

市場分析與開發

引言人：王素梅

財團法人食品工業發展研究所研究員

1

喝的產品市場競爭¹



資料來源：財團法人食品工業發展研究所。

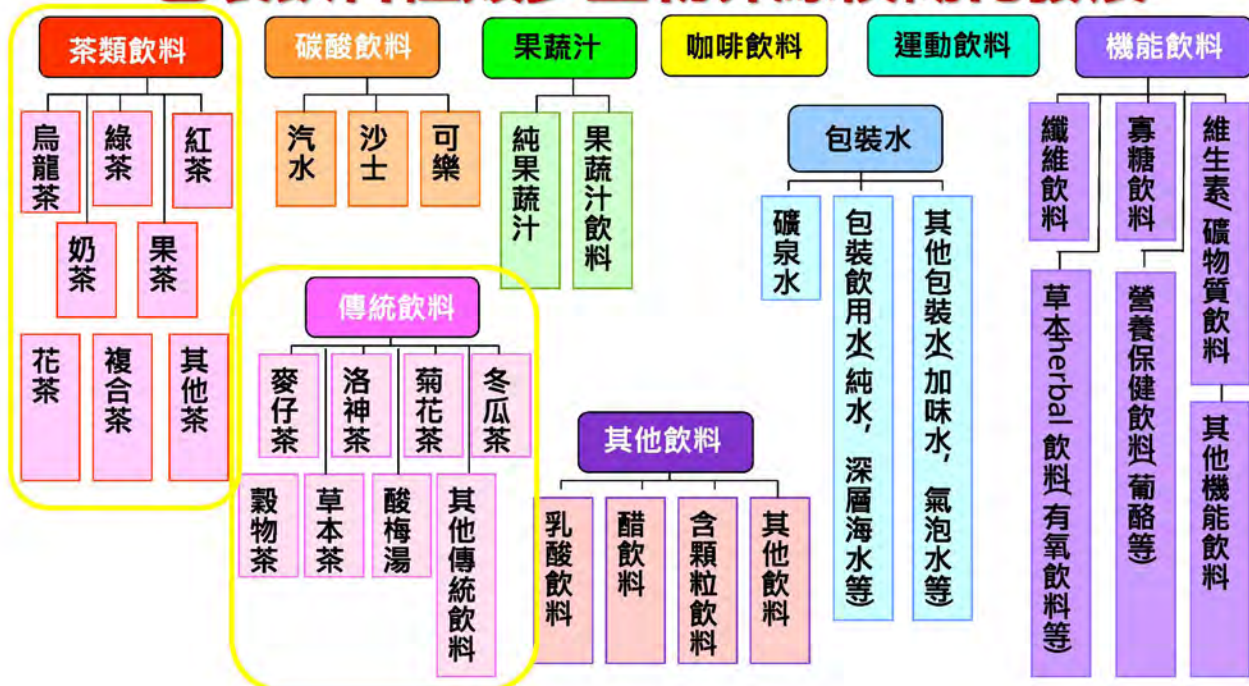
2

喝的產品市場競爭²



3

包裝飲料種類多並朝界線模糊化發展



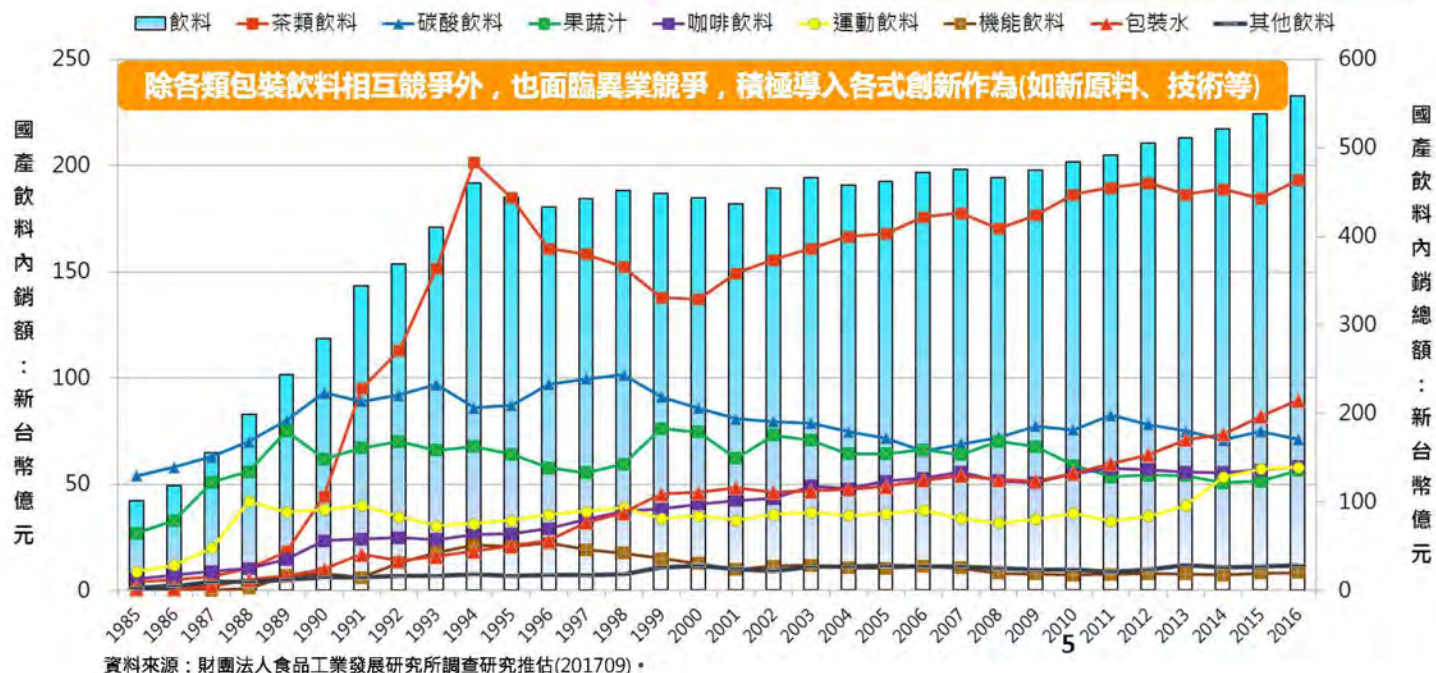
資料來源：財團法人食品工業發展研究所整理。

4

包裝飲料以茶飲為大宗

健康訴求

成分簡單、天然、低/無糖、結合在地農產素材、創新



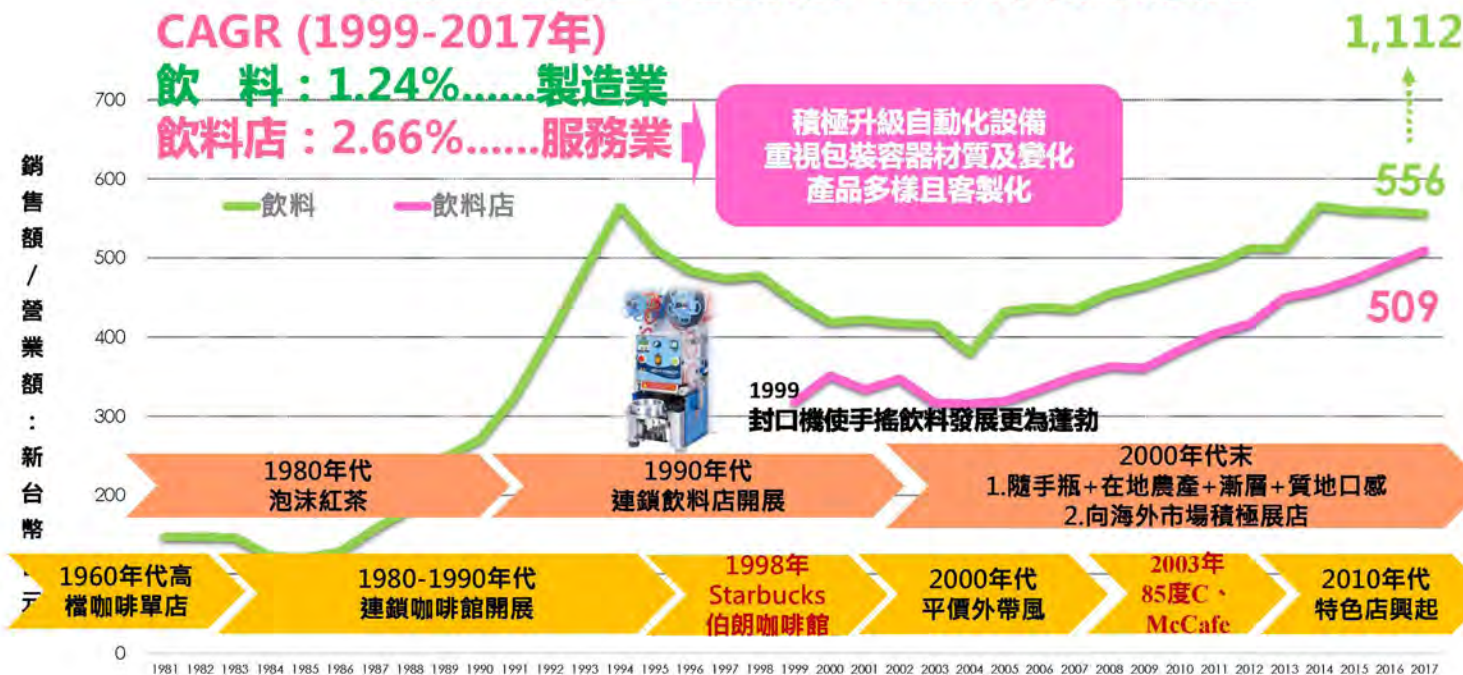
5

現調飲料多元發展-以飲料店為例

CAGR (1999-2017年)

飲料：1.24%.....製造業

飲料店：2.66%.....服務業



6

註：飲料指不含酒精飲料產品(包裝飲料)。
資料來源：經濟部統計處，食品所整理。

包裝飲料與現調飲料特性差異

種類	包裝飲料	現調飲料
茶類飲料		
單品茶	***	**
調味茶	*	***
含配料茶飲	*	***
奶茶	*	***
功能茶	***	
傳統/漢方飲料	*	**
果蔬汁	***	*
咖啡飲料	*	***
碳酸飲料	***	*
運動飲料	***	
機能飲料	***	

資料來源：食品所研究整理。

項目	包裝茶	現調茶
選購主因	購買便利	客製化
購買方便性	**	***
購買等待時間	***	*
便利喝	***	**
衛生	***	**
客製化	*	***
美味/幸福感	**	***
趣味	*	***
健康	*** (糖度較低)	*

便利性、健康性
為核心

客製化、趣味性
為核心

7

飲料生產及服務模式多元

原料源頭管控
原料變化帶來創新

一般手搖飲料業者



『手』搖飲料

引進中央廚房概念
全程監控飲料品質



中央廚房
結合現調飲料

一般包裝飲料業者



包裝飲料



引進自動化、快速降溫設備設備
降低風險、增進效率、增加服務品項
(茶咖機、煮茶機、Babo Arms等)

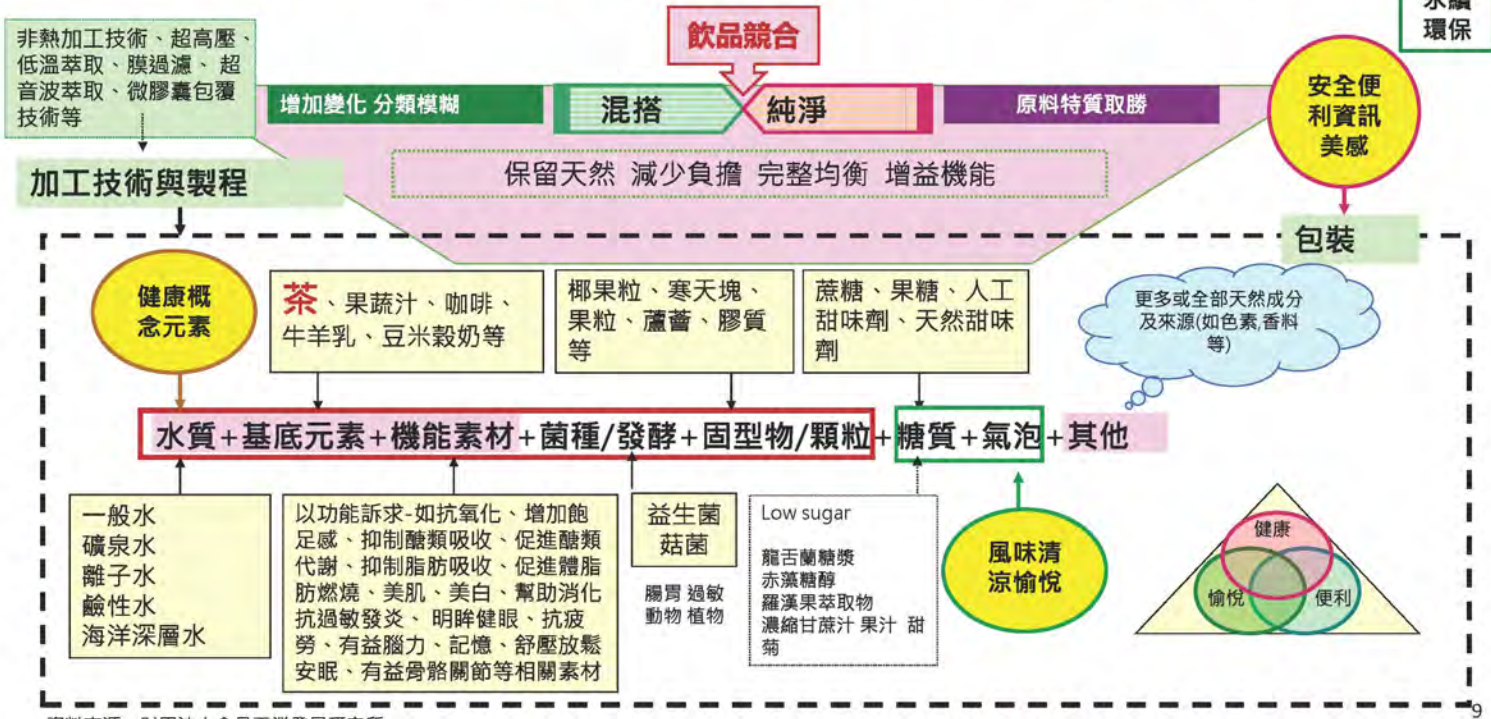


發展各式瓶裝茶

8

飲料創新 迎合需求 引領消費 創造商機

永續
環保



資料來源：財團法人食品工業發展研究所。

共創 茶飲 特色與價值

原料源頭管理

配方、配料與工藝

品牌行銷、
服務加值、
文化價值



包裝茶

多量少樣
量 變
進口茶葉

多樣少量
質 變
進口茶葉
在地特色茶葉
(商用茶)

現調茶



品牌茶

討論題綱

- 一、臺灣特色茶葉之源頭管理
- 二、茶葉供應之數量規模及穩定性
- 三、臺灣茶葉與相關飲料業者之專業分工及生態產業鏈共好