138.06元/公斤。《報告》認為，內銷市場依然是拉動中國茶業經濟增長的主動力源。2020年，中國傳統茶類銷售格局基本穩定。名優茶仍是創造茶產業價值的主力軍，內銷額貢獻率繼續保持在70%以上。從銷售通路看，受疫情影響，連鎖門店、批發市場、商超賣場、傳統茶館，甚至新中式茶飲都出現了發展停滯的現象，而天貓、京東等平台電商的銷售量大增，銷售份額持續擴大。從消費市場發展看，由於疫情使人們更注重健康，因此飲茶人口數量與消費需求量持續增多，而且在可預期的未來將進一步擴大。

《報告》同時指出，在內銷市場中，新式茶飲近年來熱度較高。從行業角度看，新式茶飲是產品與業態的融合體；從消費者的角度看，則是服務與產品的統一。在城市分佈方面，2020年新式茶飲門店在一、二線城市的增速放緩，呈現向三、四線市場下沉的趨勢。在消費選擇方面，“品質安全”超越“口感口味”成為首要考量因素。新茶飲業的發展變化對未來中國茶葉產銷格局具有重要的參考價值。

責任編輯：任冬雪