

咖啡 - 中国 - 2016年9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



“虽然耳挂式咖啡在中国市场上的渗透率仍然很低，但该品类兼具速溶咖啡的便利和现泡咖啡的原汁原味，其价位也是介于二者之间。另外，其形式与中国传统袋泡茶接近，因此消费者可以很容易就习惯于耳挂式咖啡的使用，并认为这种咖啡更天然、加工程序也更少。因此，英敏特预测耳挂式咖啡可能是下一个热卖咖啡品类。”

— 杨晴，研究分析师

在这篇报告中我们回答了以下问题：

- 正在崛起的本土咖啡制造商的前景广阔
- 吸引年轻消费者
- 中国的胶囊咖啡市场

中国咖啡市场预计将继续保持增长势头，这主要由以下几方面所推动：咖啡消费的普及、咖啡产品的高端化以及即饮咖啡饮料的发展。

速溶咖啡仍然最受消费者欢迎，但其市场增速正日趋放缓。这主要缘于消费者对健康的日益重视以及越来越讲究的咖啡消费观念。速溶咖啡的市场份额很可能会被即饮咖啡饮料、耳挂式咖啡和胶囊咖啡所蚕食。

如今，咖啡已不再是一种时尚的西方饮品，并已成为大多数受访消费者日常生活的一部分。随着普通咖啡的日益饱和，消费者对咖啡的兴趣已延伸至其它先进的创新品类：如精品咖啡、冷泡咖啡或功能性咖啡饮品。

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@mintel.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 - 中国 - 2016年9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

综述

您所需要了解的

本报告涵盖的产品

综述

市场保持增长势头

数据 1: 咖啡市场销售额的最好和最差预测情形，中国，2011-2021年

速溶咖啡主导咖啡零售市场，但难逃萎缩命运

数据 2: 咖啡零售额市场份额（按细分市场区分），中国，2011-2016年

公司与品牌

由少数几家大企业主导的咖啡市场相当集中

数据 3: 非液体咖啡市场上的领先公司（按销售额区分），2014和2015年

在胶囊咖啡市场中取胜

更多瞄准年轻消费者的即饮咖啡饮料

新型速溶咖啡：耳挂式咖啡

消费者

消费者消费最多的是速溶咖啡，其次是即饮咖啡饮料

数据 4: 不同种类的咖啡饮用频率，2016年6月

消费者喝咖啡更多是为了提神

数据 5: 咖啡的饮用场合，2016年6月

网络渠道对速溶咖啡和咖啡豆至关重要

数据 6: 不同种类咖啡的购买渠道，2016年6月

大多数消费者青睐甜味咖啡胜过黑咖啡

数据 7: 消费者在黑咖啡和甜味咖啡之间的选择偏好，2016年6月

咖啡是年长消费者的日常之饮，而年轻消费者则将喝咖啡看作是种享受

数据 8: 消费者对咖啡的态度，2016年6月

香气是关键

数据 9: 理想的咖啡属性，2016年6月

消费者对精品咖啡和有额外营养功效的咖啡兴趣浓厚

数据 10: 消费者对不同的咖啡创新的态度，营养相关的创新，2016年4月

英敏特城市精英人群是讲究挑剔的咖啡饮用者

数据 11: 消费者的咖啡饮用习惯（按消费者分类区分），2016年6月

我们的观点

议题与洞察

正在崛起的本土咖啡制造商的前景广阔

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 - 中国 - 2016年9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

吸引年轻消费者

现状

启示

中国的胶囊咖啡市场

现状

启示

数据 12: 含奶和糖的胶囊咖啡范例，美国，2016年

市场——您所需要了解的

保持增长势头

速溶咖啡主导咖啡零售市场，但难逃萎缩命运

来自餐饮渠道咖啡店的竞争

市场规模与预测

保持增长势头

数据 13: 中国咖啡零售市场的销售额，2011-2016年

数据 14: 咖啡市场销售额的最好和最差预测情形，中国，2011-2021年

人均消费增速快于其它主要市场

数据 15: 非液体咖啡零售市场的销售量及人均消费量，中国、日本、美国和英国，2011-2016年

市场细分

速溶咖啡主导咖啡零售市场，但难逃萎缩命运

数据 16: 咖啡零售额市场份额（按细分市场区分），中国，2011-2016年

速溶咖啡：特色咖啡比原味咖啡更受欢迎

数据 17: 速溶咖啡零售额市场份额（按子品类区分），中国，2011-2016年

即饮咖啡饮料的兴起

数据 18: 2014和2016年间推出的即饮咖啡饮料（按地区统计）

现泡咖啡通过高端化实现增长

市场增长动力和阻碍

喝咖啡正成为一种生活习惯

消费者在忙碌的生活中依赖咖啡

即饮咖啡饮料的高端化

数据 19: 具有“高端”宣称的咖啡新品占比，中国，2014-2016年

来自餐饮渠道咖啡店的竞争

公司与品牌——您所需要了解的

由少数几家大企业主导的咖啡市场相当集中

即饮咖啡饮料瞄准年轻消费者

新型速溶咖啡：耳挂式咖啡

“冷泡咖啡”从餐饮渠道转向零售渠道

市场份额

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 - 中国 - 2016年9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

由少数几家大企业主导的咖啡市场相当集中

数据 20: 中国非液体咖啡市场的公司份额，2014年和2015年

雀巢引领即饮咖啡饮料市场

数据 21: 中国即饮咖啡饮料市场的公司份额，2015年

竞争战略

在胶囊咖啡市场中取胜

数据 22: 咖啡胶囊或咖啡包的新品比例，全球，2014-2016年

即饮咖啡饮料瞄准年轻消费者

数据 23: 定位年轻消费者的即饮咖啡饮料产品，中国，2015-2016年

国际品牌联手本土品牌

数据 24: 中外合资生产的即饮咖啡饮料，中国，2015-2016年

雀巢增加云南当地地产咖啡豆的使用

谁在创新？

新型速溶咖啡：耳挂式咖啡

数据 25: 在新推出的咖啡产品中最常使用的前十大宣称，2014-16年

数据 26: 耳挂式咖啡在整体非液体咖啡新品中的占比，中国，2014-2016年

数据 27: 中国耳挂式咖啡产品样例，2015-2016年

产品高端化

数据 28: 高端咖啡产品样例，美国，2016年

融合椰子水的咖啡品类

数据 29: 椰子水咖啡范例，美国，2014-2016年

会起泡的即饮咖啡

数据 30: 具有丰富泡沫的产品样例，美国和中国，2016年

“冷泡咖啡”从餐饮渠道转向零售渠道

数据 31: 冷泡咖啡在即饮咖啡饮料中所占比重，全球，2014-2016年

数据 32: 冷泡咖啡产品范例，美国和印尼，2016年

消费者——您所需要了解的

提神是主要用途

大多数消费者青睐甜味咖啡胜过黑咖啡

咖啡是年长消费者的日常之饮，而年轻消费者则将喝咖啡看作是种享受

香气是关键

不同种类咖啡的饮用频率

消费者消费最多的是速溶咖啡，其次是即饮咖啡饮料

数据 33: 不同种类的咖啡饮用频率，2016年6月

自制咖啡仍非主流

饮用场合

消费者喝咖啡更多是为了提神

数据 34: 咖啡的饮用场合（按功能区分），2016年6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 - 中国 - 2016年9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 35: 带有补充能量宣称的咖啡产品，美国和中国，2015-2016年

更多消费者在工作或学习场所喝咖啡

数据 36: 咖啡的饮用场合（按地点区分），2016年6月

咖啡不是中国消费者的早餐饮品

数据 37: 咖啡饮用场合（按一天中的时间区分），2016年6月

数据 38: 适合早餐饮用的咖啡产品样例，日本和美国，2015-2016年

购买渠道

网络媒体对速溶咖啡越来越重要

数据 39: 速溶咖啡的购买渠道，2016年6月

消费者主要从进口食品店和网上购买咖啡豆

数据 40: 咖啡豆的购买渠道，2016年6月

消费者更有可能即兴购买即饮咖啡饮料

数据 41: 即饮咖啡饮料的购买渠道，2016年6月

饮用习惯

大多数消费者青睐甜味咖啡胜过黑咖啡

数据 42: 消费者在黑咖啡和甜味咖啡之间的选择偏好，2016年6月

本土咖啡仍有增长空间

数据 43: 消费者对咖啡豆的态度，2016年6月

数据 44: 消费者对国际和本土品牌的态度，2016年6月

咖啡是年长消费者的日常之饮，而年轻消费者则将喝咖啡看作是种享受

数据 45: 消费者对咖啡的态度，2016年6月

大多数消费者熟悉不同的咖啡类型

数据 46: 消费者对不同咖啡的看法，2016年6月

数据 47: 采用图表形式描述咖啡口味的咖啡产品样例，中国，2015-2016年

理想的咖啡属性

香气是关键

数据 48: 理想的咖啡属性，2016年6月

近半数的消费者希望咖啡带奶味

数据 49: 中国消费者心目中理想的咖啡属性（按年龄区分），2016年6月

数据 50: 口感醇厚和带甜味的即饮咖啡饮料范例，2016年

年长消费者和高收入者看重品牌

数据 51: 认为理想的咖啡应来自知名品牌的消费者（按年龄和家庭收入区分），2016年6月

感兴趣的创新方向

消费者对咖啡因以外的营养成分有需求

数据 52: 具有额外健康功效的咖啡产品范例，美国、泰国和西班牙，2016年

数据 53: 消费者对不同的咖啡创新的态度，营养相关的创新，2016年4月

进军精品咖啡

数据 54: 消费者对不同的咖啡创新的态度，产品相关的创新，2016年4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 - 中国 - 2016年9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 55: 具有甜点口味的现泡咖啡范例，美国，2015-2016年

数据 56: 添加植物蛋白饮料的即饮咖啡饮料范例，西班牙、美国和日本，2016年

公平交易咖啡蕴含金字塔最顶端的商机

数据 57: 消费者对不同的咖啡创新的态度，道德相关的创新，2016年6月

数据 58: 具有“公平交易”宣称的咖啡新品占比，全球，2014-2016年

数据 59: 公平交易咖啡产品范例，美国和加拿大，2016年

消费者对可重复封口的包装设计有需求，但不愿意为此多付钱

数据 60: 消费者对不同的咖啡创新的态度，包装相关的创新，2016年4月

认识英敏特城市精英人群

讲究挑剔的咖啡饮用者

数据 61: 喝以下类型咖啡的频率为至少每周一次的消费者比例（按消费者分类区分），2016年6月

数据 62: 消费者的咖啡饮用习惯（按消费者分类区分），2016年6月

对精品咖啡的浓厚兴趣

数据 63: 对以下咖啡创新感兴趣并愿意为此花钱的消费者（按消费者分类区分），2016年6月

附录——市场规模与预测

数据 64: 中国咖啡零售市场的销售额，2011-2021年

数据 65: 中国非液体咖啡零售市场的销售量，2011-2021年

附录——市场细分

数据 66: 中国咖啡零售市场销售额（按细分市场区分），2011-2021年

数据 67: 中国即饮咖啡市场零售销售额的最好和最差预测，2011-2021年

数据 68: 中国现泡咖啡市场零售销售额的最好和最差预测，2011-2021年

数据 69: 中国速溶咖啡市场零售销售额的最好和最差预测，2011-2021年

数据 70: 中国咖啡零售市场的销售量（按细分市场区分），2011-2021年

数据 71: 中国现泡咖啡市场零售销售量的最好和最差预测，2011-2021年

数据 72: 中国速溶咖啡市场零售销售量的最好和最差预测，2011-2021年

数据 73: 中国即饮咖啡市场零售销售量的最好和最差预测，2011-2021年

附录——研究方法和定义

研究方法

扇形图预测

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