

外食现制咖啡 - 中国 - 2022年

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动

在这篇报告中我们探讨了以下议题

- 外食现制咖啡的市场销售额和销售量
- 外食现制咖啡的产品创新与营销活动
- 消费者对外食现制咖啡产品的认知
- 现制咖啡店/品牌的数字化服务使用情况
- 消费者对精品咖啡的态度

未来几年，中国的外食现制咖啡行业将在该市场重点企业的带领下强势增长。该市场未来5年的年均复合增长率预计为25.9%。

新冠疫情反弹给市场带来的不确定性严重影响了外食现制咖啡行业，尤其是独立咖啡店。而以头部企业为主的连锁品牌由于有着更多资源来应对风险，从而处境更佳。新晋品牌若希望在目前的市场环境下更好地生存下去，可选址成都，因为该城市固定成本较低，同时消费渗透率与一线城市相当。

同时，由于全球范围内咖啡生豆供应链因疫情封控而深受影响，并且因生产量不足而价格上涨，中国咖啡市场在生豆供应方面也面临挑战。因此，本土品牌需准备咖啡豆种植园或供应商后备方案，以确保原材料的供应稳定。

对于消费者和品牌的员工管理而言，数字化皆有益处。掌握数据，品牌就能很好地背书其策略和决策制定。现制咖啡店的新饮品研发未出现两极化趋势，即黑咖啡与特调咖啡的对立趋势。目前，消费者青睐主打鲜果和酒精的特调咖啡饮品。然而，这类饮品的基底大多为黑咖啡，因此最终会增加黑咖啡市场的消费量。



“中国的咖啡市场尚属发展初期，增长潜力足，可通过店铺扩张和全渠道营销加速增长。中国大多数咖啡饮用者都喜爱丰富多样的特调咖啡，这类咖啡也在过去一年强有力地推动了外食现制咖啡品牌的销售增长。同时，随着咖啡相关知识的普及，并且消费者追求更高品质的产品，精品咖啡在中国的受众有所增多。”

——高屹，研究分析师

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

目录

概述

- 您所需要了解的
- 本报告涵盖的关键议题
- 报告定义
- 定义

综述

- 市场
 - 得益于重点企业的数字化投资以及咖啡消费恢复，销售总额强势增长
 - 数据1: 外食现制咖啡行业销售额预测，中国，2017-2027年
- 连锁品牌增加门店，迅速恢复
- 数据2: 外食现制咖啡行业咖啡门店数量预测，中国，2017-2027年
- 公司与品牌
 - 连锁品牌市场份额将增长
 - 数据3: 按门店数量计算的市场份额，中国，2022年
- 消费者
 - 现制咖啡仍是消费量最多的类型
 - 数据4: 细分品类的渗透率，中国，2021和2022年
- 门店覆盖范围广能增强消费者粘性
- 数据5: 消费渠道与频次，中国，2022年
- 将线上点单作为消费者反馈的窗口
- 数据6: 数字化服务，中国
- 介绍黑咖啡的健康益处
- 数据7: 对应分析——对咖啡店不同饮品的看法，中国，2022年
- 稳定的产品品质是基准线
- 数据8: 咖啡店特征，中国，2022年
- 消费者重视味道相关因素
- 数据9: 对咖啡知识的兴趣，中国，2022年
- 精品咖啡有望成为下一个明星产品
- 数据10: 对精品咖啡的态度，中国，2022年
- 我们的观点

议题与洞察

- 解锁用户服务之外的数字化可能性
- 数据11: 星巴克中国在不同平台的会员，中国，2022年
- 数据12: 星巴克新零售概念“1971客厅”的海报，中国，2021年
- 数据13: O.P.S.的电子菜单与预约系统，中国，2022年
- 数据14: 星巴克伙伴App截图，中国，2020年
- 数据15: 物联网温度感应仪示例，中国，2022年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格,可能受汇率波动影响而有变动。

- 咖啡文化本土化
 - 数据16: 咖啡品牌的本土化示例, 中国, 2022年
 - 数据17: 主打茶的特调咖啡示例, 中国, 2022年
 - 数据18: 品茶与品咖啡, 中国, 2022年
- 继续以黑咖啡为主导, 并丰富特调咖啡的选择
 - 数据19: Grid Coffee门店与产品, 中国, 2022年
 - 数据20: 水果咖啡示例, 中国, 2022年

市场规模与预测

- 消费量增长与品牌在数字化上的投资推动销售额强劲增长
 - 数据21: 外食现制咖啡行业销售额预测, 中国, 2017-2027年
- 咖啡店总数将在明年再达高峰
 - 数据22: 外食现制咖啡行业咖啡店数量预测, 中国, 2017-2027年

市场因素

- 餐饮行业缓慢恢复
- 深受零售咖啡市场影响, 生豆价格上涨
 - 数据23: 生豆价格指数, 英国, 2019-2022年
- 其他市场的企业跨界运营咖啡店
 - 数据24: 部分跨界品牌示例, 中国, 2022年
 - 数据25: 近期跨界品牌示例, 中国, 2022年
- 超低价咖啡产品开辟出新的消费者细分
 - 数据26: 超低价咖啡品牌示例, 中国, 2022年
- 咖啡店开始关注社会问题
 - 数据27: 熊爪咖啡, 中国, 2022年
 - 数据28: 星巴克手语店, 中国, 2022年
 - 数据29: Slab Town组织的公益跑, 中国, 2021年
- 品牌有望通过咖啡定期购计划应对市场不确定性
 - 数据30: 蓝瓶咖啡的咖啡定期购服务介绍, 美国, 2022年

市场份额

- 快餐店和便利店品牌凭借高覆盖率, 抢占较大份额
- 瑞幸咖啡采取加盟店方式提升品牌份额
 - 数据31: 按门店数量计算的市场份额, 中国, 2022年

营销活动

- 分时营销加速销售增长
 - 数据32: 咖啡店早餐促销活动示例, 中国, 2022年
 - 数据33: 星巴克午餐促销示例, 中国, 2022年
- 即时配送服务将进一步提升数字化营销
 - 数据34: Tims在短视频平台上的推广海报, 中国, 2022年
- 文化地标中的咖啡场所

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容?

该报告是系列报告中的一篇,旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格,可能受汇率波动影响而有变动。

数据35: 壹咖啡, 中国, 2022年

数据36: 文化地标中的咖啡场所示例, 中国, 2022年

- 咖啡品牌联名合作, 推出生活方式营销

数据37: Slab Town的海报——Slab Town的消费者与全新运动鞋, 中国, 2022年

数据38: Slab Town联名产品示例, 中国, 2021和2022年

数据39: Coffee Spot周边产品示例, 中国, 2022年

新产品趋势

- 推广咖啡器具和咖啡豆等获奖产品

数据40: 最佳新品奖获奖得主示例, 米兰, 2022年

数据41: 中国咖啡品牌的金奖咖啡豆示例, 中国, 2022年

数据42: 麦咖啡新品“奶铁”海报, 中国, 2022年

- 产品创新新方向: 不同种类的乳品

数据43: 水牛奶产品示例, 中国, 2022年

- 夏季咖啡饮品采用水果元素和气泡口感

数据44: “果咖”新品示例, 中国, 2022年

数据45: 主打果咖的咖啡品牌示例, 中国, 2022年

- “咖+酒”既可作为明星产品, 也可用于创新

数据46: 威士忌酒桶陈酿咖啡豆示例, 中国, 2022年

数据47: 含酒咖啡特调示例, 中国, 2022年

消费渗透率

- 现冲的咖啡渗透率较高

数据48: 细分品类的渗透率, 中国, 2021和2022年

- 25-39岁女性是现冲咖啡的主要受众

数据49: 细分品类渗透率(按性别区分), 中国

数据50: 现冲咖啡的细分群体渗透率(按性别和年龄区分), 中国, 2022年

数据51: 国外市场针对女性推出的特调饮品示例, 美国, 2022年

数据52: “粉红饮品”示例, 中国, 2022年

- 新晋咖啡品牌的沃土: 成都

数据53: 现冲咖啡的细分群体渗透率(按城市区分), 中国, 2022年

数据54: 奢侈品牌在成都开设的首家咖啡店/茶饮店示例, 中国, 2020

- 锁定宠物主人

数据55: 现冲咖啡的细分群体渗透率(按居住成员区分), 中国, 2022年

数据56: 咖啡店为宠物提供的饮品示例, 中国

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容?

该报告是系列报告中的一篇,旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

消费渠道与频次

- 可及性能大幅提升消费频次
数据57: 消费渠道与频次，中国，2022年
- 连锁品牌抵御疫情影响的能力
数据58: 消费渠道与频次（按重度和中度饮用者区分），中国，2021和2022年
- 女性消费者消费渗透率更高
数据59: 消费渠道与频次（按性别区分），中国

数字化服务

- 将线上点单作为消费者反馈的窗口
数据60: 数字化服务，中国
数据61: 在麦当劳使用微信支付后的消费者反馈问卷，中国，2021年
数据62: 数字化服务（按频度分析区分），中国
- 精简的移动点单流程适合年轻一代
数据63: 部分数字化服务（按代际区分），中国
数据64: 咖啡品牌自有App的功能示例，中国，2022年
- 高家庭收入者从数字化服务中寻求进阶体验
数据65: 部分数字化服务（按家庭收入区分），中国
数据66: 星巴克店内AR活动示例，中国，2017年
数据67: 皮爷咖啡微信小程序中的博物馆，中国，2022年
数据68: 咖啡店展示咖啡制作过程示例，中国，2022年

对咖啡店饮品的认知

- “健康咖啡”认知与搭配牛奶挂钩
数据69: 对咖啡店饮品的认知——对应分析，中国，2022年
数据70: 对咖啡店饮品的认知——健康的（按部分咖啡类型和年龄区分），中国，2022年
数据71: 咖啡产品的营养信息示例，美国，2022年
- 不同家庭收入水平的消费者对黑咖啡认知不同
数据72: 部分对咖啡店饮品的认知——黑咖啡（按家庭收入区分），中国，2022年
- 特调咖啡创新突出酒精元素
数据73: 对咖啡店的特调咖啡与含酒咖啡特调的认知对比（按百分比差异区分），中国，2022年
数据74: 部分对咖啡店饮品的认知——含酒咖啡特调（按性别和年龄区分），中国，2022年

咖啡店特征

- 品质稳定和食品安全是关键
数据75: 咖啡店特征，中国，2022年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格,可能受汇率波动影响而有变动。

- 年轻一代看重服务速度.....
数据76: 部分咖啡店特征 (按代际区分), 中国, 2022年
-而高家庭月收入者重视服务与空间
数据77: 部分咖啡店特征 (按家庭月收入区分), 中国, 2022年

对咖啡知识的兴趣

- 消费者更看重味道相关的因素
数据78: 对咖啡知识的兴趣, 中国, 2022年
- Z世代对咖啡品尝兴趣浓厚
数据79: 对部分咖啡知识的兴趣 (按代际区分), 中国, 2022年
数据80: 风味对比活动和咖啡“风味轮”示例, 中国和美国, 2022年
- 可追溯性是吸引高家庭收入者的沟通要点
数据81: 对部分咖啡知识的兴趣 (按家庭月收入区分), 中国, 2022年
数据82: 咖啡豆信息示例, 中国和新西兰, 2022年

对现制咖啡的态度

- 精品咖啡具有增长潜力
数据83: 对精品咖啡的态度, 中国, 2022年
数据84: 泠奇开放杯测活动, 中国, 2022年
- 可通过萃取方式丰富店内体验
数据85: 对萃取方式的态度, 中国, 2022年
数据86: 星巴克咖啡萃取方式示例, 中国, 2022年
- 提供数字化效率的同时, 保留人际交流
数据87: 对咖啡店数字化服务的态度, 中国, 2022年
数据88: 对咖啡店数字化服务的态度——按是否同意“咖啡店的数字化服务 (α) 能吸引更多消费者”区分, 中国, 2022年
数据89: 通过店内布局增强人际交流的示例, 日本, 2021年
- 咖啡品牌的数字化让定制化更易实现
数据90: 对于移动点单的态度, 中国, 2022年
数据91: 星巴克“追星站”活动的奖品, 中国, 2021-2022年
数据92: 星巴克会员制, 美国, 2022年
数据93: 对定制化的部分态度 (按城市线级区分), 中国, 2022年

美食达人

- 她们是谁?
数据94: 美食达人, 中国
数据95: 美食达人类型 (按代际区分), 2022年
- 挑剔消费者愿意深挖咖啡知识.....
数据96: 美食达人——挑剔消费者 (按咖啡知识区分), 中国
-情绪化食客渴望感官体验

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容?

该报告是系列报告中的一篇,旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

附录——市场规模与预测

数据97: 外食现制咖啡市场销售总额与预测，中国，2017-2027年

数据98: 外食现制咖啡市场的门店数量与预测，中国，2017-2027年

附录——研究方法与缩写

- 研究方法
- 缩写

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

The logo features the word "MINTEL" in a bold, black, sans-serif font. The letters are contained within a bright yellow speech bubble that has a tail pointing downwards and to the right. Below the main bubble are three smaller, overlapping yellow circles of varying sizes, creating a trail effect.

MINTEL

关于英敏特

英敏特是洞悉消费者需求、熟谙背后原因的专家。作为世界领先的市场情报公司，我们对消费者、市场、产品创新和竞争形势进行分析，提供关于全球和各国经济的独特视角。自1972年起，英敏特通过预测分析和专家推荐，让客户更快做出更优的商业决策。

我们的目标是助力企业与人的成长。要了解我们如何实现这一目标，请点击[mintel.com](https://www.mintel.com)。