

咖啡馆 - 中国 - 2014年11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



“咖啡店文化的兴起反射出中国消费者注重生活方式的体验。专业连锁咖啡店和综合连锁咖啡店在市场中各有优势，前者突出咖啡技术优异，后者凸显性价比或便捷的理念。咖啡店公司最关键的任务之一就是立足于市场前沿并在中国塑造更成熟的咖啡饮用文化。”

— 刘欣琪，研究分析师

在这篇报告中我们回答了以下问题：

- 美国、英国和韩国连锁咖啡店的交锋
- 下一波大势——百变小型商场之美
- 新兴咖啡店用户VS讲究型消费群体

由于人们对咖啡和生活方式相关的餐饮体验的需求不断增加，预计咖啡店市场从现在到2019年都将持续保持增长。从2009-2013年，咖啡店总销售额的年均复合增长率为14.3%。

越来越多的人开始接受咖啡店文化；咖啡的味道和饮用咖啡的整体体验为消费者所喜爱，这极大促进了咖啡店市场的增长。从消费者角度来看，市场中共有四种截然不同的用户：一些人偶尔光顾咖啡店犒赏一下自己；一些人使用这种场所短暂体验不同的生活方式；一些人强烈渴望尝试咖啡店推荐的食物；而还有一些人只看重咖啡本身。

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

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

咖啡馆 - 中国 - 2014年11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

引言

本报告中，我们回答了以下关键问题：

定义

研究方法

缩写

综述

市场

数据 1: 中国咖啡店零售市场销售额，2009-2019年

公司与品牌

数据 2: 中国咖啡店市场中的领先公司的市场份额，2012-2013年

消费者

目标消费群体

数据 3: 目标消费群体，2014年8月

史无前例的变化？

数据 4: 对咖啡店的态度，2014年8月

国际连锁咖啡店vs国内连锁咖啡店

数据 5: 在不同餐饮渠道用餐的情况，2014年8月

根深蒂固的饮茶文化

数据 6: 不光顾咖啡店的原因，2014年8月

场合总览

数据 7: 在工作日和休息日光顾咖啡店的场合，2014年8月

坚持独特性

数据 8: 对咖啡店提供的产品和店内设计的兴趣，2014年8月

二三线城市消费者看重口碑

数据 9: 影响咖啡店选择的因素，2014年8月

我们认为

议题与洞察

美国、英国和韩国连锁咖啡店的交锋

现状

启示

下一波大势——百变小型商场之美

现状

启示

新兴咖啡店用户VS讲究型消费群体

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 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: reports@mintel.com

咖啡馆 - 中国 - 2014年11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

趋势应用

趋势：品牌延伸

趋势：口碑效应

趋势：东西方文化碰撞

市场规模及预测

要点

咖啡消费增多促进市场增长

数据 10: 中国咖啡店零售市场销售额，2009-2019年

前景乐观

数据 11: 中国咖啡店零售市场销售额，2009-2019年

数据 12: 中国咖啡店零售市场销售量，2009-2019年

预测方法

市场细分

要点

连锁咖啡店势头正盛

数据 13: 中国咖啡店市场的表现，2009-2013年

数据 14: 中国咖啡店市场的表现，2009-2013年

市场份额

要点

数据 15: 中国咖啡店市场中领先公司的市场份额，2011-2013年

国际连锁注重在中国扩张

韩国咖啡店雄心勃勃

国内连锁店“丢城失地”

谁在创新？

要点

时尚品牌和下午茶套餐的完美结合

更了解咖啡

寻找健康

从农场到餐桌

转向全天餐饮？

“百变小型商场”的艺术

数据 16: Jigsaw Emporium和 Fernandez & Wells，公爵街，2014年伦敦

艺术和咖啡店

数据 17: 印有泰特画作广告的Café Nero咖啡杯，伦敦，2014年

公司与品牌

星巴克

Costa

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 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: reports@mintel.com

咖啡馆 - 中国 - 2014年11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

麦咖啡
咖啡陪你
太平洋咖啡
上岛咖啡

消费者——目标消费群体

要点

数据 18: 目标消费群体 (按人口特征区分), 2014年8月

矛盾型消费群

数据 19: 矛盾型消费群 (按人口特征区分), 2014年8月

随意型消费群

数据 20: 随意型消费群 (按人口特征区分), 2014年8月

冷淡型消费群

数据 21: 冷淡型消费群 (按人口特征区分), 2014年8月

品位型消费群

数据 22: 品位型消费群 (按人口特征区分), 2014年8月

消费者——对咖啡店的態度

要点

前所未有的变化?

数据 23: 对咖啡店的態度, 2014年8月

未来的大势是什么?

数据 24: 对咖啡店的態度 (按目标群体区分), 2014年8月

韩式和美式咖啡店之争

数据 25: 对咖啡店的態度 (按目标群体区分), 2014年8月

数据 26: La Cafeotheque, 法国巴黎, 2014年

消费者——咖啡店的使用情况

要点

国际连锁咖啡店vs国内连锁咖啡店

数据 27: 在不同餐饮渠道用餐的情况, 2014年8月

看重咖啡?还是吃东西的地方?

数据 28: 在不同餐饮渠道用餐的情况 (按目标消费群体区分), 2014年8月

私人咖啡店:危机还是机遇?

数据 29: 在私人咖啡店吃喝的情况 (按目标消费群体区分), 2014年8月

数据 30: Ricci Café的炸酱面, 中国北京, 2014年

消费者——不光顾咖啡店的原因

要点

根深蒂固的饮茶文化

数据 31: 不光顾咖啡店的原因, 2014年8月

数据 32: 香港中环的星巴克, 2014年

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 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: reports@mintel.com

咖啡馆 - 中国 - 2014年11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

专业咖啡店定价过高成为综合咖啡店的竞争优势

消费者——光顾咖啡店的场合

要点

场合总览

数据 33: 在工作日和休息日光顾咖啡店的场合, 2014年8月

工作日——商务应酬和学习的目的

数据 34: 在工作日光顾咖啡店的场合(按目标消费群区分), 2014年8月

数据 35: 在工作日和休息日光顾咖啡店的场合(按目标消费群区分), 2014年8月

女性寻求精致餐食, 而男性寻求短暂休息

数据 36: 在工作日光顾咖啡店的场合(按目标消费群区分), 2014年8月

数据 37: 在工作日光顾咖啡店的场合(按目标消费群区分), 2014年8月

数据 38: 在工作日光顾咖啡店的场合(按目标消费群区分), 2014年8月

休息日的下午茶套餐市场拥有机会?

数据 39: 在休息日光顾咖啡店的场合(按目标消费群区分), 2014年8月

低收入者在休息日去咖啡店犒赏一下自己

数据 40: 在工作日光顾咖啡店的最普遍的场合(按人口特征区分), 2014年8月

数据 41: 在休息日光顾咖啡店的最普遍的场合(按人口特征区分), 2014年8月

消费者——咖啡店的产品和店内设计

要点

坚持独特性

数据 42: 对咖啡店提供的产品和店内设计的兴趣, 2014年8月

自由组合和配搭的本地口味

数据 43: 在工作日和休息日光顾咖啡店的场合(按目标消费群体区分), 2014年8月

健康餐食的需求剧增

数据 44: 对咖啡店提供的产品的兴趣(按人口特征区分), 2014年8月

情迷节日、四季更迭

数据 45: 对咖啡店提供的产品的兴趣(按人口特征区分), 2014年8月

像家一样温馨

数据 46: 对咖啡店提供的产品的兴趣(按人口特征区分), 2014年8月

数据 47: 对咖啡店店内设计最感兴趣的方面(按个人月收入区分), 2014年8月

数据 48: 韩国连锁咖啡店, 漫咖啡(Maan Café), 中国, 2014年

咖啡店的延伸

数据 49: 对咖啡店提供的产品的兴趣(按人口特征区分), 2014年8月

数据 50: 对咖啡店提供的产品的兴趣(按性别和年龄区分), 2014年8月

数据 51: 私人咖啡店——书虫咖啡, 中国, 2014年

特别主题的装潢和具有现代艺术感的设计

数据 52: 对咖啡店提供的产品的兴趣(按性别和年龄区分), 2014年8月

数据 53: Hello Kitty 咖啡店, 香港, 2014年

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 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: reports@mintel.com

咖啡馆 - 中国 - 2014年11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

消费者——咖啡店的营销渠道

要点

吸引人的优惠活动和在线营销活动

数据 54: 影响咖啡店选择的因素, 2014年8月

数据 55: 影响咖啡店选择的因素 (按目标群体区分), 2014年8月

店内的特别宣传活动和创意产品合作

情感认可和社会责任感

附录——用餐情况

数据 56: 在不同餐饮渠道用餐的情况, 2014年8月

数据 57: 在不同餐饮渠道用餐的情况——咖啡店使用者 (按人口统计区分), 2014年8月

数据 58: 在不同餐饮渠道用餐的情况——国际咖啡连锁店 (按人口统计区分), 2014年8月

数据 59: 在不同餐饮渠道用餐的情况——国内咖啡连锁店 (按人口统计区分), 2014年8月

数据 60: 在不同餐饮渠道用餐的情况——私人开的非连锁咖啡店 (按人口统计区分), 2014年8月

数据 61: 在不同餐饮渠道用餐的情况——开在店内的咖啡店 (按人口统计区分), 2014年8月

数据 62: 在不同餐饮渠道用餐的情况——其他餐饮渠道使用者 (按人口统计区分), 2014年8月

数据 63: 在不同餐饮渠道用餐的情况——连锁快餐店 (按人口统计区分), 2014年8月

数据 64: 在不同餐饮渠道用餐的情况——面包店/烘焙店 (按人口统计区分), 2014年8月

数据 65: 在不同餐饮渠道用餐的情况——奶茶店 (按人口统计区分), 2014年8月

数据 66: 在不同餐饮渠道用餐的情况——餐厅 (按人口统计区分), 2014年8月

数据 67: 在不同餐饮渠道用餐的情况——酒吧/舞厅/夜店 (按人口统计区分), 2014年8月

数据 68: 在不同餐饮渠道用餐的情况——酒店内的餐饮区域 (按人口统计区分), 2014年8月

附录——不光顾咖啡店的原因

数据 69: 不光顾咖啡店的原因, 2014年8月

附录——光顾咖啡店的场合

数据 70: 在工作日和休息日光顾咖啡店的场合, 2014年8月

数据 71: 在工作日光顾咖啡店的场合 (按人口统计区分), 2014年8月

数据 72: (续) 在工作日光顾咖啡店的场合 (按人口统计区分), 2014年8月

数据 73: 在休息日光顾咖啡店的场合 (按人口统计区分), 2014年8月

数据 74: (续) 在休息日光顾咖啡店的场合 (按人口统计区分), 2014年8月

附录——咖啡店的营销渠道

数据 75: 影响咖啡店选择的因素, 2014年8月

数据 76: 影响咖啡店选择的因素——第一重要的原因 (按人口统计区分), 2014年8月

数据 77: (续) 影响咖啡店选择的因素——第一重要的原因 (按人口统计区分), 2014年8月

数据 78: 影响咖啡店选择的因素——第二重要的原因 (按人口统计区分), 2014年8月

数据 79: (续) 影响咖啡店选择的因素——第二重要的原因 (按人口统计区分), 2014年8月

数据 80: 影响咖啡店选择的因素——第三重要的原因 (按人口统计区分), 2014年8月

数据 81: (续) 影响咖啡店选择的因素——第三重要的原因 (按人口统计区分), 2014年8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 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: reports@mintel.com

咖啡馆 - 中国 - 2014年11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——咖啡店提供的产品和店内设计

- 数据 82: 对咖啡店提供的产品和店内设计的兴趣, 2014年8月
- 数据 83: 对咖啡店提供的产品的兴趣 (按人口统计区分), 2014年8月
- 数据 84: 对咖啡店店内设计的兴趣 (按人口统计区分), 2014年8月
- 数据 85: (续) 对咖啡店店内设计的兴趣 (按人口统计区分), 2014年8月

附录——对咖啡店的態度

- 数据 86: 对咖啡店的態度, 2014年8月
- 数据 87: 对咖啡店的態度——在咖啡店喝咖啡所获得的体验比食物本身更加重要 (按人口统计区分), 2014年8月
- 数据 88: 对咖啡店的態度——咖啡店应该把精力花在提供高品质的咖啡上, 而不是提供多样化的食品/饮料 (按人口统计区分), 2014年8月
- 数据 89: 对咖啡店的態度——源自特定产地的优质咖啡豆是值得我支付更高价钱去购买的 (按人口统计区分), 2014年8月
- 数据 90: 对咖啡店的態度——在选择去哪家咖啡馆时, 店里的咖啡制作方法对我来说是重要的考虑因素 (按人口统计区分), 2014年8月
- 数据 91: 对咖啡店的態度——和在餐厅里吃饭相比, 咖啡店里的食物更加健康些 (按人口统计区分), 2014年8月
- 数据 92: 对咖啡店的態度——我更乐于光顾那些有社会责任感的咖啡店 (按人口统计区分), 2014年8月
- 数据 93: 对咖啡店的態度——咖啡店应该提供更多有助于控制体重的餐食/饮料 (按人口统计区分), 2014年8月
- 数据 94: 对咖啡店的態度——我对能够提供独家异域风味美食的咖啡店很感兴趣 (按人口统计区分), 2014年8月
- 数据 95: 对咖啡店的態度——我乐意把时间花在研究去哪家咖啡店上 (按人口统计区分), 2014年8月
- 数据 96: 对咖啡店的態度——咖啡店所提供食物/饮料的考究程度对我来说很重要 (按人口统计区分), 2014年8月
- 数据 97: 对咖啡店的態度——我只去那些方便光顾的咖啡馆 (按人口统计区分), 2014年8月
- 数据 98: 对咖啡店的態度——在决定去哪家咖啡店时, 快速的服务是一个我的重要考虑因素 (按人口统计区分), 2014年8月

附录——进一步分析

- 数据 99: 目标群体, 2014年8月
- 数据 100: 目标群体 (按人口统计区分), 2014年8月
- 数据 101: 用餐情况 (按目标群体区分), 2014年8月
- 数据 102: 在工作日和休息日光顾咖啡店的场合 (按目标群体区分), 2014年8月
- 数据 103: 影响咖啡店选择的因素 (按目标群体区分), 2014年8月
- 数据 104: 对咖啡店提供的产品和店内设计的兴趣 (按目标群体区分), 2014年8月
- 数据 105: 对咖啡店的態度 (按目标群体区分), 2014年8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 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: reports@mintel.com