

咖啡店 - 中国 - 2015年12月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



"相比全球市场，中国市场人均咖啡饮用量相对较低，加上国际咖啡连锁品牌有信心进一步渗透中国市场，因此，咖啡店市场发展前景依然乐观。然而，面临来自烘焙店和快餐连锁店强势来袭（两大品类餐厅提供价格更实惠的现磨咖啡选择），咖啡专门店运营商应避免过度乐观。"

— 刘欣琪，研究分析师

在这篇报告中我们回答了以下问题：

- 目前，不同咖啡连锁品牌的定位如何？
- 如何吸引全新咖啡店消费者远离烘焙店和快餐连锁店？
- 咖啡店增加道德和文化元素，为咖啡店发烧友打造体验式消费环境

咖啡店不但引领时尚潮流，亦为中国消费者“介绍”高端的生活方式。随着国际咖啡连锁品牌纷纷涌入市场，在外享用咖啡的文化日益升温。形形色色连锁咖啡品牌除了以“休闲快餐厅”、“以商业场合为主”和“舒适如家的氛围”为主要定位，更重要的是这些连锁咖啡店需要进一步打造区分点，在不同类型的咖啡店消费者心中，树立与众不同的品牌形象。

“适合工作或学习”、“环保的设计主题”、“提供咖啡相关的体验活动”是鼓励消费者光临特定咖啡店的前三大原因。

购买
这篇报告地址：
store.mintel.com电话：
欧洲，中东，非洲
+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邮件：
reports@intel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

咖啡店 - 中国 - 2015年12月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

目录

概述

定义

研究方法

综述

市场

数据1: 咖啡店总销售额，中国，2010-2020年

公司与品牌

市场日益整合，国际连锁品牌领衔市场发展

数据2: 咖啡店市场领先公司的市场份额，中国，2013年和2014年

谁在创新？

消费者

四类态度迥异的咖啡店消费者

数据3: 目标群体（按对咖啡店的态度区分），2015年9月

店内氛围和地理位置的重要性

数据4: 对咖啡店的态度区分，2015年9月

来自烘焙店和快餐连锁品牌的威胁

数据5: 过去6个月中购买现磨咖啡花费的改变，2015年9月

下午茶创新的重要性

数据6: 过去6个月中光顾过咖啡专门店的场合，2015年9月

消费者对不同咖啡专门店的看法

数据7: 不同类型的咖啡专门店的特点，2015年9月

食物的诱惑

数据8: 对咖啡店菜单创新的兴趣，2015年9月

专为工作和学习设计的咖啡店的发展前景

数据9: 吸引人的三大咖啡店特色设计，2015年9月

我们的观点

关键议题和洞察

目前，不同咖啡连锁品牌的定位如何？

现状

启示

如何吸引全新咖啡店消费者远离烘焙店和快餐连锁店？

现状

启示

咖啡店增加道德和文化元素，为咖啡店发烧友打造体验式消费环境

现状

启示

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

咖啡店 - 中国 - 2015年12月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

市场——所需了解的情况

未来五年，中国咖啡店市场继续快速发展吗？

烘焙店的兴起如何改变游戏规则？

咖啡连锁品牌的未来发展如何？

市场规模和预测

消费者品味日益挑剔，刺激咖啡店连锁品牌不断扩张

数据10: 咖啡店总销售和销售量，中国，2013年和2014年

预测

数据11: 咖啡店总销售额，中国，2010-2020年

数据12: 咖啡店的门店总数，中国，2010-2020年

市场增长动力和阻碍

包装咖啡味道的改进有助于咖啡店的发展

数据13: 咖啡零售市场份额（按细分市场区分），中国，2012-2014年

未来体验式消费需求将快速增长

经济放缓的影响

更实惠的替代选择的可能威胁

市场细分

连锁品牌的市场份额不断增加

数据14: 咖啡店细分市场表现，中国，2010-2014年

私人咖啡店市场表现一般

数据15: 咖啡店细分市场表现，中国，2010-2014年

主要竞争者——所需了解的情况

国内连锁品牌发展困难重重

星巴克领衔市场创新

咖啡店结合艺术、文化元素举办相应活动的发展空间

市场份额

市场日益整合，国际连锁品牌领衔市场发展

数据16: 咖啡店市场领先公司的市场份额，中国，2013年和2014年

国内咖啡连锁品牌市场发展遭遇困境

谁在创新？

联合时尚品牌共同推出与众不同的下午茶套餐

咖啡店联手奢侈品品牌的跨界合作纷纷涌现

环保营销活动

在咖啡制造过程，加强消费者参与度

艺术和文化相关活动提升精致的生活标准

增加酒精饮料种类选择，推动酒精饮料为主的创新

消费者——您所需要了解的

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

咖啡店 - 中国 - 2015年12月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

四类态度迥异的咖啡店消费者

20多岁的男性消费者更倾向于在国际咖啡连锁品牌和快餐连锁品牌花费更多金钱

消费者对下午茶的需求保持高位

多功能的门店设计刺激不经常前往咖啡店的消费者进店消费

四类态度迥异的咖啡店消费者

数据17: 目标群体 (按对咖啡店的态度区分), 2015年9月

“漠不关心派”

人口统计特征

数据18: 对咖啡店的态度——“漠不关心派”目标群体 (按人口特征区分), 2015年9月

特征

“扮高雅派”

人口统计特征

数据19: 对咖啡店的态度——“扮高雅派”目标群体 (按人口特征区分), 2015年9月

特征

“非主流享乐派”

人口统计特征

数据20: 对咖啡店的态度——“非主流享乐派”目标群体 (按人口特征区分), 2015年9月

特征

“真正高雅派”

人口统计特征

数据21: 对咖啡店的态度——“真正高雅派”目标群体 (按人口特征区分), 2015年9月

特征

对咖啡店的态度

衡量消费者对咖啡店态度的三大因素

数据22: 对咖啡店的态度区分, 2015年9月

店内氛围和地理位置的重要性

数据23: 对咖啡店的态度 (按性别和年龄以及个人月收入区分), 2015年9月

体验型消费

数据24: 最吸引人的咖啡店特色设计 (按聚类分析区分), 2015年9月

在不同场所购买现磨咖啡的花费变化

来自烘焙店和快餐连锁品牌的威胁

数据25: 过去6个月中购买现磨咖啡花费的改变, 2015年9月

数据26: 过去6个月中购买现磨咖啡花费的改变 (按性别和年龄以及个人月收入区分), 2015年9月

私人咖啡店的发展遇见瓶颈

数据27: 过去6个月中购买现磨咖啡花费的改变 (按性别和年龄区分), 2015年9月

光顾咖啡店的场合

下午茶创新的重要性

数据28: 过去6个月中光顾过咖啡专门店的场合, 2015年9月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

咖啡店 - 中国 - 2015年12月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据29: 过去6个月中光顾过咖啡专门店的场合（按聚类分析区分），2015年9月

工作时间段，满足男性消费者需求

数据30: 过去6个月中光顾过咖啡专门店的场合（按性别和年龄区分），2015年9月

消费者对不同咖啡专门店的看法

对应图分析——研究方法

西式、韩国、中式咖啡连锁品牌和私人咖啡店的定位何在？

数据31: 不同类型的咖啡专门店的特点，2015年9月

欧式和美式咖啡连锁店拥有经典高端品牌形象

韩国咖啡连锁品牌保持休闲放松的定位

私人咖啡店与韩国连锁咖啡店拥有相似的特色

国内咖啡连锁品牌如何在激烈的竞争中生存下来？

咖啡店的菜单创新

咖啡店率先进行健康菜单创新的必要性

数据32: 对咖啡店菜单创新的兴趣，2015年9月

食品创新

数据33: 对咖啡店菜单创新的兴趣（按聚类分析区分），2015年9月

饮品创新

数据34: 对咖啡店菜单创新的兴趣（按聚类分析区分），2015年9月

对咖啡店设计的兴趣

专为工作和学习设计的咖啡店的发展前景

数据35: 吸引人的三大咖啡店特色设计，2015年9月

数据36: 最吸引人的咖啡店特色设计（按聚类分析区分），2015年9月

非主流咖啡店消费者喜爱迷你市场的店内设计

数据37: 最吸引人的咖啡店特色设计（按聚类分析区分），2015年9月

利用道德情操和奢华元素来吸引高收入群体

数据38: 最吸引人的咖啡店特色设计（按聚类分析区分），2015年9月

决策树分析

研究方法

环保设计深受文化意识较强的消费者的喜爱

数据39: 咖啡店——决策树分析——2015年9月

认识英敏特城市精英人群

为什么要命名为英敏特城市精英人群？

他们是谁？

数据40: 英敏特城市精英人群和其他人群的人口特征（按性别、年龄和个人收入区分）

数据41: 英敏特城市精英人群和其他人群的人口特征（按性别、年龄和个人收入区分）

大多数英敏特城市精英人群喜欢在咖啡店放松

数据42: 过去6个月中光顾过咖啡专门店的场合（按英敏特精英人群VS非英敏特城市精英人群区分），2015年9月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

咖啡店 - 中国 - 2015年12月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

附录——市场规模和预测

预测方法

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com