

2024年

# 中国青年咖啡 消费洞察报告

指导单位：上海市静安区文化和旅游局

# 目录

## TABLE OF CONTENTS

01 / 中国咖啡市场  
消费概览

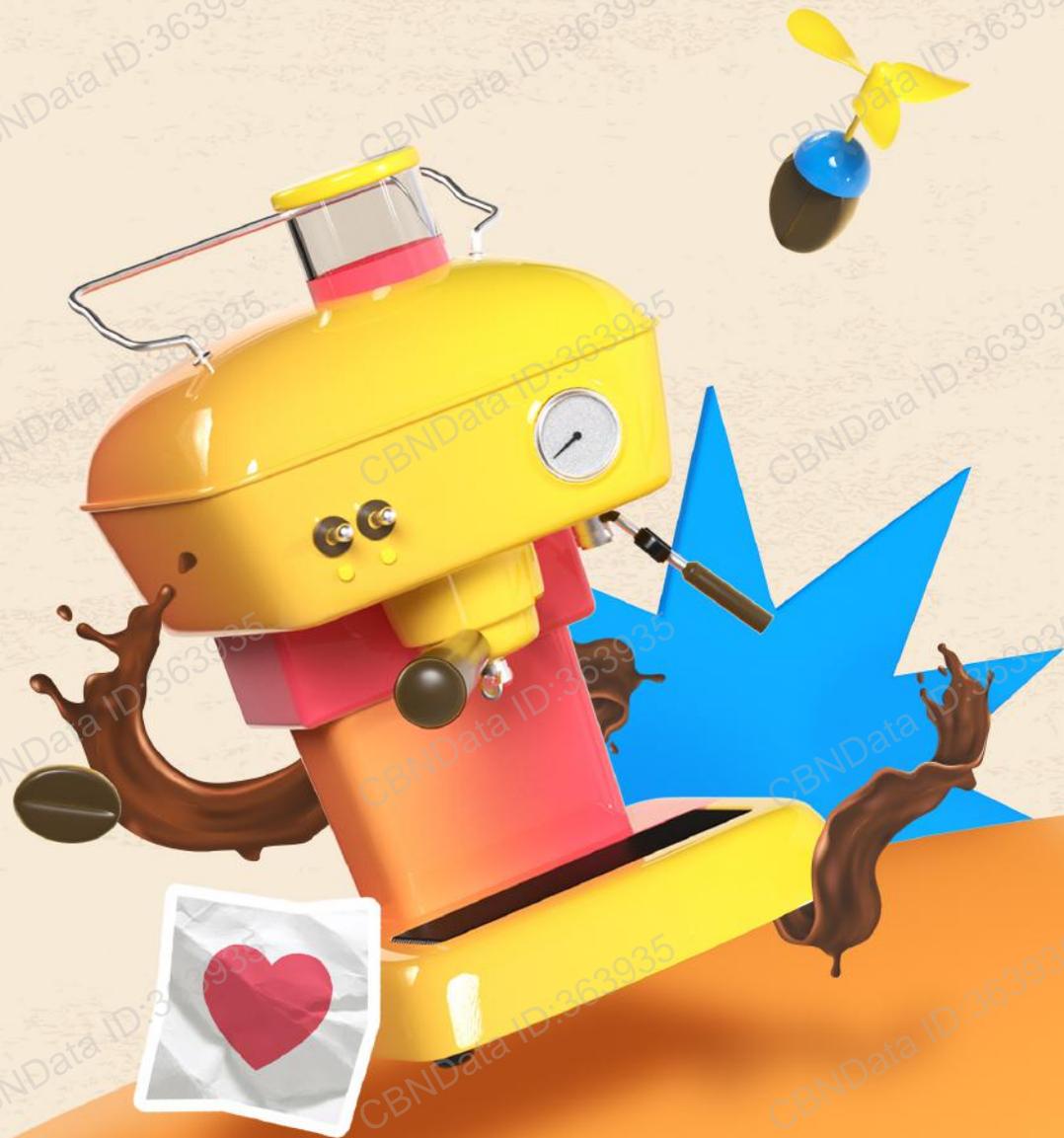
02 / 中国青年咖啡消费  
趋势洞察

03 / 中国青年咖啡消费  
场景洞察

04 / 总结



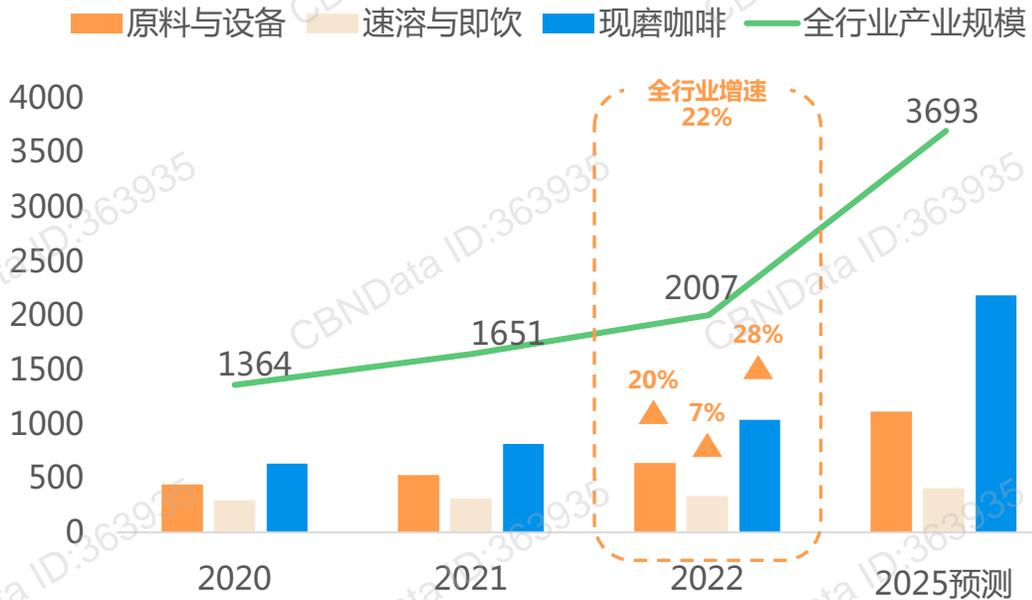
# 中国咖啡市场 消费概览



# 中国咖啡行业欣欣向荣，现磨咖啡成“领军赛道”

中国咖啡产业规模快速扩大，2022增速逾20%，预估至2025总值将突破3693亿，现磨咖啡市场尤为突出，增速显著超越全行业水平；2023年，咖啡赛道融资总额近20亿，资本押注热情高涨，新锐品牌聚焦于口味创新、业态多元及性价比优化的战略发展。

中国咖啡产业规模/亿元



数据来源：CBNDATA消费大数据

2023年咖啡赛道融资情况

▶ 2023年咖啡赛道发生融资事件近30起，累计金额近20亿元

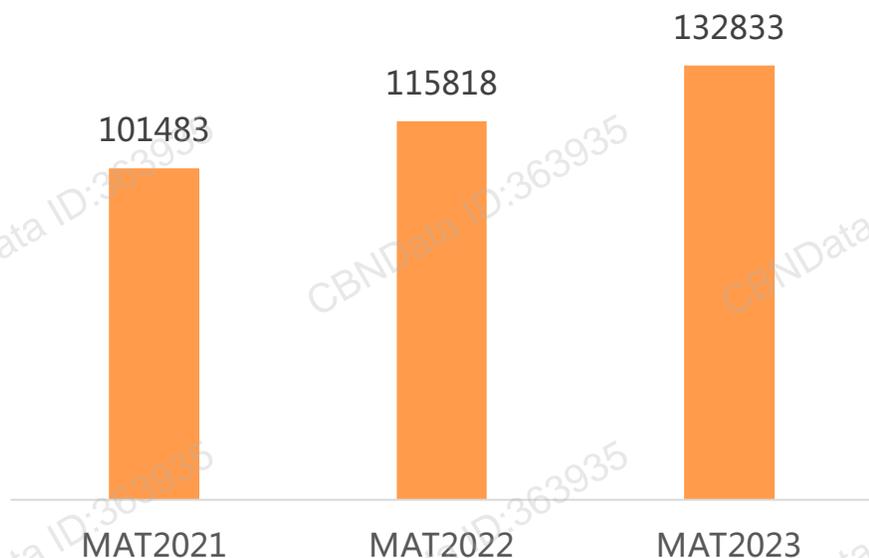
咖啡品牌	时间	融资轮次	融资金额	品牌概况
幸猫咖啡	2023.2	A轮	1500万美元	新式咖啡品牌，拥有现磨咖啡、 <b>饮品和烘焙产品</b>
雷力咖啡	2023.2	A轮	3000万人民币	<b>平价</b> 外带咖啡品牌
虎闻咖啡	2023.2	天使轮	未透露	咖啡连锁品牌，保证低成本、 <b>低价格</b>
奢啡	2023.2	A轮	数千万人民币	速溶咖啡品牌，主打冷热双泡的功能性冻干咖啡
隅田川咖啡	2023.3	C轮	数亿元	专注挂耳、胶囊、袋泡咖啡等 <b>高质便捷</b> 产品
星茵咖啡	2023.5	A轮	2500万美元	新式咖啡品牌，主打中式特色 <b>茶咖</b> 饮品
MStand	2023.6	B+轮	数亿元人民币	精品咖啡，主打“一店一设计”的高级 <b>个性化门店</b>
默啡咖啡	2023.7	天使轮	5000万人民币	专注 <b>意式咖啡</b> ，中和国内偏好 <b>高质</b> 打造 <b>意式本味</b>
...				

数据来源：公开资料整理

## 现磨咖啡馆数量和连锁化率持续提升，行业版图顺势变动

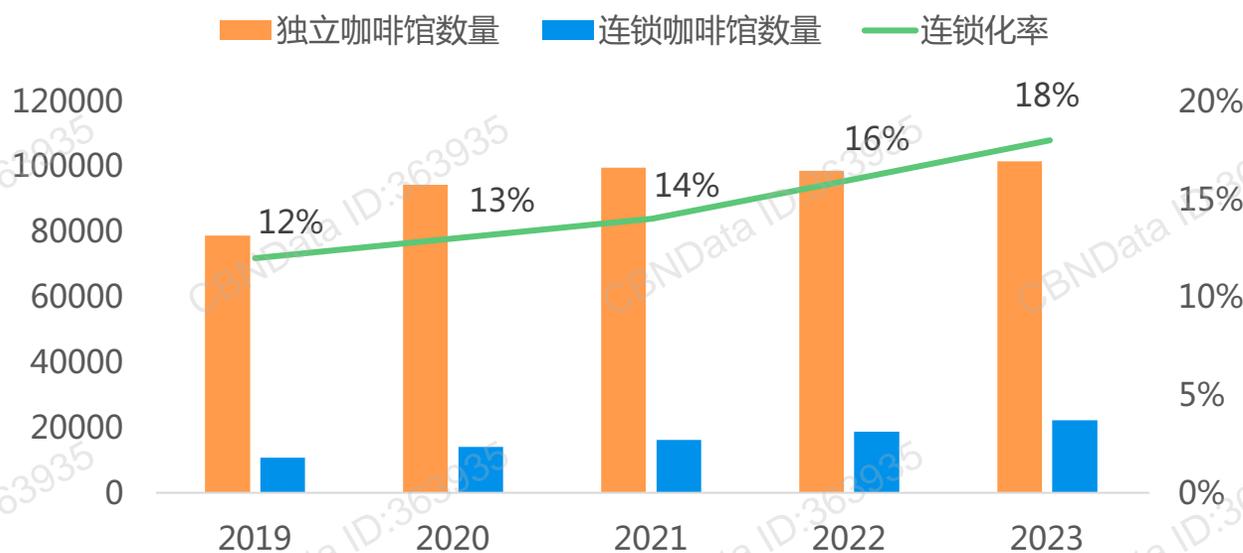
中国现磨咖啡市场增势喜人，线下咖啡馆数量稳步增加，MAT2023年数量已超13万。现磨市场中，连锁咖啡馆数量逐年上升，连锁门店比率持续升高，2023年约达18%。

MAT2021-MAT2023中国大陆  
咖啡馆数量



数据来源：美团数据

2019-2023年中国现磨咖啡馆连锁化情况

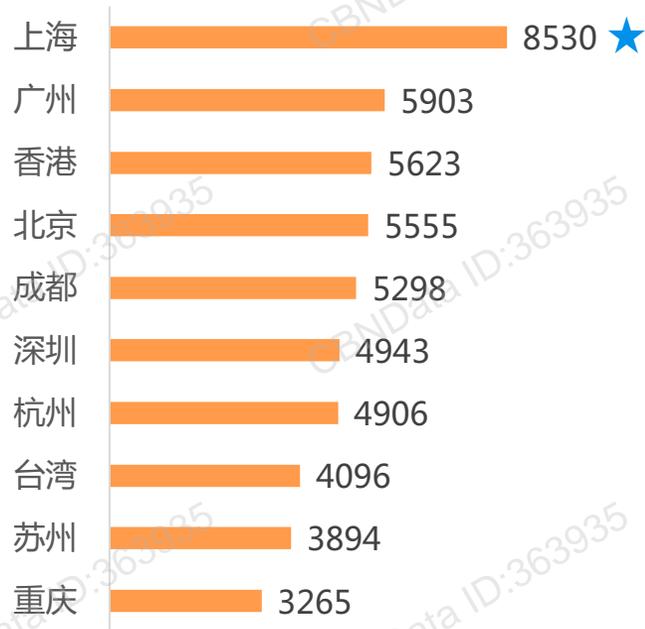


数据来源：消费界数据

# “中国咖啡之都” 上海，精品咖啡的潮流首发站

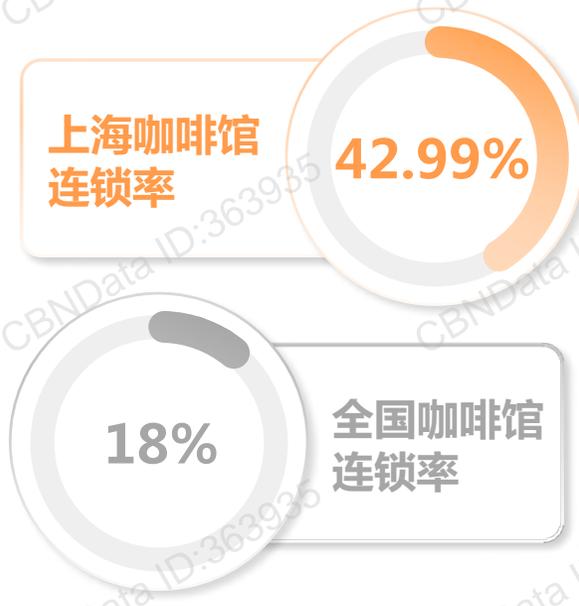
纵观线下咖啡市场，上海咖啡店门店数量领跑全国，是位于top2广州的将近两倍。咖啡馆连锁化率高达42.99%，远超全国，是连锁咖啡馆发展的高潜力土壤，同时也成为众多精品咖啡品牌孵化和启航的理想港湾。

## 中国Top10咖啡城市门店数量



数据来源：公开资料

## 上海对比全国咖啡馆连锁化情况



## 大多知名现磨精品咖啡品牌将上海作为落地首选



数据来源：公开资料整理

# 全国潮咖聚集，静安热力全开领航魔都咖啡文化

上海成为全国消费者最愿意打卡的城市，同比去年打卡量劲增7倍。其中静安区凭借其咖啡馆独有的复古韵味与雅致氛围，成为了热度最高的区域，吸引了诸多年轻人的奔赴。同时，政府也积极回应消费者期待，借力咖啡文化节、线下品鉴会、行业技能竞赛等活动，在文化与味蕾的交织下，上海的咖啡文化迎来了新的沸点。

## 全国TOP1咖啡厅打卡城市

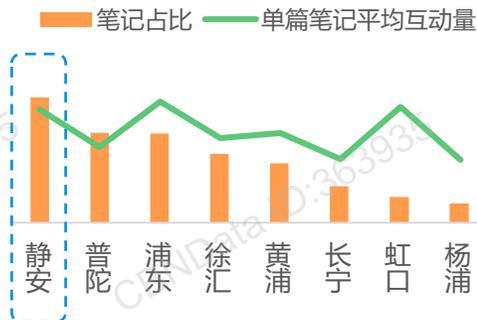
📍 上海

+700%

打卡量  
同比增幅

数据来源：巨量引擎城市研究院

## 小红书近半年上海市区咖啡馆笔记分布



数据来源：CBNDATA消费大数据

## 小红书【静安咖啡】笔记评论词云



“打卡上海苏州河畔绝美**中古咖啡馆**...”  
 “解锁绿意盎然的咖啡店，坐落在静安繁华地段的**cucurucu**”  
 “静安人少**氛围好的**咖啡店”  
 “来市中心的**漂亮咖啡店拍照**了”

## 静安区咖啡文化活动

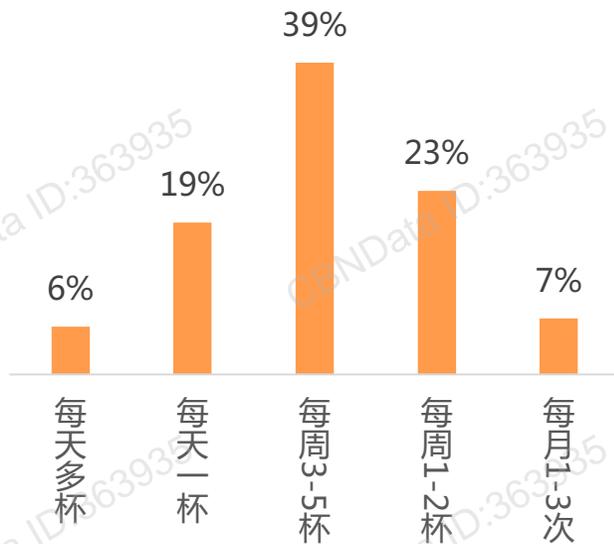


数据来源：公开资料整理

# 消费者人均“咖啡脑袋”，从提神利器到心情疗愈，饮咖需求步步进阶

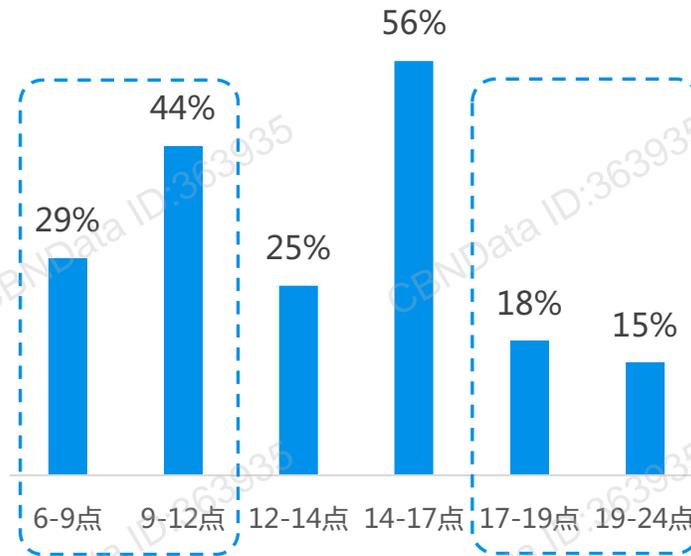
绝大多数消费者已养成每周饮咖习惯，约25%的消费者甚至每天一杯起，饮用时间除了下午茶时段，也逐渐向全时段演变。咖啡消费也不止步于单纯的功能性的提神醒脑，而是成为精神放松的方式、也是一种个人喜好和个性标签。

中国咖啡消费者饮咖频次情况



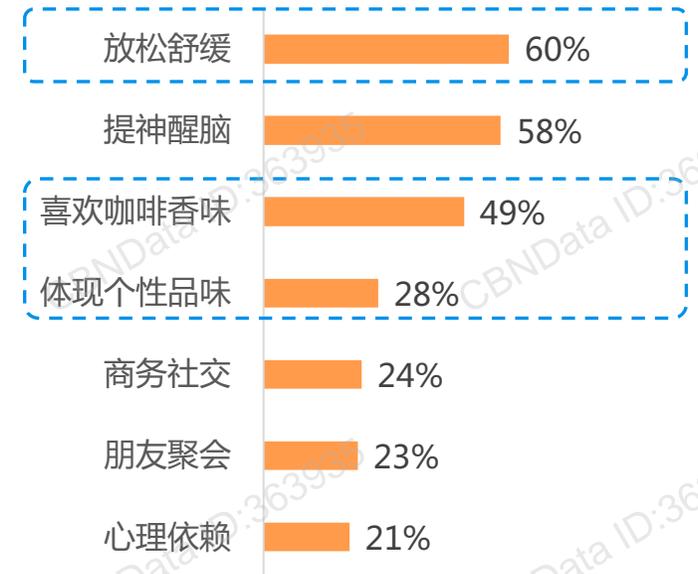
数据来源：CBNdata2023调研数据  
 数据说明：请问最近半年内，您喝咖啡的频率是？N=1124

MAT2021-2023中国咖啡消费者咖啡外卖下单时段分布



数据来源：美团数据

中国咖啡消费者饮咖主要原因



数据来源：CBNdata2023调研数据  
 数据说明：请问您喝咖啡的主要原因是？N=1039

# 中国咖啡行业历经五波浪潮，品质升级驱动业态狂飙迈入3.0时代

中国咖啡行业经历了普及化、商业化、大众化、精品化及全民化五波咖啡浪潮，如今在消费者对咖啡的品质及标准诉求同步升级下，品牌和消费者之间的纽带再次深化，咖啡业态逐步向第三、第四空间延伸，进入到更成熟的咖啡3.0时代。

## 1.0时代开启

### 1980-1990

#### 咖啡起源

20世纪80年代，雀巢咖啡进入中国，咖啡文化逐渐在中国普及，第一波咖啡浪潮兴起，速溶咖啡成为主角。

### 1990-2000

#### 头部品牌主导

众多国际咖啡连锁品牌纷纷抢滩中国市场，以连锁品牌星巴克1999年入驻为主导咖啡产品标准化要求更高，商业化属性形成。

## 2.0时代开启

### 2016-2017

#### 国内品牌崛起

新零售咖啡开始发展。以瑞幸为代表的“O2O咖啡”逐步发展，咖啡正在转变为日常饮品，大众化程度进一步提升。

### 2018-2020

#### 精品化升级

消费者开始追求咖啡风味和细节，包括咖啡豆产地、品种特性等。注重品质的精品咖啡受到追捧，涌现如MStand, Seesaw和永璞、隅田川等品牌，差异化、高品质且有适当价格优势的新品牌迎来机会。

### 2021-2023

#### 消费场景多元化

随着咖啡消费增加，消费者对其需求日益多元。从追求小资需求、社交空间体验到日常提神醒脑，需求变化带来咖啡店多元探索。从精品大店到社区小店，定位不同领域的咖啡店品牌并进发展。

## 3.0时代开启

### 2023至今

#### 全业态空间延伸

消费者对咖啡品质及标准化需求同步升级，咖啡品牌正由和消费者的速食关系向深度陪伴生活关系转变，通过丰富业态、打卡热点、长尾产品和社群，抢占其生活空间与时间，打造生活方式，共同承托咖啡品牌向全业态延伸。

# 中国青年咖啡 消费趋势洞察

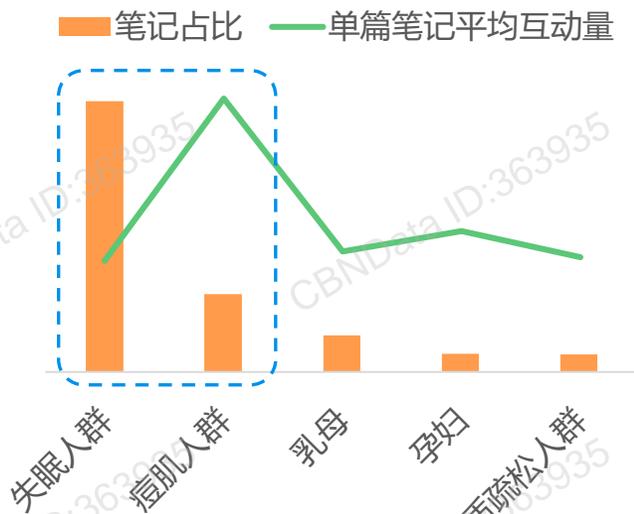


# 人群细分 | 脱因产品成咖啡敏感人的“福音”，广阔市场大有可为

失眠、痘肌人群，以及孕产期女性等咖啡因敏感消费者对于咖啡仍然欲罢不能，他们的特殊需求也正在得到关注，低因、脱因咖啡成为了此类人群的最优解；也促成了线上脱因咖啡市场的显著增长，展现出蓬勃的发展潜力。

人群细分  
 工艺进阶  
 感官升级  
 高阶健康

近半年小红书平台咖啡敏感人群相关笔记分布



数据来源：CBNDATA消费大数据

小红书热门笔记示例

### 失眠人群

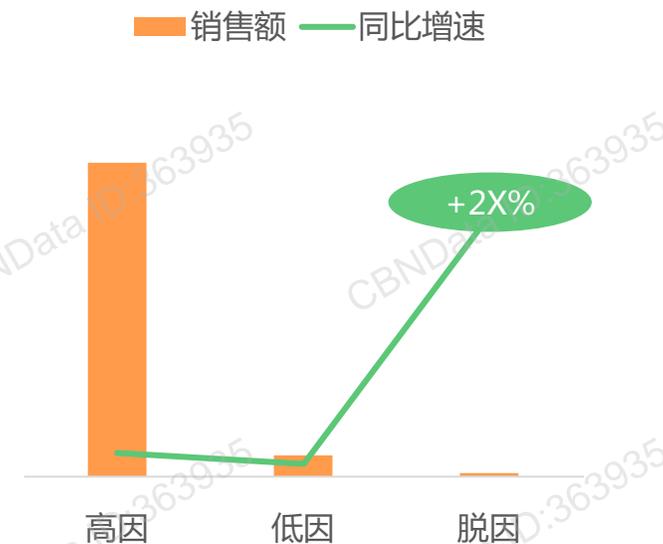
“分享完全不影响睡眠的**脱因咖啡**雀巢...上了年纪，我只要过**中午之后喝咖啡就影响晚上睡眠，但仍独钟那种味道...**”

### 痘肌人群

“爆痘对于**爱喝咖啡**的我来说**很痛苦**...不能加牛奶、不摄入咖啡因...在这个限制下Tims的**低因速溶咖啡粉**、Oatly燕麦奶、Lakanto罗汉果甜味剂是我的最优解了...”

数据来源：CBNDATA消费大数据

MAT2024线上不同浓度咖啡销售趋势

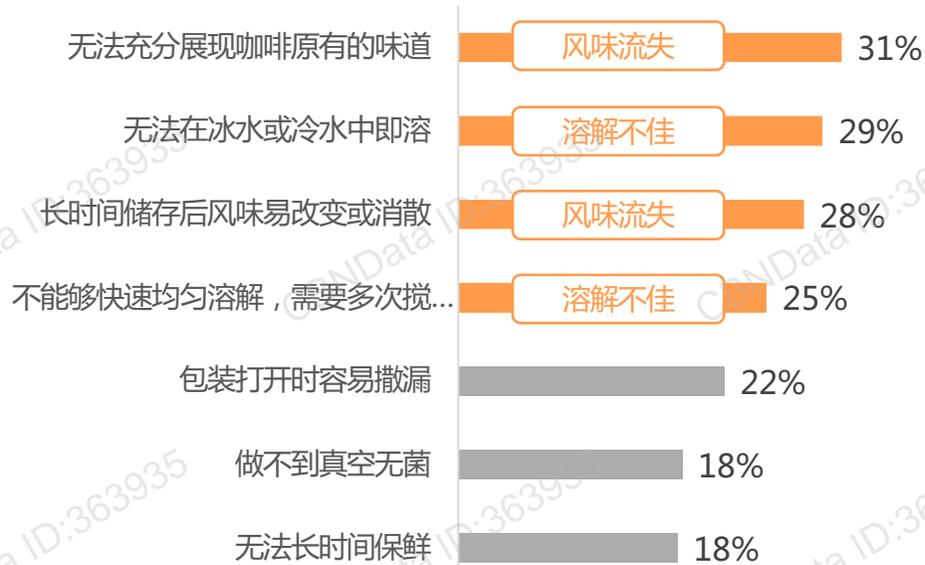


数据来源：魔镜；平台包括天猫、淘宝

# 工艺进阶 | 冷热即溶进阶、氮气长效锁鲜，传统速溶咖啡痛点OUT、风味UP

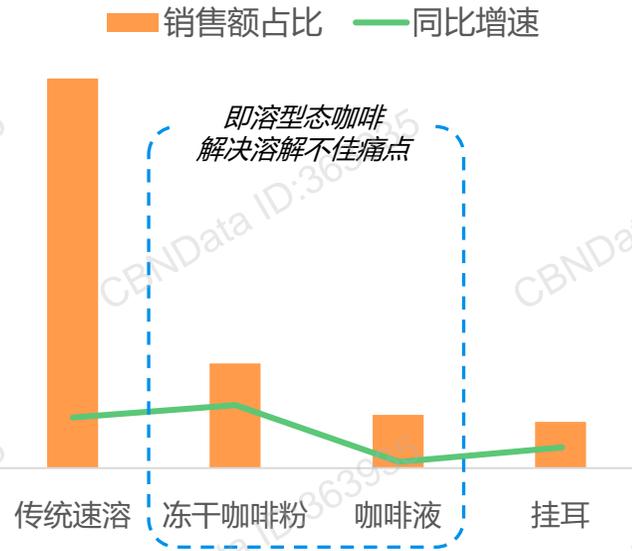
风味流失、溶解不佳是消费者在饮用速溶咖啡时最常遇到的痛点。而冻干咖啡粉、咖啡液等产品形态的出现优化了传统速溶无法冷热即溶的问题。另外，氮气的加入可减少咖啡氧化，从而实现长效锁鲜保留咖啡风味。线上数据显示，充氮咖啡快速发展，过去一年内增长超六倍，成为时下最有潜力的明星工艺方向。

消费者在饮用速溶咖啡时遇到的痛点



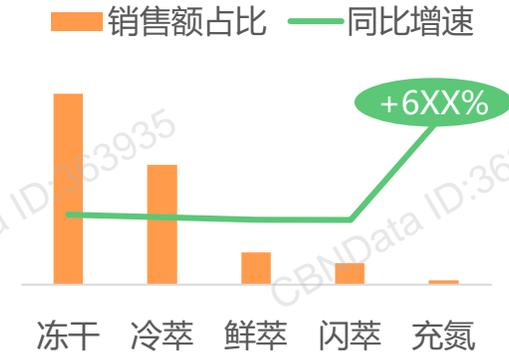
数据来源：CBNData4月调研  
 数据说明：请问您在饮用速溶咖啡时遇到哪些痛点？N=265

MAT2024 线上速溶细分品类趋势



数据来源：魔镜；平台包括天猫、淘宝

MAT2024线上速溶咖啡锁鲜工艺趋势



数据来源：魔镜；平台包括天猫、淘宝



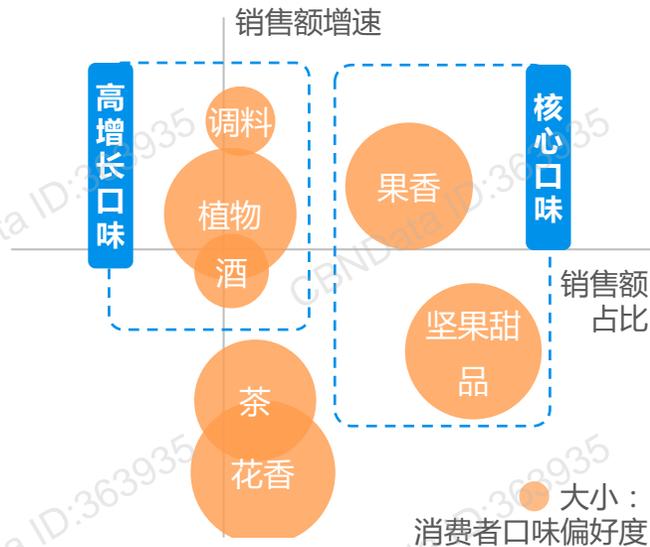
**辛鹿氮气保鲜挂耳咖啡**

- 惰性气体长效锁鲜
- 减少氧化
- 保留咖啡风味

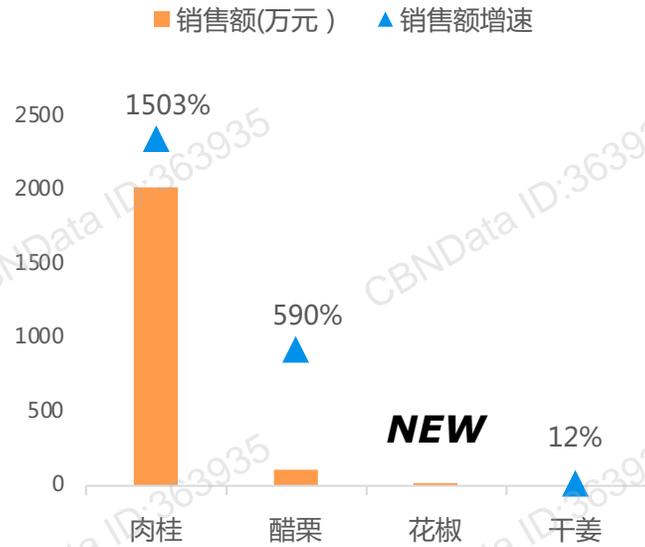
# 口味升级 | 新奇口味各显神通，肉桂、醋意解锁味觉新世界

消费者口味需求更丰富多元，果香及坚果甜品口味依旧是核心增长口味，调料、植物、酒等风味虽然占比不高但仍在快速增长，其中增长最快的调料方向中，肉桂成为新兴风味佼佼者；而醋栗新风味也显露出旺盛活力。

MAT2024咖啡不同口味销售额占比与增速



MAT2024咖啡调料风味方向细分口味销售额及增速



数据来源：魔镜；平台包括天猫、淘宝

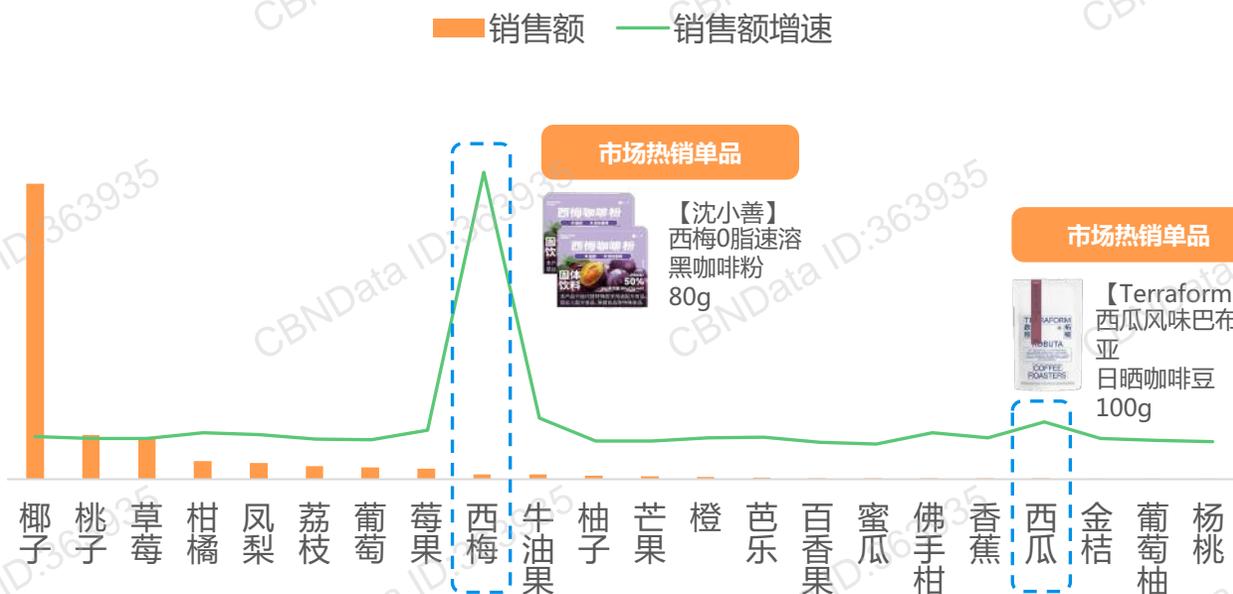
线上【新奇口味】热销咖啡产品



# 口味升级 | 水果拜入“咖门”，每一口都要“应季限定”

在传统坚果甜品风味之外，果味咖啡市场细分趋势显著，老网红椰子依旧是消费者心头好，西梅风味凭借快速增长崭露头角，成为速溶咖啡的好拍档，西瓜口味亦有增长势头，与咖啡豆完美融合；季节限定产品销售大涨50%，实现风味与时节的美妙共鸣。

MAT2024不同果味咖啡的销售额与增速



数据来源：魔镜；平台包括天猫、淘宝

MAT2024年线上咖啡市场  
 季节限定 **+50%**

2023不同时令热销Top3咖啡口味			
春	夏	秋	冬
3-5月	6-8月	9-11月	12-2月
茉莉	葡萄	柠檬	榛果
樱花	生椰	白桃	红豆
香橙	西瓜	燕麦	厚乳

数据来源：魔镜、TMIC  
 数据说明：口味清单按照爆发系数TOP3列举，爆发系数=当季GMV/12个月平均GMV

# 口感升级 | 口感咖龄论，从浅烘清新到深烘重韵升级

口感偏好随咖龄增长逐步进阶，新手偏浅烘的清甜清苦，享受单一本味，老饕好深烘带来的重苦烟熏，追求层次品鉴；奶基趋向精细化升级，椰奶添香浓大受追捧，燕麦奶显轻盈，豆奶米乳则巧妙平衡重口味咖啡，中和苦酸，消费者各取所好。

不同口感偏好人群在咖龄的分布  
 (色块为TGI>110表示高偏好)

	整体	偏好浅烘 享受本味		偏好深烘 层次丰富	
		短于1年	1-3年	3-5年	5年及以上
浓醇	42%				
香甜	35%				
清甜	29%				
清爽	28%				
清苦	26%				
重苦	10%				
烟熏	9%				

不同口感偏好人群在年龄的分布  
 (色块为TGI>110表示高偏好)

	整体	香浓口感		轻盈口感		中和苦酸	
		浓醇	香甜	清爽	清甜	清苦	重苦
椰奶	39%						
脱脂奶	38%						
全脂奶	33%						
燕麦奶	27%						
豆奶	16%						
米乳	13%						

数据来源：CBNData4月调研  
 数据说明：1. 您饮用咖啡有哪些口感偏好？  
 2. 请问您饮用咖啡有多长时间了？N=1000

TGI偏好度=不同口感偏好的咖龄群体的比例/整体用户选择不同口感偏好的比例\*100

数据来源：CBNData4月调研  
 数据说明：1. 您饮用咖啡有哪些口感偏好？  
 2. 请问您最喜欢咖啡中添加如下哪种乳基？N=1000

TGI偏好度=不同口感偏好的奶基选择的比例/整体用户选择不同奶基偏好的比例\*100

# 高阶健康 | 中式养生的风还是吹到了咖圈，药膳+咖啡成咖界健康新公式

超6成消费者期待在咖啡产品中加入养生成分，对中式养生中的药膳成分最为关注；其中桂圆、薏仁成分销售表现亮眼，决明子、山药等小众养生成分也在咖啡产品中逐渐崛起。

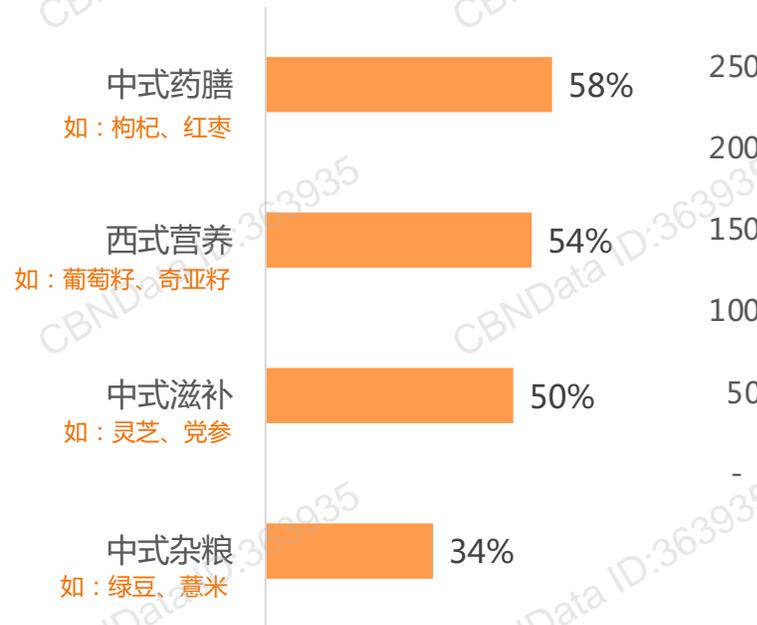
人群细分  
 工艺进阶  
 感官升级  
 高阶健康

期待添加健康或功效成分  
 饮咖人士占比



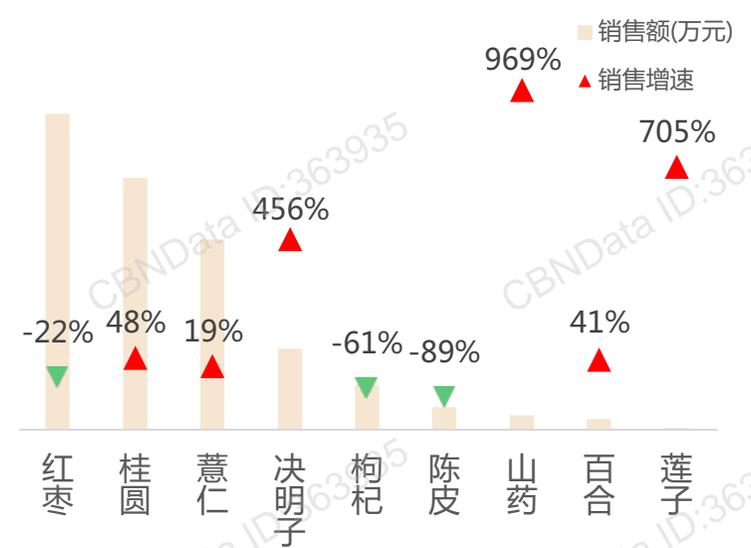
数据来源：CBNData4月调研  
 数据说明：您是否期待所购咖啡品类产品添加健康或功效成分？  
 N=837

消费者对不同营养成分的期待



数据来源：CBNData4月调研  
 数据说明：您对所消费咖啡品类喜欢哪些养生成分添加？N=1000

MAT2023-2024线上咖啡产品中式药膳细分成分市场表现



数据来源：魔镜；平台包括天猫、淘宝

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/708006116077006105>