

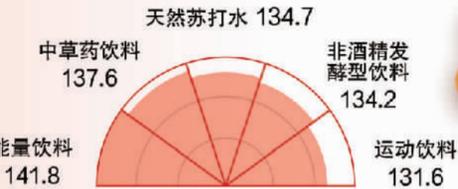
在这里读懂中国消费

# 水饮消费折射健康需求



## 1 水饮产品消费情况

男性消费者水饮产品偏好指数TOP5



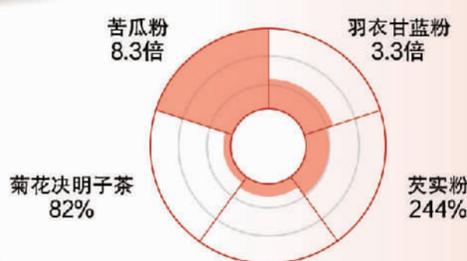
女性消费者水饮产品偏好指数TOP5



当代年轻人对生活品质的追求日益高涨，在健康养生方面的消费意愿强烈。水饮产品方面，中式茶饮、无糖和低糖饮料等销售火热，凭借清甜口味和低热量的特点，满足了消费者对健康与口感的双重追求。

## 2 冲调产品消费情况

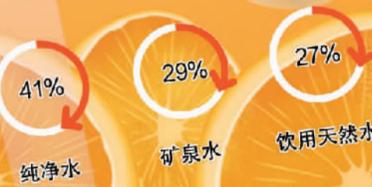
冲调产品销量环比增长TOP5



饮料销量占比TOP5



饮用水销量占比TOP3



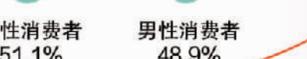
奶制品销量占比TOP3



不同性别消费者水饮产品销量占比

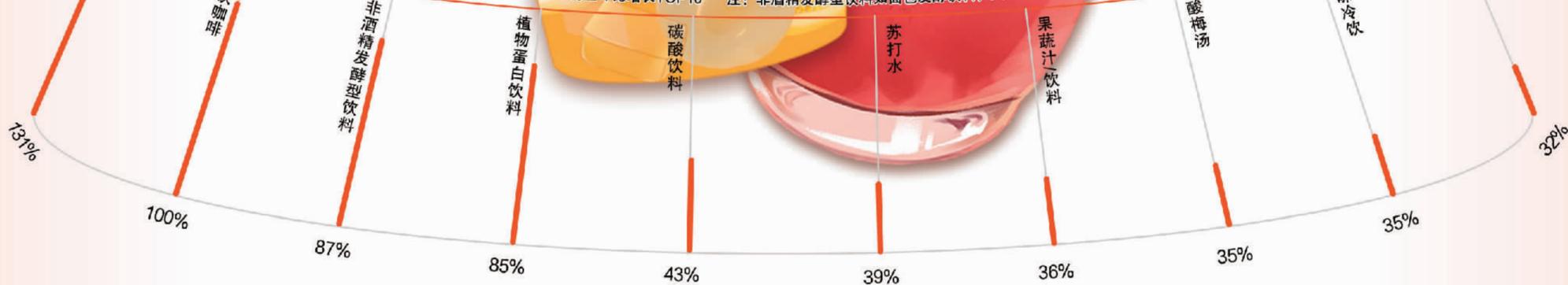


不同性别消费者冲调产品销量占比



水饮产品销量环比增长TOP10

注：非酒精发酵型饮料如面包发酵饮料，风味冷饮如冰酿饮料等



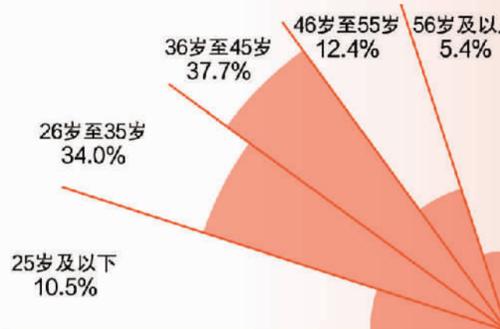
男性消费者冲调产品偏好指数TOP5



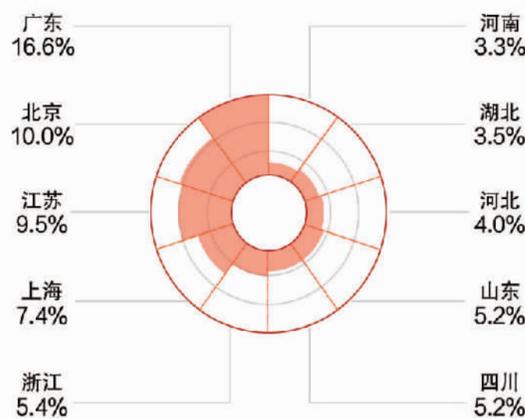
女性消费者冲调产品偏好指数TOP5



各年龄段消费者水饮和冲调产品销量占比



水饮和冲调产品销量占比TOP10省份



### 说数

朱双健

随着气温攀升，水饮产品销售热度飙升。今夏水饮市场不断推陈出新，不仅口感多样，而且融入了健康、养生等元素。一些特色水果茶饮成为市场新宠，以独特口感和清新果香，为炎炎夏日带来一丝清凉。

水饮消费健康需求持续增长。继小料、水果茶、原叶茶之后，茶饮品牌纷纷打起了健康牌，推出蔬果茶。其中，苦瓜、羽衣甘蓝等成为当下的流行配方。受此影响，苦瓜粉、羽衣甘蓝粉等冲调产品成交量环比增长8.3倍、3.3倍。

中式茶饮热度不减，红豆薏米水、五指毛桃玄米水等宣传药食同源等概念，受到年轻消费群体欢迎。中式茶饮的火爆，一方面是饮料企业为寻找新的突破口主动发力，另一方面离不开消费者对健康的关注。

水饮消费的健康需求更加细分。男性消费

者对中草药饮料、非酒精发酵型饮料与运动饮料的偏好指数均突破130，提神与保健成为消费关键词。女性消费者则对乳品的偏好度更高，低温儿童酸奶、低温谷物酸奶与低温儿童牛奶等细分品类的偏好指数在142以上，营养与亲子场景需求凸显。

银发群体水饮消费蕴藏巨大潜力。目前水饮消费的银发群体仅占5.4%，有着较大的挖潜空间，相关企业应及时跟进调研这一群体需求，研发相关产品。

需要关注的是，虽然蔬果茶、中式茶饮等主打健康养生概念，但药食同源不能等同于治疗疾病，消费者仅依赖水饮产品来追求健康，很难达到预期效果。相关企业也要在研发和营销阶段做好引导，迎合消费者健康需求的同时，保证产品质量和营养价值。



数据周期：2025年5月份