

外食咖啡 - 中国 - 2020年11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



“新冠疫情巩固了零售咖啡产品的市场地位，给现制咖啡带来了强劲的竞争压力。但是，当今消费者越来越追求风味出众的优质咖啡，因此咖啡品牌有机会为他们提供口感浓郁、风味新奇、形态多样以及含有功能性成分的咖啡饮品。此外，品牌巨头不断创新，一方面在更多场合为消费者提供便携咖啡选择，另一方面不断优化堂食咖啡体验。”

— 俞文，研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 新冠疫情对外食咖啡市场有何影响？
- 各个咖啡品牌将如何应对疫情带来的负面影响？
- 从咖啡的口味、成分和形态来看，未来存在哪些创新机会？
- 如何向非咖啡消费者不断渗透，进而拓展市场规模？
- “便携”咖啡和堂食咖啡将保持何种共同发展的趋势？

根据英敏特的调研，由于新冠疫情封锁原因，中国的外食咖啡市场销售额在2020年会出现15.9%的负增长，消费者会转而选择即饮咖啡和速溶咖啡等替代产品。但是，在消费者对优质可口咖啡的需求不断提高的推动下，该市场有望在未来5年间以11.0%的年均复合增长率稳定反弹。“便携”咖啡将是下一个主要的推动因素，因为新品牌和市场领导者致力于满足消费者在更多地点和更多场合的咖啡需求，因此消费者获取咖啡的途径更加丰富，咖啡销售量也有望再创新高。

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

外食咖啡 - 中国 - 2020年11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

本报告涵盖的关键议题

报告范围

综述

市场

到2022年恢复新冠疫情前水平，到2025年几近实现翻倍

数据1: 外食咖啡市场销售额与预测，中国，2015-2025年

尽管有新冠疫情，门店数量持续增长，在未来几年将迎来更强增势

数据2: 外食咖啡市场的门店数量及展望，中国，2015-2025年

新冠疫情对外食咖啡消费的影响

来自零售咖啡产品的竞争日渐加剧

新冠疫情推动外食咖啡的发展趋势

数据3: 新冠疫情对外食咖啡市场的短期、中期和长期影响，2020年11月

公司与品牌

品牌巨头占据大份额，小型连锁店探索市场

数据4: 知名品牌咖啡店的数量——中国，2018-2020

国内消费者与进口咖啡相遇时，本土化将成为关键词

咖啡口味创新以水果和酒精为核心

推出丰富的互动活动，激发消费者的幸福体验

消费者

便利店和传统咖啡连锁店更快地摆脱疫情影响

数据5: 购买渠道和频率，2020年8月

拿铁仍然是国内消费者钟爱的选择

数据6: 咖啡饮品渗透率，2020年8月

消费者对咖啡口味和品质的要求日益精细

数据7: 影响购买的因素，2020年8月

甜食占主导地位，而咸食更受小众咖啡消费者的欢迎

数据8: 搭配咖啡的食物，2020年8月

人们仍然认为最美味的咖啡来自咖啡连锁店

数据9: 对购买渠道的认知，2020年8月

多重感官体验带来创新机会

数据10: 感兴趣的创新，2020年8月

我们的观点

议题与洞察

通过多重感官享受提升咖啡享用体验

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

外食咖啡 - 中国 - 2020年11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

现状

启示

数据11: 星巴克太妃榛果拿铁和姜饼拿铁

数据12: Kaffeine Coffee咖啡店推出的百香果冷萃咖啡

准备迎接外带和堂食咖啡消费的增长

现状

启示

与茶饮店合作，以获得并巩固消费者的认可

现状

启示

数据13: Arabica咖啡馆与喜茶设立联名咖啡画廊

数据14: 乐乐茶与鹰集咖啡合作推出茶味速溶咖啡

市场——您所需要了解的

销售额下降，但门店数量略微上涨

提高单价的压力进一步增加

面临零售咖啡产品日益严峻的挑战

市场规模与预测

2020年市场总额缩水，但从长远来看将实现稳定反弹

数据15: 外食咖啡市场的销售额预测（已针对新冠疫情作出调整），中国，2015-2025年

品牌巨头在新冠疫情的背景下实现规模增长

数据16: 外食咖啡市场的门店数量预测（已针对新冠疫情作出调整），中国，2015-2025年

数据17: 所列城市的咖啡店数量估算

市场因素

购买渠道增加，咖啡有机会渗入到更为日常的消费场合中

数据18: 瑞幸咖啡无人咖啡机发布仪式

瑞幸咖啡劫后余生：溢价空间缩小

零售咖啡的迅猛发展对外食咖啡造成冲击

重点企业——您所需要了解的

星巴克仍然是咖啡市场的中流砥柱

便利店成为迅猛发展且前景可观的咖啡销售渠道

中小型品牌在艰难中求生存

市场份额

新冠疫情带来的低迷背景下，星巴克和湃客咖啡依然决定开设新的门店

数据19: 知名品牌咖啡店的数量——中国，2018年、2019年和2020年

数据20: 北京的“啡快”服务

财务丑闻和退市给瑞幸咖啡的扩展进程造成阻碍

国际巨头尝试在国内市场中国争取一席之地

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

外食咖啡 - 中国 - 2020年11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21: Tim Hortons和拉瓦萨进军中国市场

竞争策略

采用本土出产的咖啡豆，以企业社会责任和人文故事为营销重点，展现本土特色

数据22: 星巴克的云南产咖啡豆

灵活性是品牌发展的核心，因为他们需要对市场变化做出迅速响应

拥有特别主题的独立咖啡店赢得一定客流量

数据23: Red Vintage咖啡店

数据24: 同仁堂咖啡

谁在创新？

通过永不停歇的创新激发消费者的兴趣

数据25: M Stand采用可以食用的咖啡杯供应拿铁

数据26: 拉瓦萨供应云朵和悬崖造型的卡布奇诺

继续从水果和酒精产品中寻找味道灵感

数据27: 店溯三的冬阴功美式咖啡

数据28: O.P.S咖啡店的无花果和柠檬味咖啡

数据29: 融入青梅酒的意式浓缩咖啡

通过有趣且精致的活动激发消费者的情感共鸣

数据30: 麦咖啡升级包装和市场营销活动

数据31: 通过掷骰子在6种咖啡饮品中进行选择

数据32: 不同的咖啡饮品都有一张对应的产品卡，上面写着O.P.S咖啡为每种咖啡赋予的创意名称

消费者——您所需要了解的

在新冠疫情期间，消费者通过具有韧性的品牌购买现制咖啡产品

女性倾向于选择调味咖啡

创新带来多重感官享受

购买渠道和频率

新冠疫情抑制了消费者的外食咖啡购买习惯

数据33: 购买渠道和频率，2020年8月

在后疫情时期，具有韧性的商业形式能够出色地反弹

数据34: 购买渠道和频率，2020年8月

解锁烘焙店的外食咖啡潜力

数据35: 购买渠道和频率——“便利店”（按年龄区分），2020年8月

数据36: 购买渠道和频率——“烘焙店”，按城市线级划分，2020年8月

咖啡饮品渗透率

消费者钟爱咖啡与牛奶混合的香浓口感

数据37: 咖啡饮品渗透率，2020年8月

数据38: 采用冰博克牛奶（冷冻提纯）调制的咖啡

女性消费者对调味咖啡的偏爱折射出潜在的商机

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

外食咖啡 - 中国 - 2020年11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39: 咖啡饮品渗透率——“加糖/冰激凌的调味咖啡”（按性别和年龄区分），2020年8月

消费者对不同类型的咖啡饮品变得更具包容性

数据40: 咖啡饮品渗透率——频度分析，2020年8月

影响购买的因素

消费者日益注重咖啡的味道和品质

数据41: 影响购买的因素，2020年8月

向年长咖啡消费者推销产品时要注意产品的成分

数据42: 影响购买的因素——“咖啡豆产地”（按年龄区分），2020年8月

年轻消费者对咖啡本身的外观而非包装感兴趣

数据43: 影响购买的因素——“咖啡的外观”，（按性别和年龄区分），2020年8月

数据44: No Coffee Sha. China的黑拿铁

数据45: 影响购买的因素——“限量包装”（按性别和年龄区分），2020年8月

搭配咖啡的食物

在搭配咖啡时，甜食比咸食更受欢迎

数据46: 搭配咖啡的食物，2020年8月

更多种类的咖啡巧克力融合产品即将面世

数据47: 搭配咖啡的食物——“巧克力或糖果”，（按个人月收入区分），2020年8月

数据48: 浓缩咖啡巧克力，匈牙利，2020年

小众咖啡爱好者喜爱用咸食搭配咖啡

数据49: 搭配咖啡的食物——“奶酪、咸饼干和沙拉”（按咖啡饮品渗透率区分），2020年8月

对购买渠道的认知

消费者认为传统咖啡连锁店是咖啡品质的保证

数据50: 对购买渠道的认知，2020年8月

创新仍然是新零售咖啡的关键推动因素

数据51: 对新零售咖啡品牌购买渠道的认知——“经常推出新口味咖啡”（按个人月收入区分），2020年8月

便利店有助于培养咖啡饮用文化

感兴趣的创新

未来创新的关键是满足多重感官享受

数据52: 感兴趣的创新，2020年8月

充分利用年轻消费者对西方酒类的兴趣

数据53: 感兴趣的创新——“西方酒类”（按性别和年龄区分），2020年8月

数据54: 浓缩咖啡马天尼和百利咖啡

植物类咖啡饮品的“天然”形象有望得到提升

数据55: 植物奶咖啡消费者感兴趣的创新，2020年8月

认识英敏特城市精英人群

英敏特城市精英人群支撑国内外食咖啡市场

数据56: 咖啡饮品渗透率（按消费者分类区分），2020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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

外食咖啡 - 中国 - 2020年11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

便利店将成为现制咖啡的下一片发展沃土

数据57: 购买渠道和频率 (按消费者分类区分), 2020年8月

数据58: 对购买渠道的认知 (按消费者分类区分), 2020年8月

附录——市场规模与预测

数据59: 外食咖啡市场的销售额预测 (已针对新冠疫情作出调整), 中国, 2015-2025年

数据60: 外食咖啡市场的门店数量预测 (已针对新冠疫情作出调整), 中国, 2015-2025年

附录——研究方法 with 缩写

研究方法

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