

在这里读懂中国消费

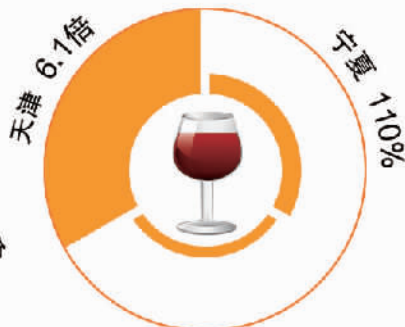
水杯饮具消费凸显个性化

消费者特征

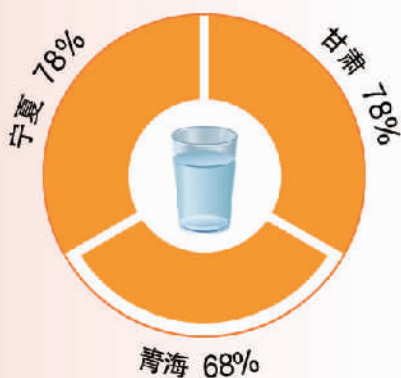
茶具成交量同比增速TOP3省份



酒杯/酒具成交量同比增速TOP3省份



水具成交量同比增速TOP3省份



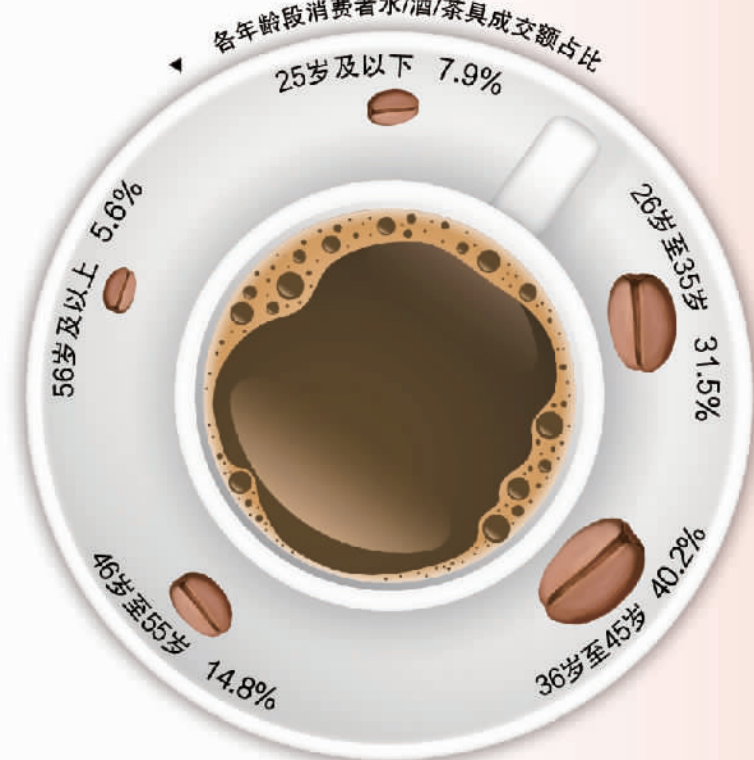
广东，成交额占比 13.41%，位居第一

广西，成交额同比增速 125%，位居第一

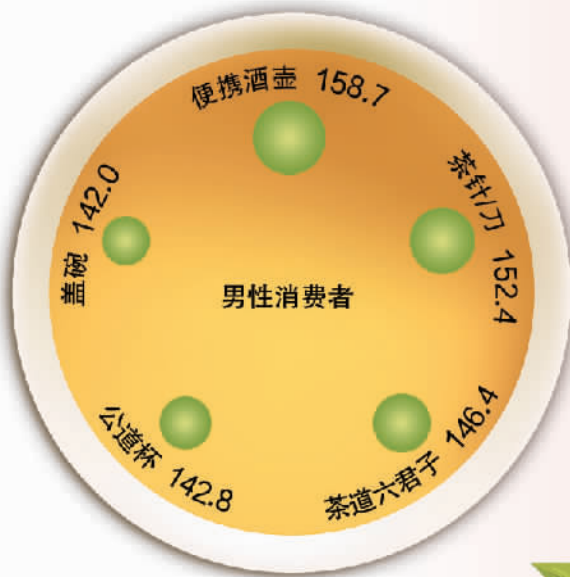
36岁至45岁消费者，成交额占比 43.3%，位居第一

56岁及以上消费者，成交量同比增速 69%，位居第一

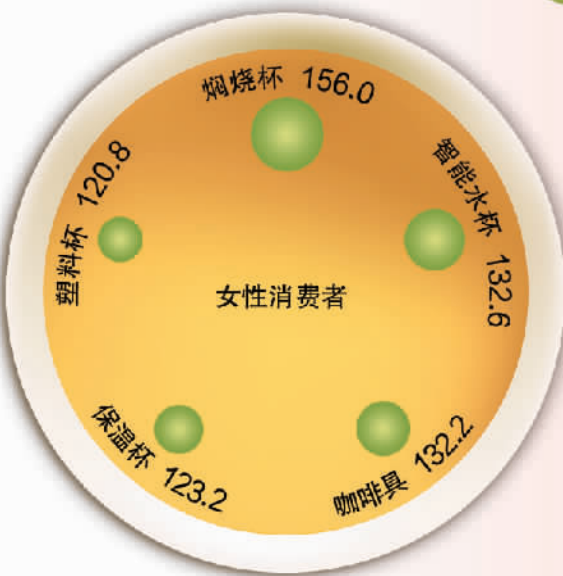
保温杯消费情况



从与时尚穿戴搭配的颜值杯，到户外运动场景的功能杯，再到家庭和职场中的饮用器具，消费者热衷追求独特创意和新款式，年轻人的水杯通常不只一个。很多咖啡和茶饮企业也推出了各种融入文化创意的水杯，增加了品牌吸引力和认同感。



不同性别消费者水/酒/茶具成交额占比TOP5品类



吉亚桥

说数

从搪瓷杯到保温杯再到采用创意造型的水杯，饮水容器突破“喝水”的单一功能属性，逐渐成为彰显生活品质的时尚品。

随着茶和咖啡等饮品的流行，以及消费者对个性化养生的追求，水杯饮具市场正向全品类细分领域扩展。数据显示，8月份至9月份，保温杯、玻璃杯、塑料杯、整套茶具和保温壶成交额占据前5位。

咖啡杯、随行杯、搅拌杯等场景化品类不断上新，满足消费者多样化的饮用需求。数据显示，女性消费者偏好烟烧杯、智能水杯和咖啡具，男性消费者偏好公道杯、盖碗等器皿。同时，传统茶文化的浓厚氛围也使茶具的衍生品颇受欢迎，包括茶巾、茶道六君子等。

健康和安全性是消费者选购水杯饮具的首要考虑因素。例如，保温杯要选择304和316食品级不

锈钢，玻璃杯要选择耐热性强的硼硅玻璃。通过与智能技术结合，水杯的功能也越来越丰富。一些保温杯可以实时显示温度，避免水温过高烫伤；下载相关App可以设置喝水提醒，统计饮水量，查看喝水记录；还有水杯添加指纹解锁功能，防止混用。

水杯饮具不只是容器，同时兼具文化属性。文创店内，印有联名IP图案的马克杯化身成纪念品；咖啡店里，带有地标图景的咖啡杯吸引游客“打卡”；下午茶时，一套精致的茶壶杯碟让美味充满仪式感……消费者对水杯饮具的外观和内涵有了更高要求。

水杯饮具虽小，却与我们的生活方式息息相关。种类多样的水杯、茶具等传递了健康养生理念和特色文化韵味，满足消费者的“使用价值”和“情绪价值”。未来，水杯饮具品类将继续向“功能复合化、场景定制化、体验智能化”的方向创新研发。

不同性别消费者水/酒/茶具成交额占比



在作为容器和满足饮用需求之外，水杯饮具正凭借丰富的附加价值改变消费者的传统认知，成为兼具社交、收藏、礼赠功能的产品。这也对外观设计、材料使用和包装质感提出更高要求，推动水杯饮具从“实用工具”向“情感载体”延伸。



更多内容 扫码观看

数据周期：
2025年8月份至9月份