

咖啡 - 中国 - 2018年10月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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



“包装咖啡生产商和现冲咖啡零售商之间的界限日益模糊，为该类带来更多不确定因素——更不用说雄心勃勃的‘新零售’品牌了。不断提高的饮用频率意味着咖啡在中国市场仍有发展空间。清洁标签对消费者有吸引力，是带动高端化的一大特征。”

— 李梦，研究副总监，食品和饮料

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 围绕“过滤包”进行更多创新和升级
- 胶囊咖啡提供选择指引，定位年轻消费者
- 将咖啡定位为“茶水间文化”的社交催化剂

中国咖啡市场的零售额仍保持两位数的增速，虽然速溶咖啡的占比日益微小。各类咖啡的饮用频率均保持增长趋势，彼此之间区别不大。咖啡的消费场合日趋多元化，同年龄段、性别和来自同一地区的消费者显示出了明显的偏好。

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 - 中国 - 2018年10月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

您所需要了解的

本报告涵盖的产品

定义

家庭月收入

数据1: 英敏特对不同收入群体的定义, 中国

饮用频率

数据2: 英敏特对各类咖啡的高频/中频/低频饮用者的定义, 中国

综述

市场

现冲咖啡和即饮咖啡饮料将是主要驱动力

重点企业

雀巢成为更加强有力的领导品牌

JDE收购超级咖啡, 提高了市场份额

在即饮咖啡领域, 统一和三得利丢失份额

消费者

咖啡饮用者倾向于尝试多种咖啡类型

数据3: 各类咖啡的渗透率, 中国, 2018年7月

饮用频率较高, 不因城市线级而异

数据4: 咖啡饮用频率, 中国, 2018年7月

工作日喝速溶咖啡; 周末喝现冲咖啡

数据5: 咖啡饮用场合, 中国, 2018年7月

“减少”类宣称更有可能被视为高端特征

数据6: 即饮咖啡饮料的高端化机遇, 中国, 2018年7月

挂耳咖啡的生产商需升级过滤包

数据7: 饮用挂耳咖啡的阻碍, 中国, 2018年7月

咖啡日益重要, 消费者渴望了解更多相关知识

数据8: 对咖啡的态度, 中国, 2018年7月

我们的观点

议题与洞察

围绕“过滤包”进行更多创新和升级

现状

启示

数据9: Seesaw在天猫旗舰店出售的挂耳咖啡产品, 中国, 2018年

数据10: 隅田川咖啡的樱花礼盒包装, 中国, 2018年

数据11: 豆瓣挂耳咖啡的滤包, 中国, 2018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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

咖啡 - 中国 - 2018年10月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

胶囊咖啡提供选择指引，定位年轻消费者

现状

启示

数据12: 极睿 (Caferica) 宣称其胶囊能兼容奈斯派索咖啡机，2018年

数据13: 在天猫页面有详细口感描述的隅田川挂耳咖啡，中国，2018年

将咖啡定位为“茶水间文化”的社交催化剂

现状

启示

数据14: 雀巢咖啡的办公室一站式解决方案，中国，2018年

市场——您所需要了解的

现冲咖啡和即饮咖啡饮料有更好的增长机遇

来自餐饮渠道的挑战

市场规模与预测

市场销售额大有潜力取得进一步增长

数据15: 咖啡市场的销售额预测 (最好和最差情形)，2013-2023年

非液体零售市场销售量的增速大幅减缓

数据16: 非液体咖啡市场的销售量预测 (最好和最差情形)，2013-2023年

即饮咖啡市场增长稳健

数据17: 即饮咖啡市场的销售量预测 (最好和最差情形)，2013-2023年

市场因素

较高使用频率带动增长

现冲咖啡的便利外卖服务带来挑战

数据18: 星巴克外卖杯盖设计草图，中国，2018年

数据19: 瑞幸咖啡在朋友圈投放有关店铺开张的广告，中国，2018年

餐饮渠道借助销售挂耳咖啡扩大影响力

数据20: 全家旗下的湃客挂耳咖啡，中国，2018年

重点企业——您所需了解的

领先企业实力增强，后继企业实力减弱

推出多样化产品，鼓励饮用频率提升

围绕改进整体咖啡体验的创新

市场份额

非液体咖啡市场变化不大

数据21: 中国非液体咖啡市场的公司份额，2016年和2017年

雀巢正扩大即饮领域中的份额

统一正失去市场份额，需要品牌升级

星巴克仍主导即饮咖啡的高端市场

数据22: 即饮咖啡市场的公司份额，2016年和2017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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

咖啡 - 中国 - 2018年10月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

竞争策略

借助进口商品灵感，丰富产品组合

数据23: 中国进口包装类咖啡比例，2015-2018年

数据24: 进口速溶咖啡引入新技术，中国，2017年

数据25: 雀巢咖啡白咖啡产品页面下的评论，中国，2018年

即饮咖啡产品线瞄准不同场合

数据26: 星巴克的星倍醇和星怡杯，中国，2018年

针对自动咖啡机的多款咖啡种类

数据27: 奈斯派索 (Nespresso) 关于如何制作萨伦提娜咖啡的详细说明，中国，2018年

谁在创新

浓郁风味引领潮流

数据28: 速溶咖啡和即饮咖啡的口味趋势，中国，2014-2018年

冷萃速溶咖啡创新

数据29: 三顿半提供使用说明示意图，中国，2018年

数据30: 鹰集浓醇咖啡液，中国，2018年

智能控温，提升体验

数据31: 咖啡新品 (容器类型)，美国，2013-2018年

数据32: 即饮咖啡新品的储藏类型，中国，2013-2018年

数据33: 咖啡新品 (容器类型)，美国，2013-2018年

推出添加益生菌的咖啡，开门见山地宣传其功效

数据34: Jùs by Julie益生菌咖啡，美国，2018年

消费者——您所需要了解的

咖啡饮用频率提升

清洁标签是最受欢迎的消费升级特征

咖啡已经成为一些消费者日常生活习惯的一部分

咖啡渗透率

即饮咖啡饮料获得增势

数据35: 各类咖啡的渗透率，中国，2018年7月

数据36: 各类咖啡的渗透率排名，中国，2016-2018年

速溶咖啡、即饮咖啡饮料和现冲咖啡的客群组成一致

数据37: 各类咖啡的渗透率，中国，2016-2018年

20多岁出头的年轻女性看重饮用咖啡的整体体验

数据38: 不同品类咖啡的渗透率 (按性别和年龄区分)，中国，2018年7月

丁克家庭更热衷咖啡

数据39: 不同品类咖啡的渗透率 (按家庭构成区分)，中国，2018年7月

白领消费者依赖咖啡的提神功效

数据40: 各类咖啡的渗透率 (按工作区分)，中国，2018年7月

数据41: 雀巢咖啡的电视广告 (办公室的咖啡场景，其中一位男士正在手磨咖啡，突显了咖啡的新鲜度)，韩国，2018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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

咖啡 - 中国 - 2018年10月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

饮用频率

速溶咖啡和咖啡机更多用于日常饮用

数据42: 咖啡饮用频率, 中国, 2018年7月

提高各类咖啡的饮用频率

数据43: 咖啡饮用频率, 中国, 2017-2018年

饮用场合

现冲咖啡在周末场合扮演更重要的角色

数据44: 咖啡饮用场合, 中国, 2018年7月

数据45: 采用提神宣称的即饮咖啡饮料, 印度尼西亚, 2018年

各地区的饮用场合不同

数据46: 速溶咖啡的饮用场合(按地域区分), 中国, 2018年7月

数据47: 东西麦馨卡奴(Maxim Kanu)咖啡主打早午餐场景的电视广告, 韩国, 2017年

更多30-49岁的女性喜欢在周末早上喝挂耳咖啡

数据48: 挂耳咖啡的饮用场合(按性别和年龄区分), 中国, 2018年7月

高端化机遇

清洁标签最有可能带动高端化

数据49: 即饮咖啡饮料的高端化机遇, 中国, 2018年7月

数据50: 包装上强调牛奶含量为80%的拿铁咖啡产品, 韩国, 2018年

数据51: 即饮咖啡饮料的高端化因素——TURF分析, 2018年7月

年轻女性注重身材

数据52: 即饮咖啡饮料的高端化机遇(按性别和年龄区分), 中国, 2018年7月

数据53: 瘦身速溶咖啡, 捷克语, 2018年

北京消费者重视限制糖分摄入量

数据54: 一线城市的即饮咖啡饮料高端特征排名(按城市区分), 中国, 2018年7月

数据55: 采用低糖宣称或提供糖分含量信息的拿铁产品, 中国和日本, 2018年

饮用挂耳咖啡的阻碍

挂耳咖啡的非饮用者中, 五分之一从未听说过这种咖啡

数据56: 饮用挂耳咖啡的阻碍, 中国, 2018年7月

高端讲究的咖啡饮用者对过滤纸袋有所顾虑

数据57: 饮用挂耳咖啡的阻碍(按公司类型和咖啡饮用情况区分), 中国, 2018年7月

对咖啡的态度

近半数被访者认为咖啡必不可少

对于自动咖啡机使用者而言, 咖啡必不可少

数据58: 对咖啡的态度, 中国, 2018年7月

即饮咖啡的高频饮用者会主动了解咖啡相关知识

数据59: 在包装上介绍冷萃法的即饮咖啡产品, 中国, 2017年

中年消费者中男性更依赖喝咖啡提神

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 - 2018年10月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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60: 对咖啡的态度，中国，2018年7月

数据61: 对咖啡的态度，中国，2018年7月

广州的消费者和外企工作者高端讲究

数据62: 对咖啡的态度，中国，2018年7月

认识英敏特城市精英人群

英敏特城市精英人群工作日喝更多现冲咖啡

数据63: 现冲咖啡的饮用场合（按消费者分类区分），中国，2018年7月

英敏特城市精英人群对冷萃即饮咖啡饮料更感兴趣

数据64: 即饮咖啡饮料的高端化机遇（按消费者分类区分），中国，2018年7月

附录一—市场规模与预测

数据65: 速溶咖啡市场的零售总额，中国，2018-2023年

数据66: 现冲咖啡市场的零售总额，中国，2018-2023年

数据67: 即饮咖啡市场的零售总额，中国，2018-2023年

数据68: 速溶咖啡市场的零售总量，中国，2018-2023年

数据69: 现冲咖啡市场的零售总量，中国，2018-2023年

数据70: 即饮咖啡市场的零售总量，中国，2018-2023年

附录一—研究方法、定义和缩写

研究方法

扇形图预测

缩写

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