

喝掉 3.8 杯咖啡

随时饮啡:构建更多“咖啡+”消费场景

可见,消费群体已逐步养成喝咖啡的习惯,咖啡由“赶时髦的饮品”转变为日常饮品。咖啡的“日常”属性,也使其饮用场景得到了进一步拓展:《监测报告》对2022年中国咖啡消费者的饮用场景进行了调研发现,受访者中,学习或工作时是咖啡的主要饮用场景,占比高达70.2%,其次有51.6%的受访者选在休闲放松时饮用咖啡,其他场景还有驾车或出行途中、洽谈业务或开会时、熬夜时。可见,咖啡已经渗透到消费者的多个生活和场景。

于是,到加油站买杯咖啡、在药材店品尝咖啡、约在邮局喝咖啡……不同领域“跨界”选手纷纷涌入咖啡赛道。

今年4月,李宁体育有限公司发起“宁咖啡”商标注册申请。目前,李宁仅在店铺内提供咖啡服务,希望增加零售终端的消费者购买体验。5月,华为技术有限公司申请注册名称为“一杯咖啡吸收宇宙能量”的商标,华为跨界进入咖啡市场。6月,中国邮政旗下的邮局咖啡首家校园店在东南大学正式开业,吸引许多师生慕名前来“打卡”。

实际上,巨头跨界入局咖啡赛道并不算新闻,早在2018年和2019年,中石油和中石化就分别推出了“好客咖啡”和“易捷咖啡”的自有连锁咖啡品牌;2021年,同仁堂成立子品牌“知嘛健康”,推出中药养生咖啡。越来越多的“咖啡+”消费场景被构建,让行业不断呈现出新的活力。

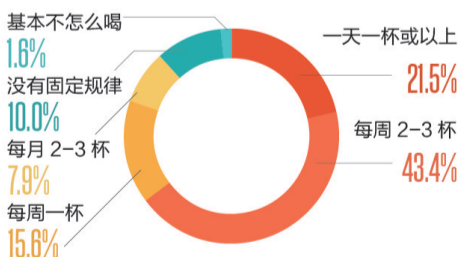
女性比男性更爱喝咖啡

2022年中国咖啡行业用户画像

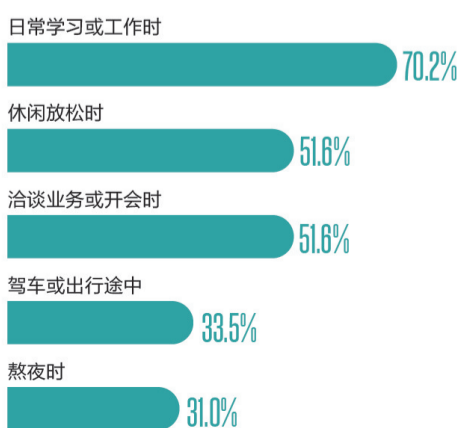


超八成受访者每周都喝咖啡

2022年中国咖啡消费者的消费频率

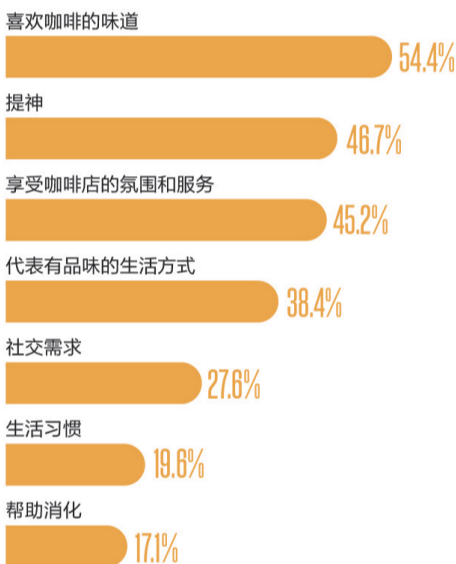


2022年中国咖啡消费者的饮用场景

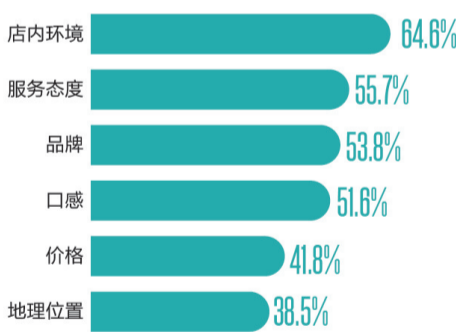


更多人开始为氛围感买单

2022年中国咖啡消费者喝咖啡主要因素调查

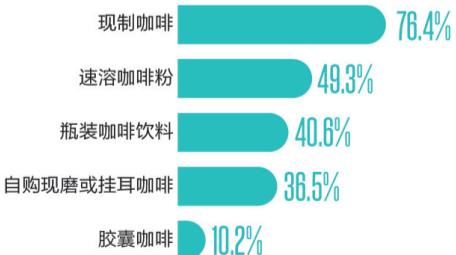


2022年中国咖啡消费者咖啡店选择因素调查



现制咖啡增长显著

2022年中国咖啡消费者常喝咖啡种类调查



2021年中国人均现制咖啡消费杯数统计

(单位:杯/年)



2021年中国现制咖啡行业市场规模 89.7亿元

较2020年增加26.40亿元,增长41.71%

预计2023年将达到157.9亿元

广东咖啡门店数量及销量领跑全国

2021年现制咖啡门店数及消费金额 TOP 5

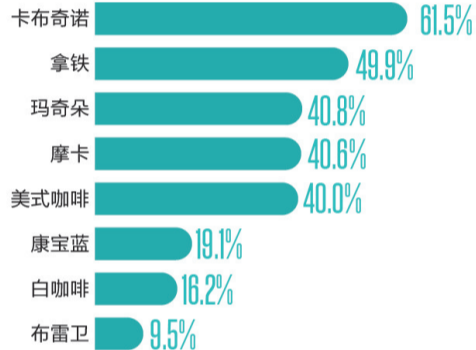


2020至2021连续两年在美团平台上广东现制咖啡到店消费订单量都位列全国

No.1

当大家都在喝卡布奇诺时 广东咖啡客群却偏爱拿铁和美式

2022年中国咖啡行业消费者品类偏好调查



2022年广东咖啡行业消费者品类偏好TOP3



“生椰拿铁”成中国咖啡代表性爆款

2021年美团外卖咖啡SKU产品销量排行



数据来源:艾媒咨询《2022-2023年中国咖啡行业发展与消费需求大数据监测报告》、美团《2022中国现制咖啡品类发展报告》、第一财经《中国城市连锁咖啡消费报告》、德勤《中国现磨咖啡行业白皮书》、中商产业研究院《2021年中国连锁餐饮行业报告》、企查查、国际咖啡组织

不悲不喜 来杯咖啡▶▶

