

咖啡

咖啡馆

品质化

2021青年咖啡生活 消费趋势洞察

CBNDATA
第一财经商业数据中心



有数青年观察局
YOUTH & INSIGHTS

© 2021 CBNDATA. All rights reserved.



目录 TABLE OF CONTENTS



01

中国咖啡市场消费
概览

02

中国青年线上咖啡
消费洞察

03

从线下咖啡消费看中
国青年的品质新生活

04

趣味榜单

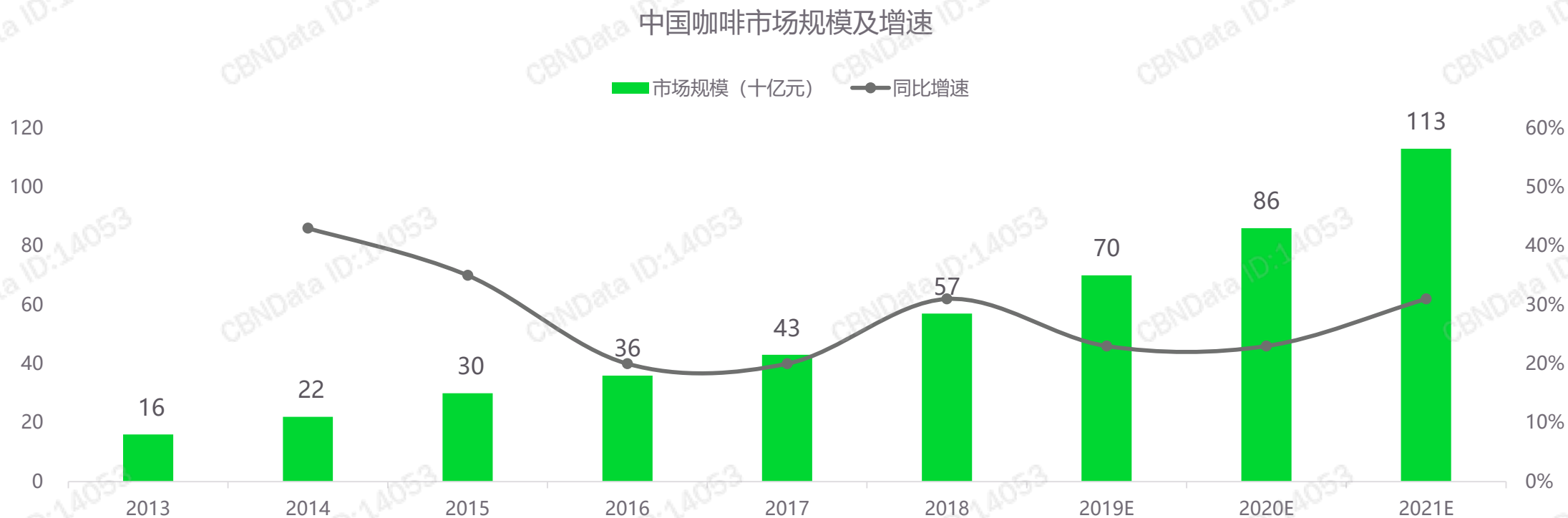


ONE 中国咖啡市场 消费概览

咖啡市场快速发展，咖啡业态品质化升级

中国咖啡市场高速增长，今年有望破千亿规模

中国咖啡消费规模逐年扩大，近年来同比增速在30%左右，中国咖啡市场前景明朗。



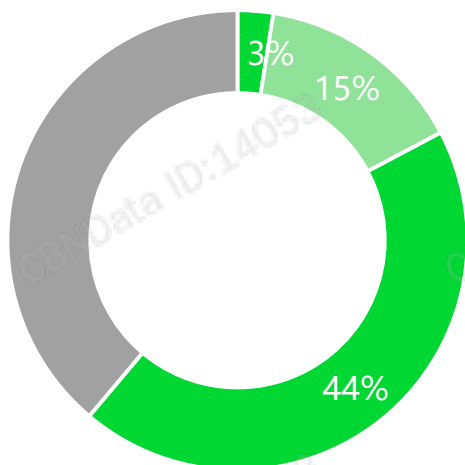
数据来源：瑞幸咖啡招股书，东兴证券研究所

咖啡渗入日常生活，已成为一二线城市居民的“刚需”

在具有咖啡消费行为的人中，超六成消费者每周会饮用3杯及以上咖啡。中国一二线城市的消费者咖啡消费量较高，人均咖啡消费量已与成熟咖啡市场相当。

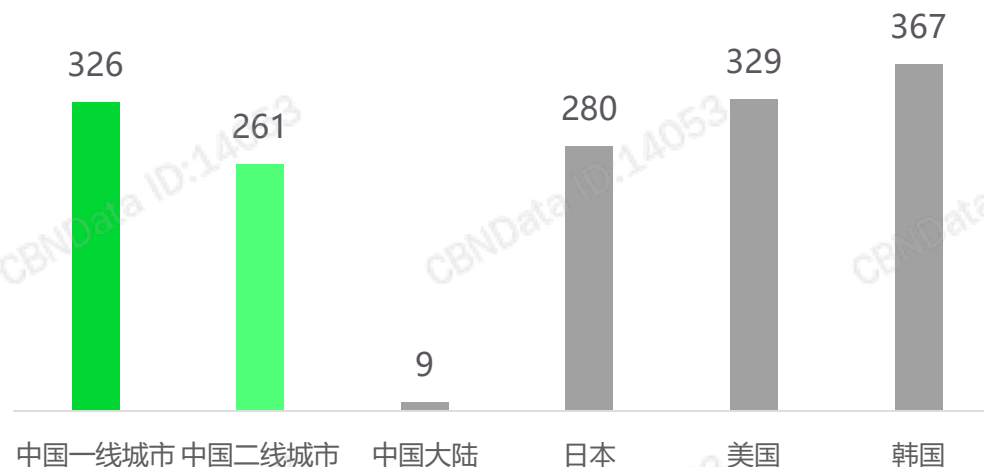
咖啡消费人群的咖啡饮用频率

■ 每天多杯 ■ 每天一杯 ■ 每周3-5杯 ■ 每周1-2杯



数据来源：问卷调研
Q：请问您喝咖啡的频率是？（单选）N=2,000

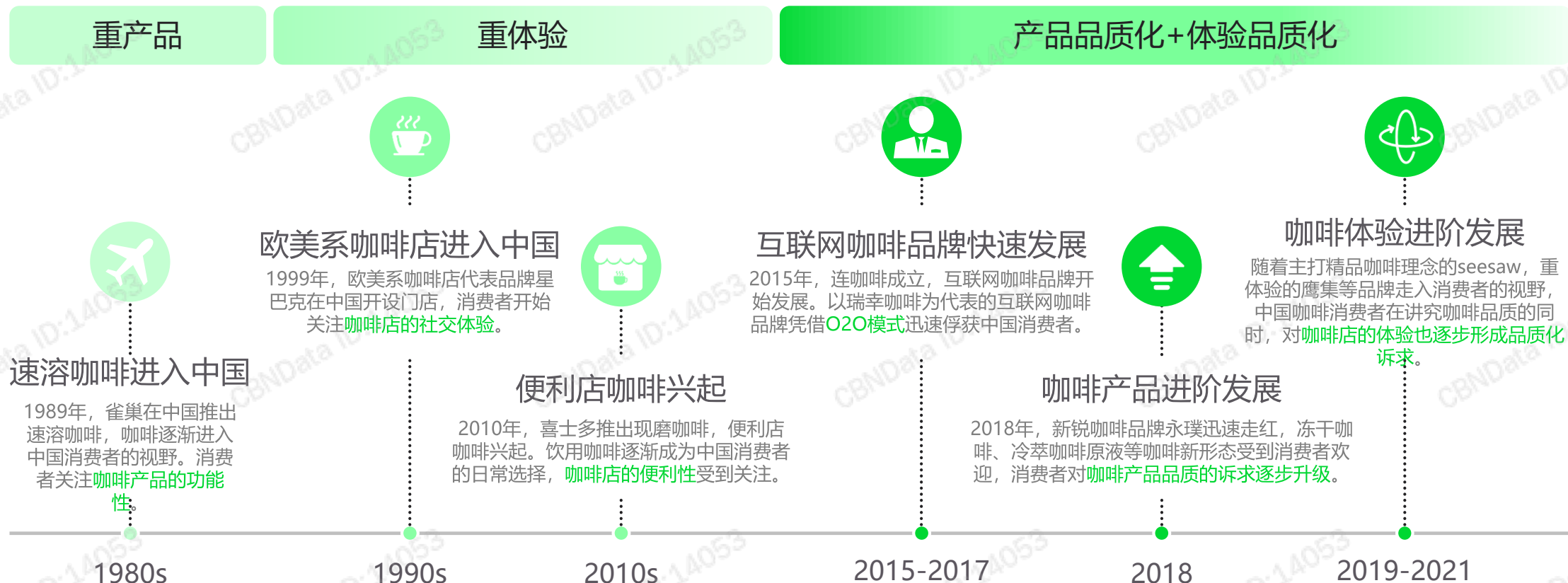
各国/地区人均咖啡消费量对比
(杯/年)



数据来源：德勤中国《中国现磨咖啡行业白皮书》

咖啡生活品质有道，产品、体验双进阶

中国咖啡市场经历了“重产品”，到“重体验”，再到“产品品质化+体验品质化”的演变。



资料来源：根据公开资料整理



TWO

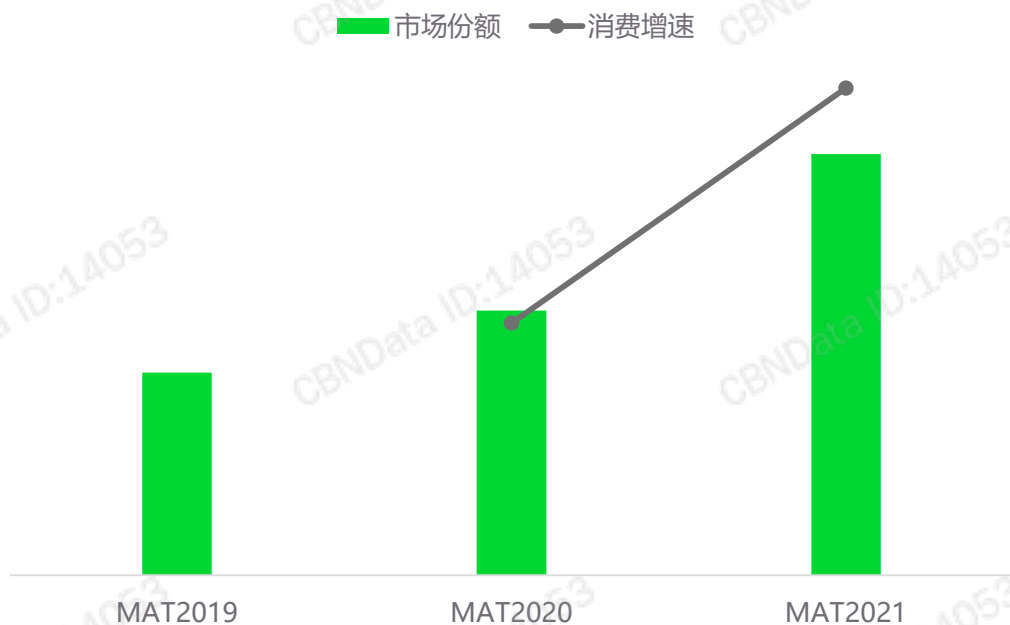
中国青年线上 咖啡消费洞察

线上咖啡消费的品质化进阶之路

咖啡线上消费增速快，消费人数上升引领增长

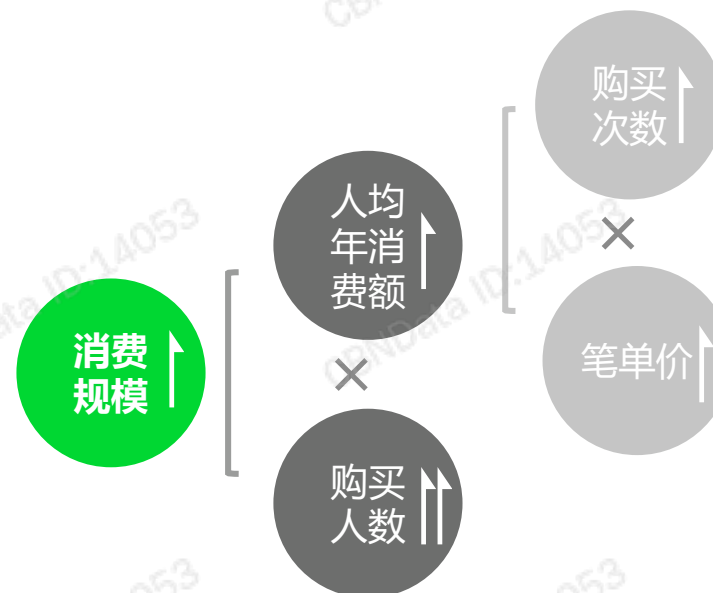
中国线上咖啡市场快速发展，消费增速近六成。咖啡消费全面升级，其中咖啡购买人数增加约五成，是最关键的驱动因素。

MAT2019-MAT2021 线上咖啡消费趋势



数据来源：CBNDATA消费大数据

MAT2021线上咖啡消费增长驱动因素拆解



数据来源：CBNDATA消费大数据

便捷快咖啡“憾失宝位”，品质咖啡成新宠

咖啡消费向品质化升级，品质快咖啡和品质慢咖啡逐步取代便捷快咖啡的领先地位，其中品质快咖啡的增速尤为明显，连续两年位于咖啡消费增速榜首。

咖啡类型定义

便捷快咖啡

饮用非常方便的传统速溶咖啡和即饮咖啡，凭借其便捷性获得消费者喜爱

品质快咖啡

宣传时注重萃取工艺和咖啡品质的冻干咖啡、咖啡原液、挂耳咖啡、胶囊咖啡，以永璞等品牌为代表



代表产品：永璞咖啡原液
采用全球领先的闪萃技术
10倍浓缩无损风味，1秒
即溶，方便快捷

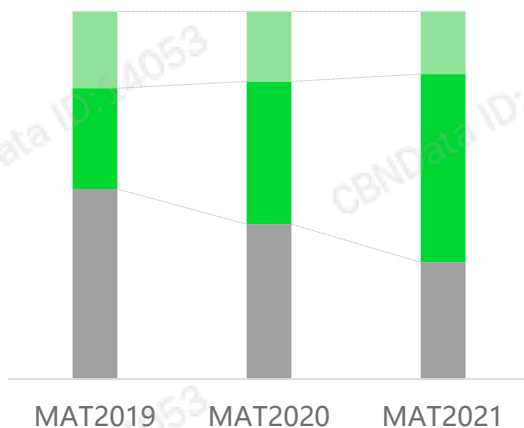
品质慢咖啡

需要借助咖啡器具的咖啡豆和咖啡粉

资料说明：图片来源于网络

MAT2019-MAT2021 线上各类
咖啡消费占比

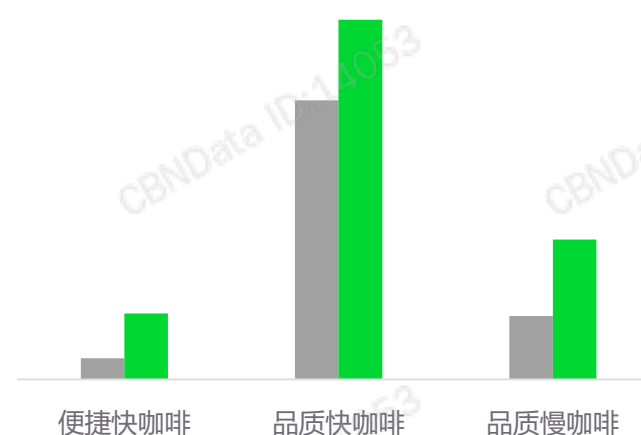
■ 便捷快咖啡 ■ 品质快咖啡 ■ 品质慢咖啡



数据来源：CBNDATA消费大数据

MAT2019-MAT2021 线上各类
咖啡消费增速

■ MAT2020 ■ MAT2021



数据来源：CBNDATA消费大数据

品质快咖啡形态趋多元，咖啡原液最主流

从胶囊咖啡、挂耳咖啡，到冻干咖啡和咖啡原液，以永璞为代表的新锐品牌不断探索新技术和产品新形态，迅速捕获大量“品质鉴赏家”。其中方便快捷的咖啡原液在品质快咖啡中最受消费者欢迎，占据了约一半的市场份额。

品质快咖啡的形态升级之路



NESPRESSO



胶囊咖啡

诞生于1976年，将咖啡豆研磨成咖啡粉，再装进铝制胶囊，保证了咖啡的新鲜度。



永璞挂耳咖啡



挂耳咖啡

将咖啡豆磨粉后装滤袋密封的便携式现磨咖啡，饮用时需用热水缓慢冲泡。可覆盖不同的烘焙程度，保留咖啡的香气。



永璞冻干咖啡



冻干咖啡

以永璞冻干咖啡为例，通过永璞特有的MPFS技术低温慢速萃取咖啡原液，在使用能更好保留香气与风味的航空冻干技术，将咖啡的香醇与迷人精华在一颗冻干“小飞碟”中。



永璞闪萃咖啡原液

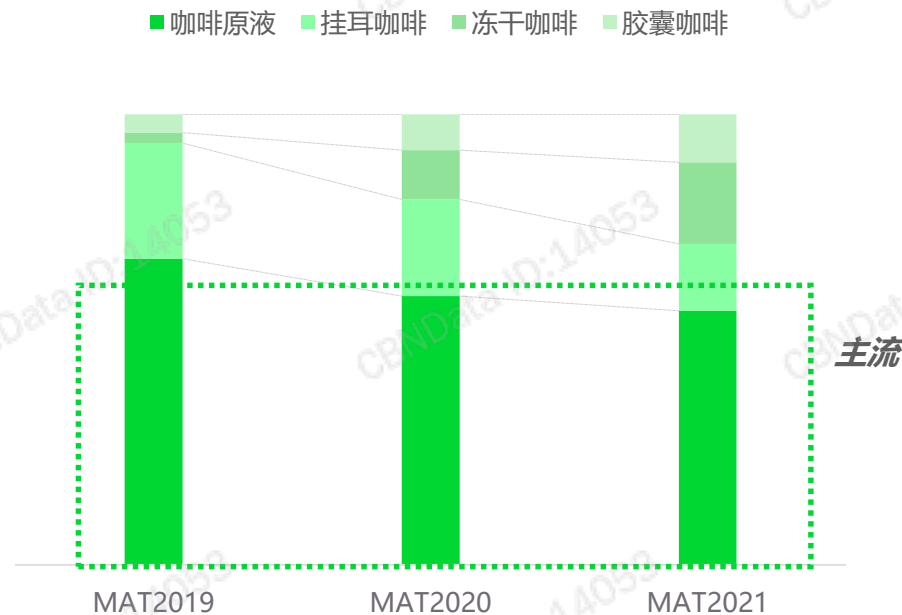


咖啡原液

精准温控萃取的高浓缩咖啡原液，锁鲜咖啡的风味，可长时间储存，如永璞的闪萃咖啡原液可常温存储长达365天。

图片来源于网络

MAT2019-MAT2021 线上品质快咖啡市场份额占比



数据来源：CBNData消费大数据

冻干和胶囊咖啡涨势迅猛，咖啡青年潇洒“掷千金”

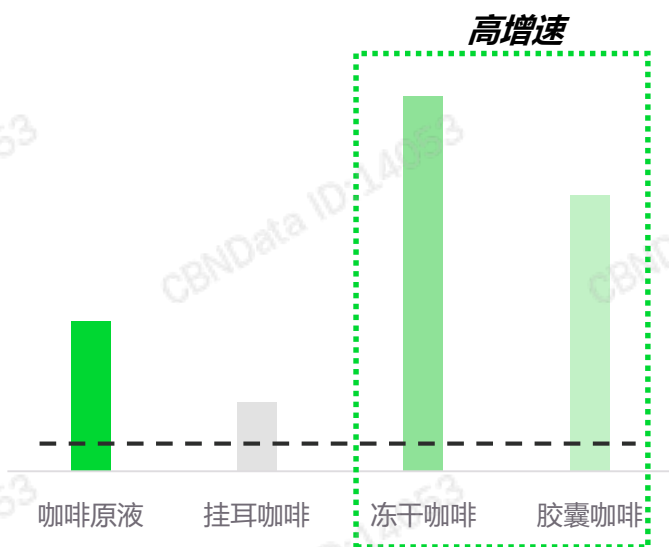
体积小巧的冻干咖啡和胶囊咖啡增速明显，冻干增速超两倍。品质快咖啡价格升级，均价最高的冻干咖啡和胶囊咖啡反而增速突出，足以说明咖啡青年们甘愿为咖啡品质“掷千金”。

快咖啡品质化

慢咖啡品质化

MAT2021 线上品质快咖啡消费增速

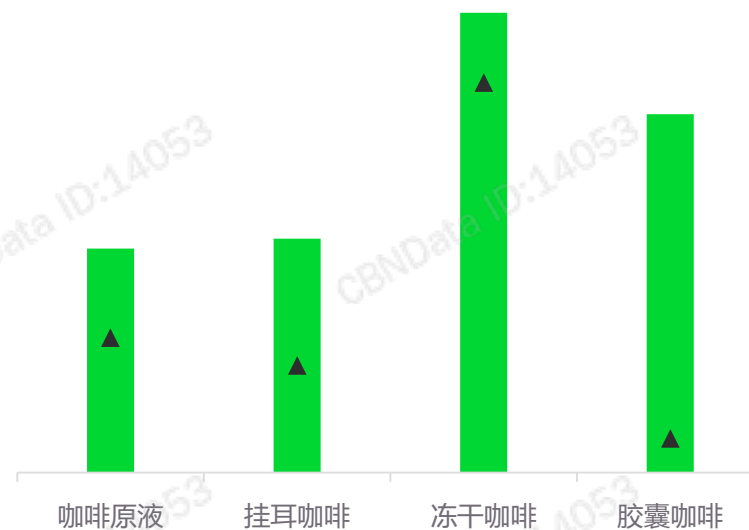
■ 咖啡原液 ■ 挂耳咖啡 ■ 冻干咖啡 ■ 胶囊咖啡

MAT2021
便捷快咖啡
整体消费增速

数据来源：CBNData消费大数据

MAT2021 线上品质快咖啡平均价格及增速

■ 平均价格 ▲ 价格增速



数据来源：CBNData消费大数据

女性爱尝“鲜”，年轻代偏爱咖啡原液

女性消费者主导咖啡原液、冻干及胶囊咖啡市场，偏爱品质快咖啡的“新鲜”滋味。新潮的咖啡原液的消费者以年轻一代为主，而一线、轻熟龄人群则是冻干及胶囊咖啡的主力军。

MAT2021 线上重点快咖啡类目
分性别消费分布

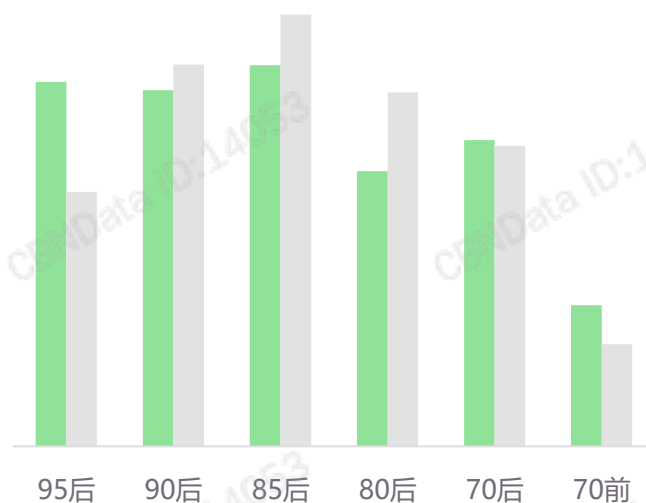
■ 男性 ■ 女性



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2021 线上重点快咖啡类目
分代际消费分布

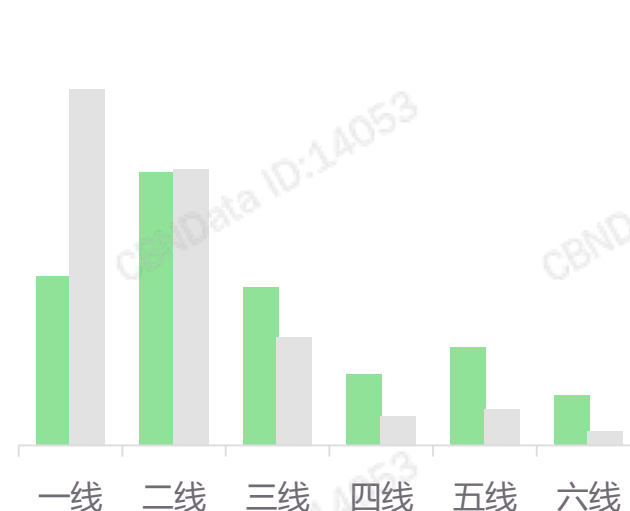
■ 咖啡液 ■ 冻干及胶囊



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2021 线上重点快咖啡类目
分城市线级消费分布

■ 咖啡液 ■ 冻干及胶囊

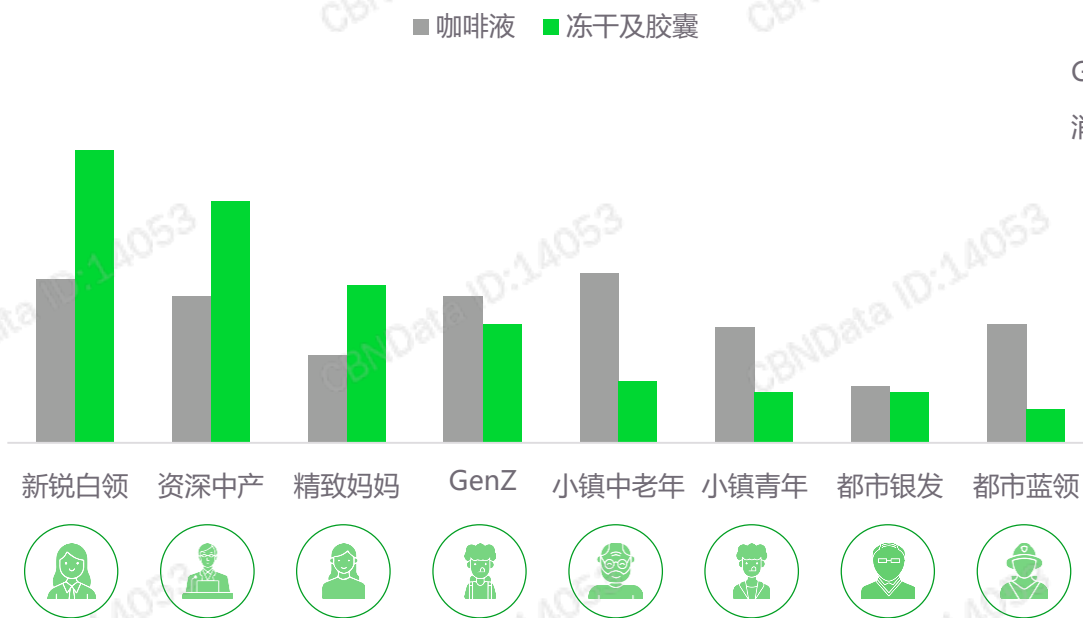


数据来源：CBNData消费大数据

GenZ和小镇青年：冻干及胶囊咖啡的高潜力股

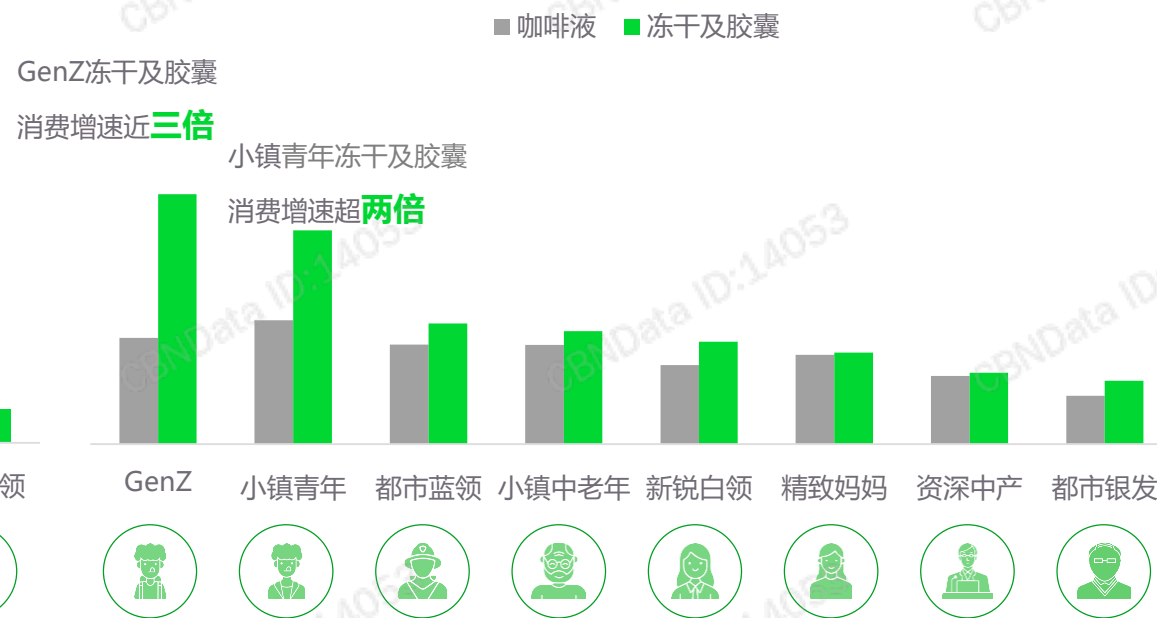
新锐白领和资深中产主导冻干及胶囊咖啡的消费，GenZ和小镇青年在冻干及胶囊咖啡上的消费潜力不容小觑，消费增速均超两倍。

MAT2021 线上重点快咖啡类目八大策略人群消费分布



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2021 线上重点快咖啡类目八大策略人群消费增速



数据来源：CBNData消费大数据

“黑咖配奶”理念不变，奶的讲究悄然升级

伴随着快咖啡消费向着品质化升级，消费者对奶咖中奶的品质也越来越讲究，燕麦奶成为时下最in的咖啡“伴侣”，消费增长近四倍。

奶咖中的奶的多样化发展

咖啡进入中国时，以咖啡伴侣为代表的奶精受到咖啡消费者欢迎。



随着消费者对牛奶分类的认知，消费者开始讲究奶咖中的牛奶类型，如区分全脂和脱脂。



奶精

牛奶

脱脂/全脂牛奶

植物奶



随之咖啡的普及，部分消费者开始用牛奶代替奶精来加入黑咖啡中。



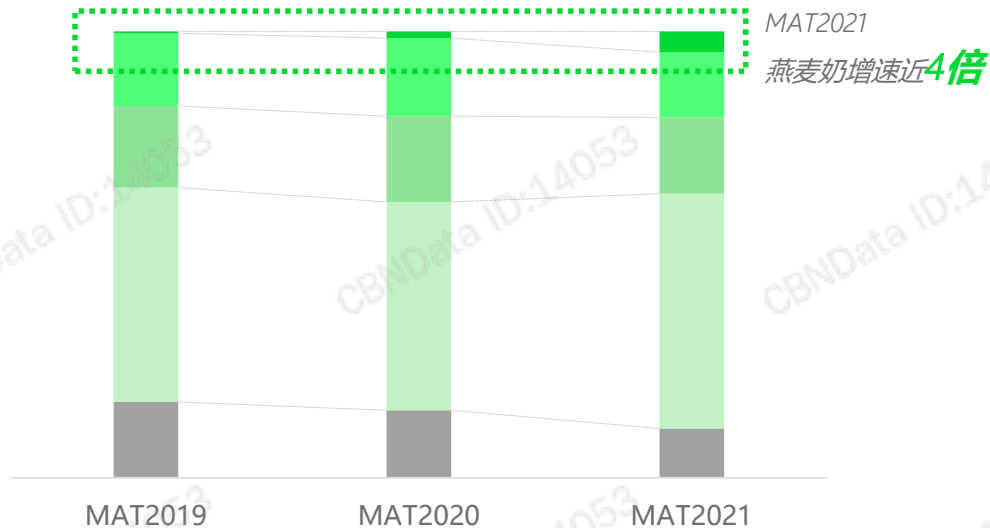
近年来随着植物肉、植物奶概念的流行，以燕麦奶为主的植物奶成为奶咖中的奶的潮流新选择。

资料说明：图片来源于网络

MAT2019-MAT2021

线上快咖啡消费人群奶类消费占比分布

■ 奶精 ■ 全脂奶 ■ 低脂奶 ■ 脱脂奶 ■ 燕麦奶



数据来源：CBNData消费大数据

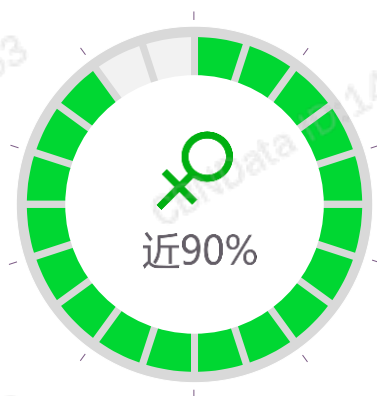
燕麦奶配快咖啡，“多金”年轻女性的潮流新口味

在同时购买过快咖啡和燕麦奶的人群中，近九成是女性消费者；同时，年轻的消费者也居于主导地位，85后、90后和95后共同占据了超六成的市场份额。

快咖啡品质化

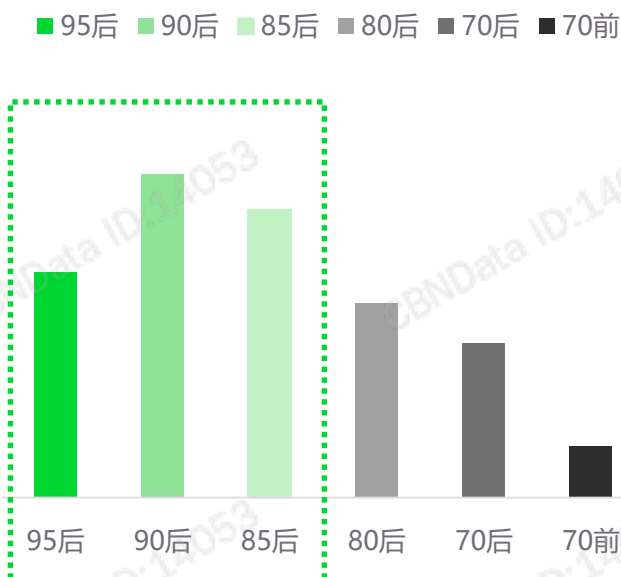
慢咖啡品质化

MAT2021线上购买过快咖啡和燕麦奶的女性消费者消费占比



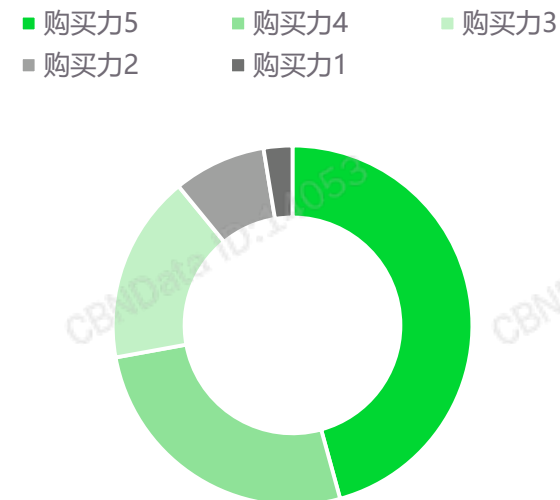
数据来源：CBNData消费大数据

MAT2021线上购买过快咖啡和燕麦奶分代际消费分布



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2021 线上购买过快咖啡和燕麦奶分购买力消费分布



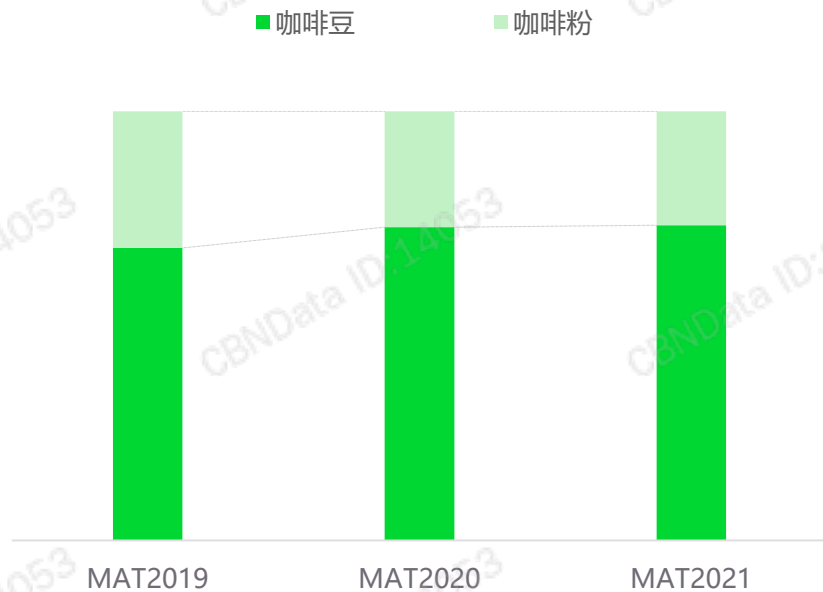
数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：购买力等级划分基于消费者线上消费大数据，购买力1至5代表购买力由低到高，购买力5的消费者相较其他消费者购买力最强

一豆扭乾坤，咖啡豆引领慢咖啡的品质化进阶

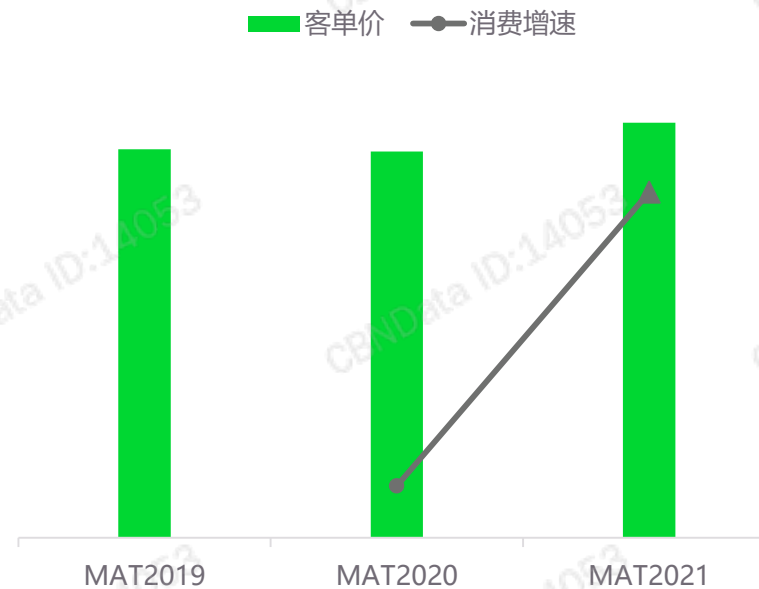
慢咖啡消费中，咖啡豆占据了过半的市场且市场规模不断扩大。与此同时，咖啡豆消费升级，客单价上升。

MAT2019-MAT2021 线上各慢咖啡市场规模占比



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2019-MAT2021 线上咖啡豆人均消费及增速

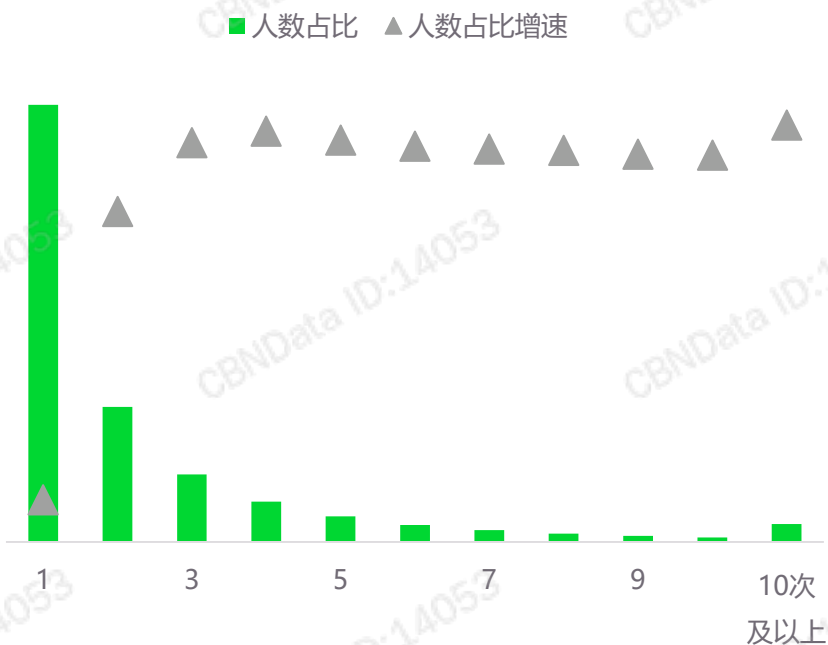


数据来源：CBNData消费大数据

小豆子有大“瘾”力，资深中产和新锐白领“频繁剁手”

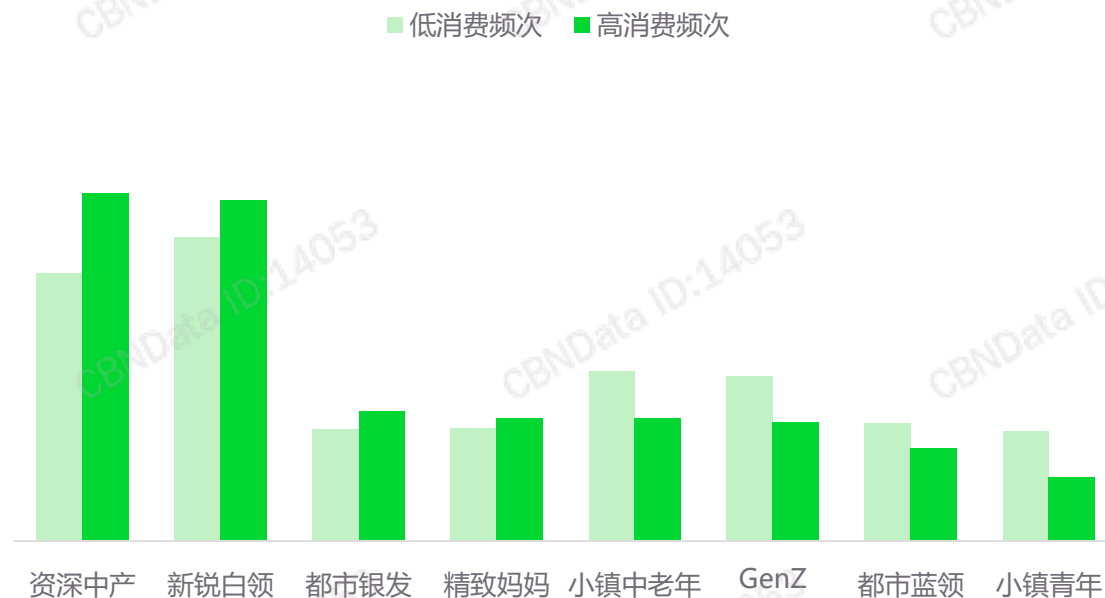
咖啡豆消费向多次购买升级，每年购买3次及以上咖啡豆的人数增速明显。对生活品质有讲究的资深中产和新锐白领是多次购买的主流人群，合计占比近五成。

MAT2021 线上咖啡豆各消费频次人数占比及增速



数据来源：CBNDATA消费大数据

MAT2021 线上重点快咖啡类目八大策略人群消费分布

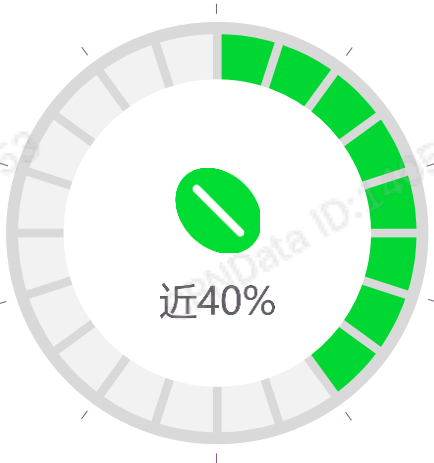


数据来源：CBNDATA消费大数据
高频次为年均咖啡豆消费频次三次及以上的人群

咖啡豆品牌群雄逐鹿，大型连锁、传统老牌、新兴精品三足鼎立



线上咖啡豆消费头部品牌市场份额较高，前十名的品牌占据了近四成的市场份额。消费者越来越有自己的咖啡消费主张，大型连锁、传统老牌和新型精品咖啡豆品牌都有各自的忠实拥护者。

MAT2021线上咖啡豆消费
TOP10品牌市场份额



数据来源：CBNDATA消费大数据

MAT2021线上咖啡豆消费品牌前三名

	大型连锁品牌	百年传统品牌	新兴精品品牌
头部品牌	 星巴克	 拉瓦萨	 豆叔
热门单品	 Pike Place咖啡豆 中度烘焙 节日综合浓缩烘焙咖啡豆组合	 意式特浓espresso咖啡豆 意式醇香浓缩咖啡豆	 意式浓缩 温森特的向日葵 意式拼配 琥珀

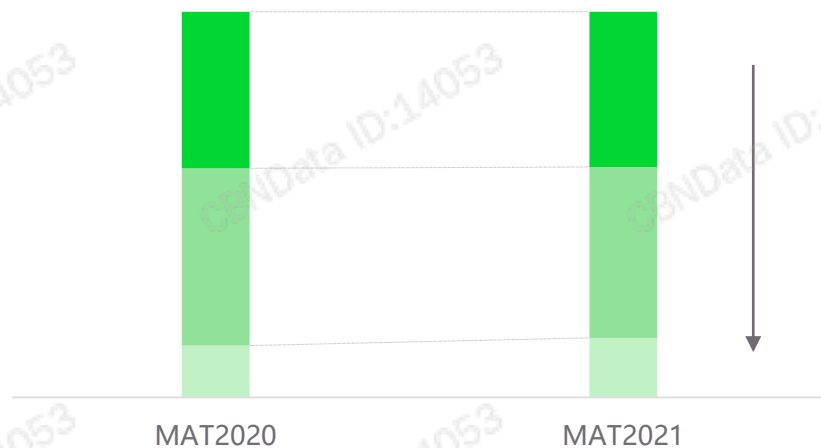
数据来源：CBNDATA消费大数据，图片源于网络

小小咖啡豆的大讲究之一：烘焙轻度化

重度和中度烘焙的咖啡豆市场份额逐步向轻度烘焙咖啡豆转移，新锐白领和GenZ成为轻度烘焙的主要拥趸。

MAT2019-MAT2021
线上咖啡豆不同烘焙程度消费占比及趋势

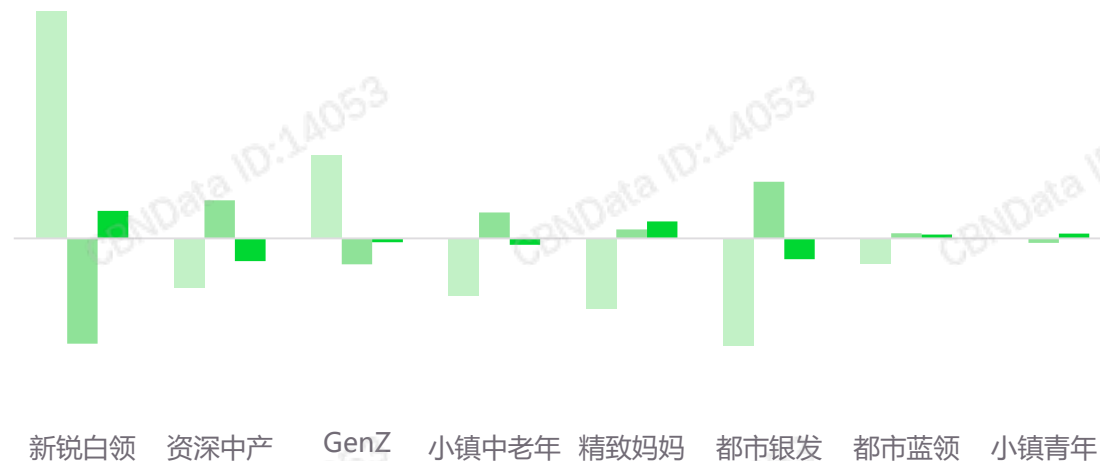
■ 轻度烘焙 ■ 中度烘焙 ■ 重度烘焙



数据来源：CBNDATA消费大数据

MAT2021线上咖啡豆不同烘焙程度八大人群偏好度

■ 轻度烘焙 ■ 中度烘焙 ■ 重度烘焙



数据来源：CBNDATA消费大数据

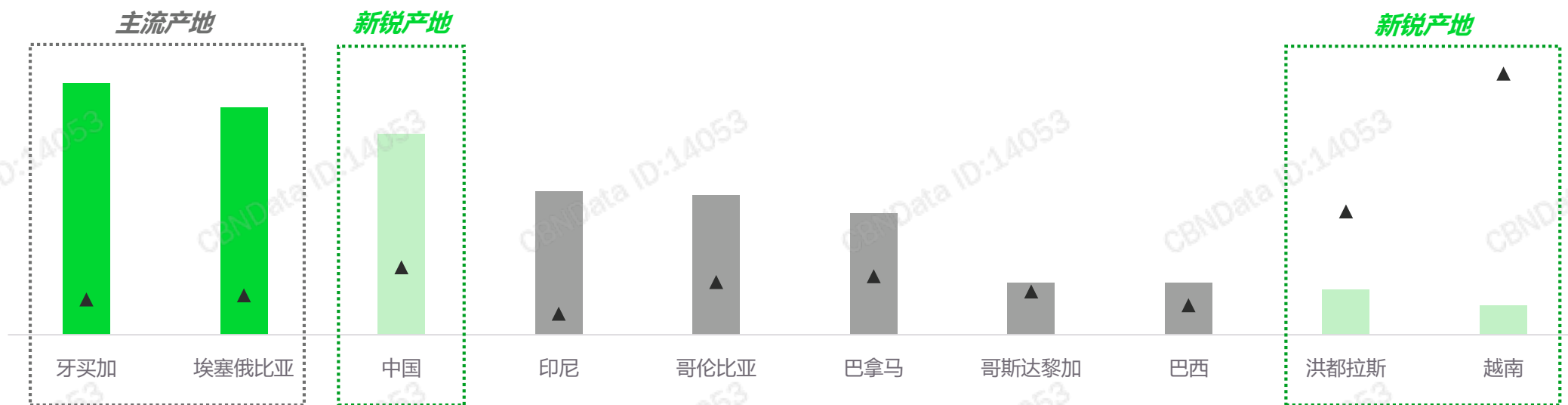
偏好度：各烘焙程度不同人群消费占比-咖啡豆整体不同人群消费占比
人群从左至右为线上咖啡豆消费人数由多至少

小小咖啡豆的大讲究之二：产地小众化

消费者越来越讲究咖啡豆的产地，传统产地牙买加和埃塞俄比亚的咖啡豆保持着其领先地位，小众产地中国、洪都拉斯和越南涨势迅猛，迅速捕获咖啡消费者的芳心。

MAT2021 TOP10咖啡豆产地市场规模及增速

■ 市场规模 ▲ 消费增速



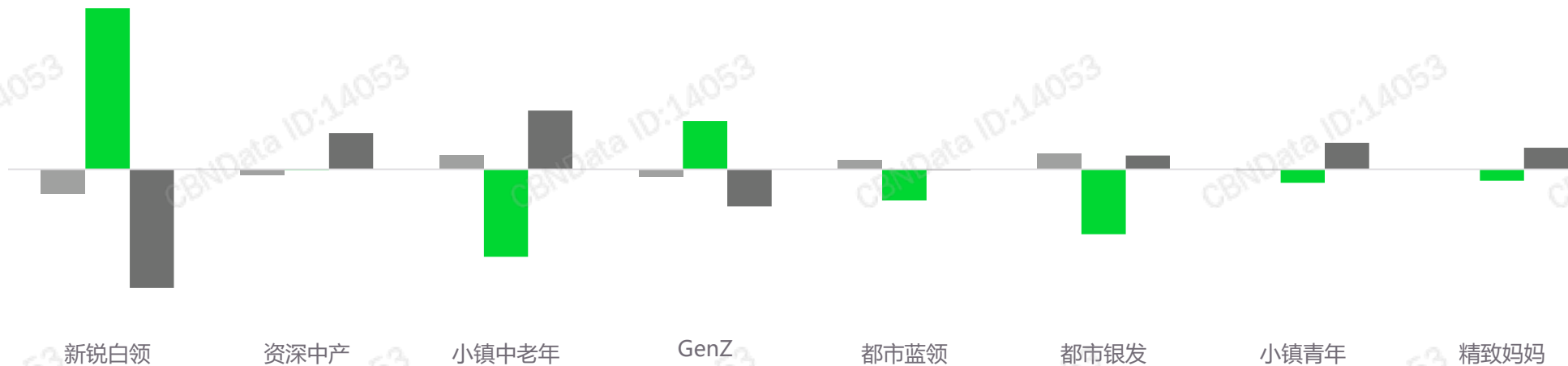
数据来源：CBNDATA消费大数据
注：前十名产地总市场份额约占90%

新锐产地偏好大不同，GenZ和新锐白领偏爱洪都拉斯咖啡豆

GenZ和新锐白领青睐来自洪都拉斯的咖啡豆，国产的豆子广泛受到各类消费者的欢迎。

MAT2021线上咖啡豆高增速小众产地八大人群偏好度

■ 中国 ■ 洪都拉斯 ■ 越南



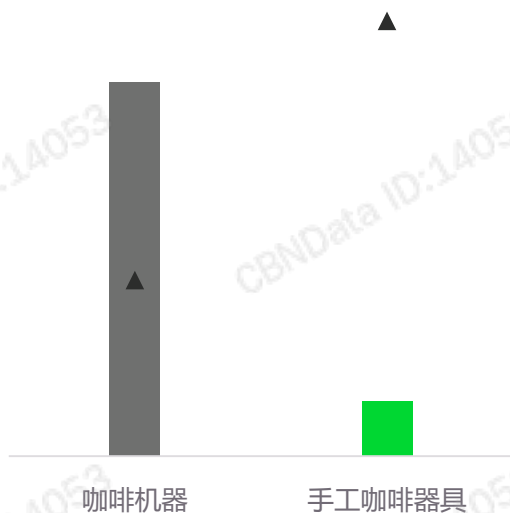
数据来源：CBNData消费大数据
偏好度：各产地咖啡豆不同人群消费占比-高增速小众产地咖啡豆不同人群消费占比
人群从左至右为线上中国、洪都拉斯、越南咖啡豆消费人数由多至少
大数据·全洞察

慢咖啡的品质进阶之路上，有咖啡器具的升级“陪伴”

方便快捷的咖啡机器最主流，其中意式咖啡机最受欢迎。同时，更加具有仪式感的手冲器具和摩卡壶凭借着高体验和相对易接受的价格近年来受到越来越多的消费者欢迎。

MAT2021 家用咖啡器具市场规模及增速

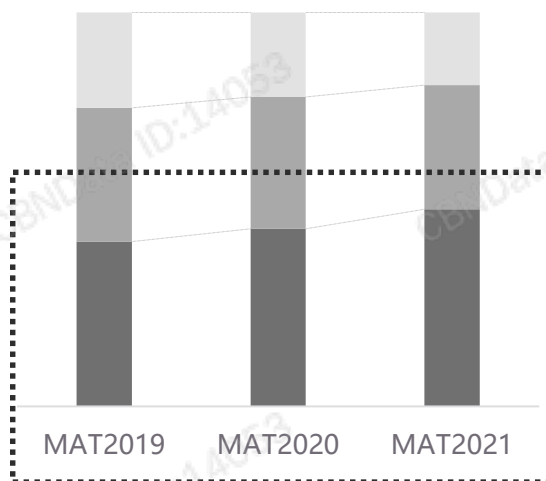
■ 市场规模 ▲ 消费增速



数据来源：CBNDATA消费大数据

MAT2019-MAT2021 线上家用咖啡机器消费占比

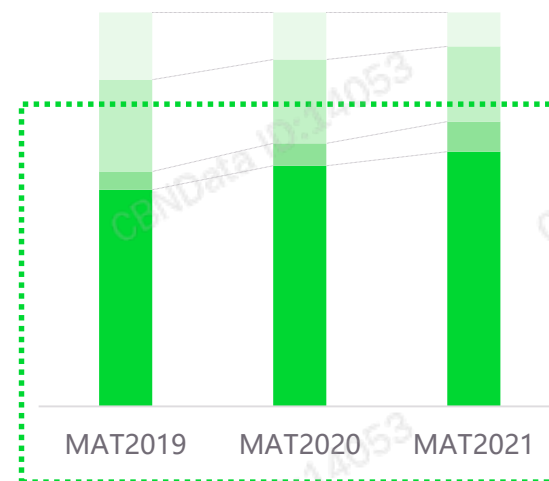
■ 意式咖啡机 ■ 胶囊咖啡机 ■ 美式咖啡机



数据来源：CBNDATA消费大数据

MAT2019-MAT2021 线上家用手工咖啡器具消费占比

■ 手冲器具 ■ 摩卡壶 ■ 法压壶 ■ 虹吸壶



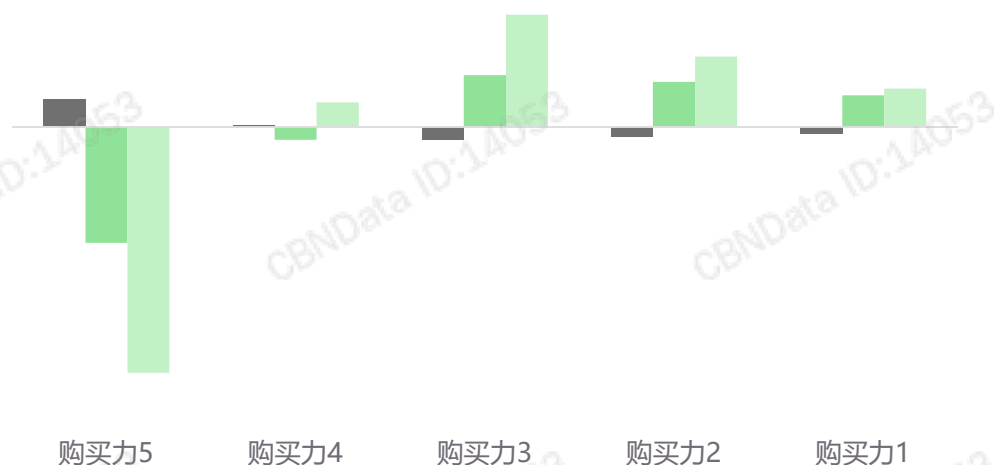
数据来源：CBNDATA消费大数据

手冲器具和摩卡壶，咖啡青年的轻负担入门优选

价格亲民的手冲器具和摩卡壶受生活方式新潮的一线城市、中低购买力消费者的欢迎，而价格相对高昂的意式咖啡机受高购买力消费者的青睐。

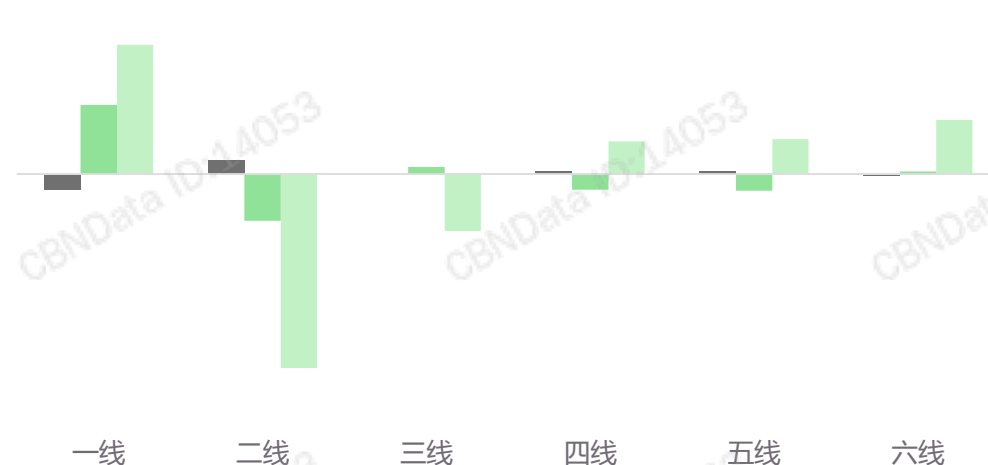
MAT2021线上重点咖啡器具不同购买力偏好度

■ 意式咖啡机 ■ 手冲器具 ■ 摩卡壶



MAT2021线上重点咖啡器具不同城市线级偏好度

■ 意式咖啡机 ■ 手冲器具 ■ 摩卡壶



数据来源：CBNDATA消费大数据

偏好度：各咖啡器具不同购买力消费占比-整体重点咖啡器具不同购买力消费占比

数据说明：购买力等级划分基于消费者线上消费大数据，购买力1至5代表购买力由低到高，购买力5的消费者相较其他消费者购买力最强

数据来源：CBNDATA消费大数据

偏好度：各咖啡器具不同城市线级消费占比-整体重点咖啡器具不同城市线级消费占比

大数据 · 全洞察



THREE

从线下咖啡消费 看中国青年的 咖啡新生活

三大咖啡消费人群洞察

线下咖啡“C位出道”有秘籍，体验多样升级

咖啡消费不断升级的趋势下，线下咖啡消费也向着多样化不断发展。多样的消费场景和多样的咖啡馆体验丰富着人们的咖啡消费选择，也激发着多样的咖啡消费诉求。



咖啡馆
体验多样化



高端感

大型综合连锁品牌
Lawazza 晶品旗舰店
静安寺咖啡厅热门榜第7名



亲切感

高性价比的连锁品牌
Manner 南阳路店
静安寺咖啡厅口味榜第1名



品质感

精品连锁咖啡店
M Stand 久光百货店
静安寺咖啡厅热门榜第3名



小众感

独立精品咖啡店
The oranges
静安寺咖啡厅口味榜第1名



沉浸感

提供丰富体验的咖啡店
星巴克烘焙工坊
静安寺咖啡厅热门榜第1名

资料说明：图片源于网络，排名来自于大众点评（数据采集于2021年5月）

咖啡的多样搭子：吃出甜蜜、吃出清爽、吃出丰盛，也吃出悦己

除了传统的烘焙糕点、水果和简餐外，多种多样的休闲零食也成为消费者喜爱的咖啡搭配。例如以桃花姬为代表的养颜零食，正是吃出美丽、吃出悦己的不二选择。

丰富多彩的咖啡食物搭配

烘焙糕点



吃出甜蜜

黑咖啡可以搭配香甜的糕点，中和咖啡的苦味和酸味，提拉米苏、芝士蛋糕等都是广受欢迎的选择

水果



吃出清爽

在饮用摩卡、拿铁等意式咖啡时，可以搭配清爽的水果来获得解腻的效果

简餐



吃出丰盛

三明治、贝果等简餐也是常见的咖啡搭配食物，咖啡+简餐打造方便快捷的丰盛一餐

休闲零食



吃出悦己

各式各样的休闲零食也是消费者喜爱的“咖啡搭子”，近年来具有养颜、减脂、养胃等功能的零食正在流行

休闲零食举例

养颜零食桃花姬



美丽搭子：燃脂的咖啡搭配养颜的桃花姬，吃出内在美

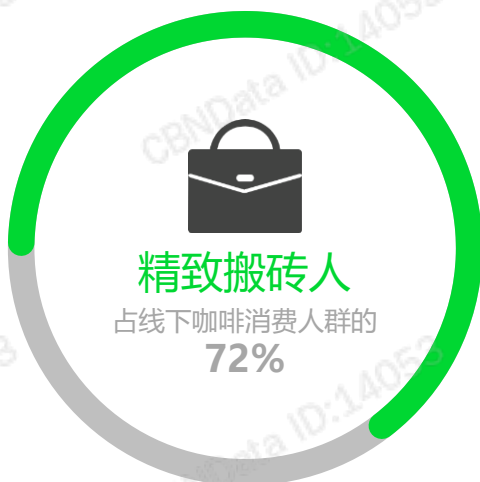
轻便搭子：小包装的桃花姬方便携带，随时随地可以从包包中拿出来搭配一杯咖啡

悦己搭子：提神醒脑的咖啡搭配轻滋养的桃花姬，是重工作也爱自己的都市白领悦己新选择

资料说明：公开网络资料整理，图片来源于网络

咖啡青年有“态度”，三大人群各有所爱

精致搬砖人、潮流文艺咖和品质探索家是中国青年线下咖啡消费的三大主流人群。他们对咖啡有着各自的讲究，他们的咖啡消费行为也反映着他们独树一帜的咖啡生活态度。



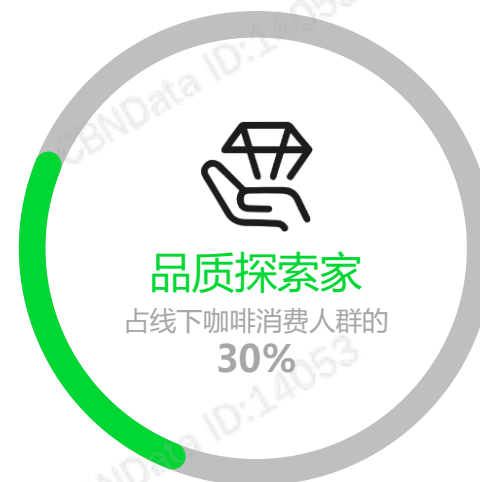
高效咖啡生活

人群画像：生活在一线及新一线城市，35岁及以下的都市白领，习惯在工作日的下午饮用咖啡提神



潮流咖啡生活

人群画像：一线城市热爱追赶潮流的年轻人，喜爱在休息日打卡网红咖啡店和潮流咖啡单品



讲究咖啡生活

人群画像：生活在一线城市的Z世代，对咖啡有所研究，在意咖啡的品质，喜欢在精品咖啡店消费

数据来源：问卷调研

“线下咖啡消费人群”指在线下的咖啡店购买过现磨咖啡的人，Q：请问您是否在线下的咖啡店购买过现磨咖啡？N=2,000

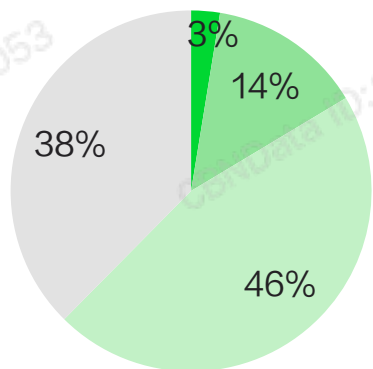
Q：您认为以下哪种描述更能概括您在线下购买现磨咖啡的行为？（多选）1）看重提神和燃脂的功能，咖啡是事业和身材的小帮手 2）热爱潮流，追求惊喜，乐于打卡网红门店，热爱咖啡馆的氛围 3）对咖啡有所研究，探索更高品质的豆子和冲泡方式；选项设置基于 CBNData《2020线上咖啡市场消费者洞察报告》对咖啡主流消费人群的研究

精致搬砖人嗜“咖”如命，咖啡是离不开的“续命能量水”

精致搬砖人饮用咖啡比较频繁，近六成的精致搬砖人每周饮用三杯及以上咖啡。他们主要在工作日饮用咖啡，早上、中午和下午都是他们爱喝咖啡的时间。

精致搬砖人的咖啡饮用频率

■ 每天多杯 ■ 每天一杯 ■ 每周3-5杯 ■ 每周1-2杯

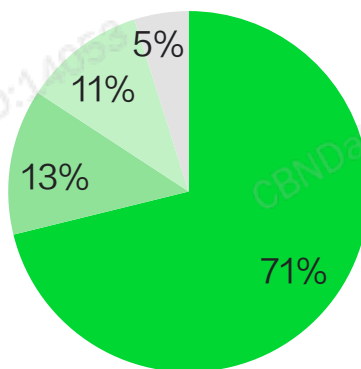


数据来源：问卷调研

Q：请问您喝咖啡的频率是？（单选）N=1,439

精致搬砖人的咖啡饮用时间

■ 工作日为主，休息日偶尔 ■ 工作日及休息日一样频繁
■ 仅工作日 ■ 仅休息日

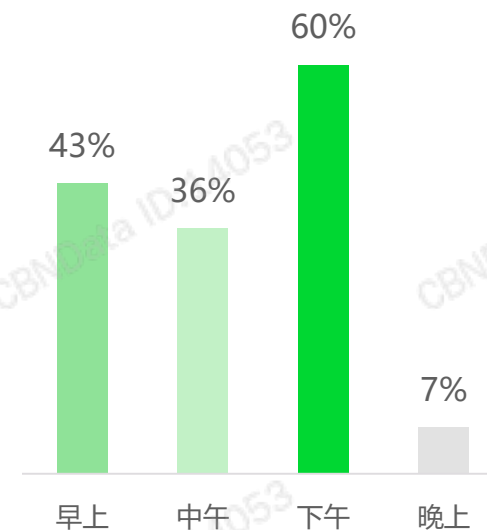


数据来源：问卷调研

Q：您通常在什么时间饮用咖啡？（单选）N=1,439

大数据 · 全洞察

精致搬砖人的咖啡饮用时间段



数据来源：问卷调研

Q：您每天通常在什么时间段饮用咖啡？（多选）N=1,439

精致搬砖人的两面咖啡生活：工作清醒高效，生活自律精致

在工作中，精致搬砖人追求清醒高效，84%的人会为了提神醒脑购买咖啡，方便快捷的连锁店和便利店受到他们的偏爱。在生活中，咖啡是他们迷人身材的“助燃剂”，独立精品咖啡店是他们从忙碌日常中抽身的“避难所”。

精致搬砖人

潮流文艺咖

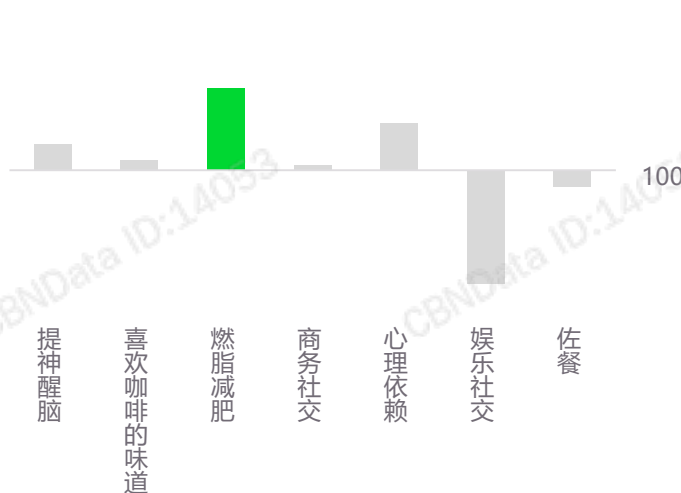
品质探索家



数据来源：问卷调研

Q：您购买咖啡的主要原因是？（多选）N=1,439

精致搬砖人咖啡消费动机TGI



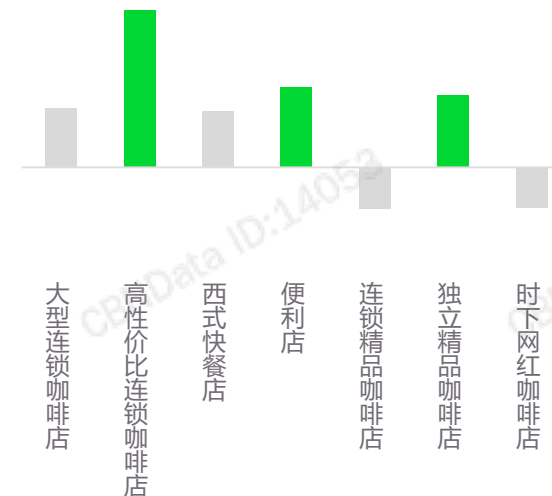
数据来源：问卷调研

Q：您购买咖啡的主要原因是？（多选）N=1,439

TGI=精致搬砖人中选择某选项的人数百分比/线下咖啡消费人群中选择该选项的人数百分比*100

大数据·全洞察

精致搬砖人的咖啡店类型偏好度



数据来源：问卷调研

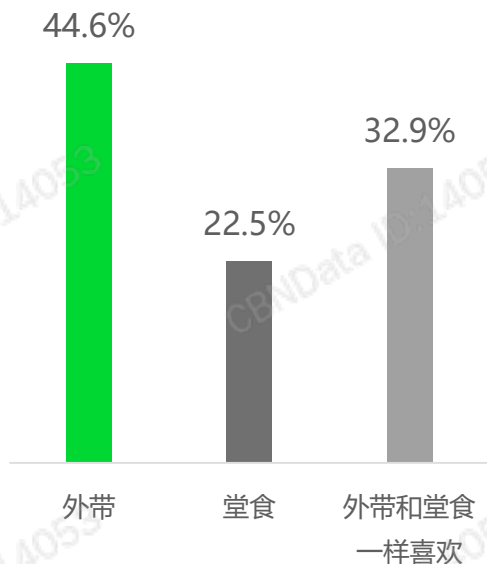
Q：请问您最经常在以下哪种线下咖啡店购买现磨咖啡？（多选）N=1,439

偏好度=精致搬砖人中选择某选项的人数百分比/线下咖啡消费人群中选择该选项的人数百分比

搬砖人效率至上，外带咖啡成常态

外带咖啡是精致搬砖人的咖啡消费常态，等餐时间是他们考量咖啡店的重要标准之一。相较整体人群来讲，精致搬砖人更经常在通勤路上和办公室附近购买咖啡。

精致搬砖人线下咖啡消费外带或堂食偏好



数据来源：问卷调研

Q：请问您在线下咖啡店购买现磨咖啡时，更喜欢外带还是堂食？（单选）N=1,439

精致搬砖人在意的线下咖啡店要素TGI TOP5

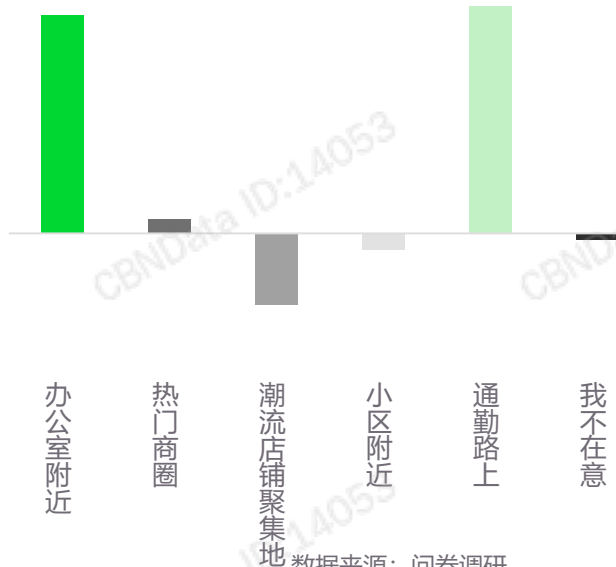


数据来源：问卷调研

Q：请问您在线下咖啡店消费时最看重以下哪些因素？（多选）N=1,439
TGI=精致搬砖人中选择某选项的人数百分比/线下咖啡消费人群中选择该选项的人数百分比*100

大数据·全洞察

精致搬砖人咖啡店地理位置偏好度



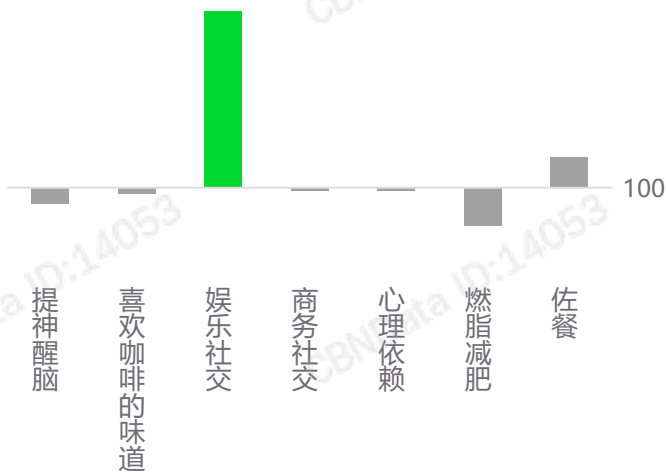
数据来源：问卷调研

Q：请问您最经常在以下哪种地方购买现磨咖啡？（多选）N=1,439
偏好度=精致搬砖人中选择某选项的人数百分比-线下咖啡消费人群中选择该选项的人数百分比

潮流文艺咖的咖啡态度之一：潮流至上爱探店

潮流文艺咖看重咖啡的娱乐社交属性，他们偏爱位于潮流店铺聚集地和热门商圈的咖啡店，打卡潮流店铺或潮流单品是他们光顾线下咖啡店的重要原因。

潮流文艺咖 咖啡消费动机TGI

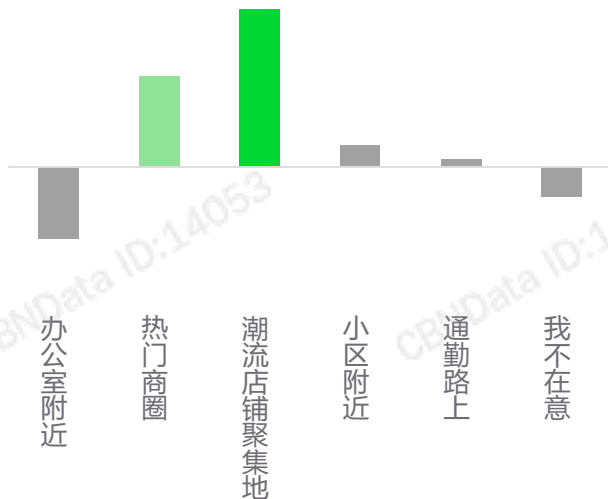


数据来源：问卷调研

Q：您购买咖啡的主要原因是？（多选）N=668

TGI=潮流文艺咖中选择某选项的人数百分比/线下咖啡消费人群中选择该选项的人数百分比*100

潮流文艺咖店铺地理位置偏好度



数据来源：问卷调研

Q：请问您最经常在以下哪种地方购买现磨咖啡？（多选）

N=1,439

偏好度=潮流文艺咖中选择某选项的人数百分比-线下咖啡消费人群中选择该选项的人数百分比

潮流文艺咖线下咖啡店消费驱动要素
TGI TOP1



数据来源：问卷调研

Q：请问您在线下咖啡店消费的主要原因是？（多选）N=668

TGI=潮流文艺咖中选择某选项的人数百分比/线下咖啡消费人群中选择该选项的人数百分比*100

潮流文艺咖的咖啡态度之二：颜值主义重包装

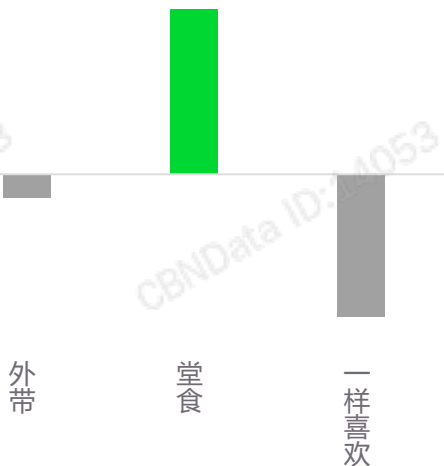
潮流文艺咖更加喜欢在咖啡店里堂食享受一杯咖啡，门店的装修风格和精致的咖啡包装是吸引他们的要素。

精致搬砖人

潮流文艺咖

品质探索家

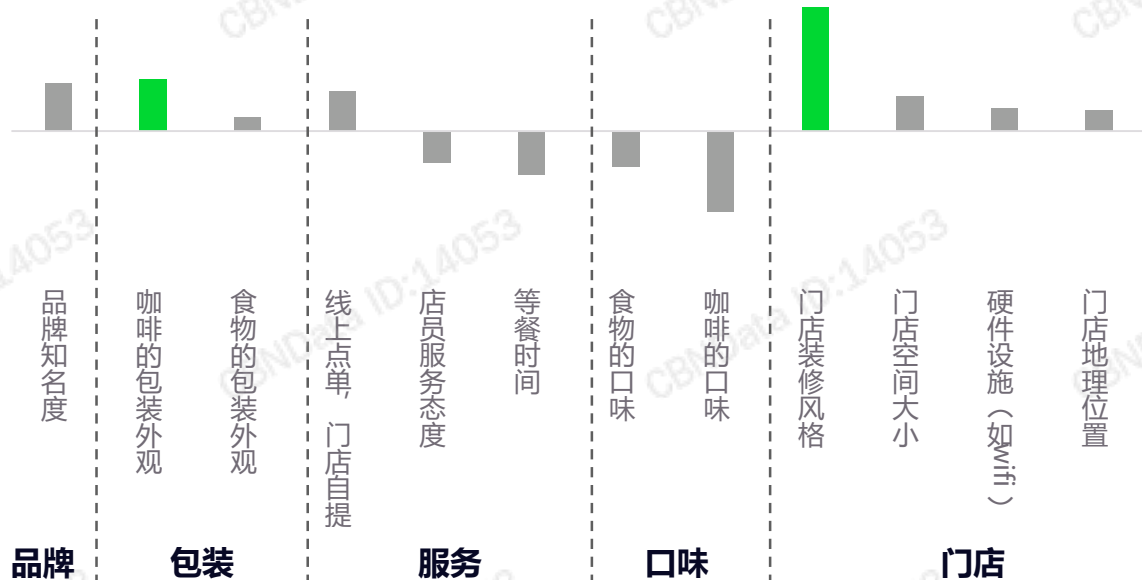
潮流文艺咖线下咖啡消费外带或堂食偏好度



数据来源：问卷调研

Q：请问您在线下咖啡店购买现磨咖啡时，更喜欢外带还是堂食？（单选） N=1,439
偏好度=潮流文艺咖中选择某选项的人数百分比-线下咖啡消费人群中选择该选项的人数百分比

潮流文艺咖线下咖啡店要素偏好度



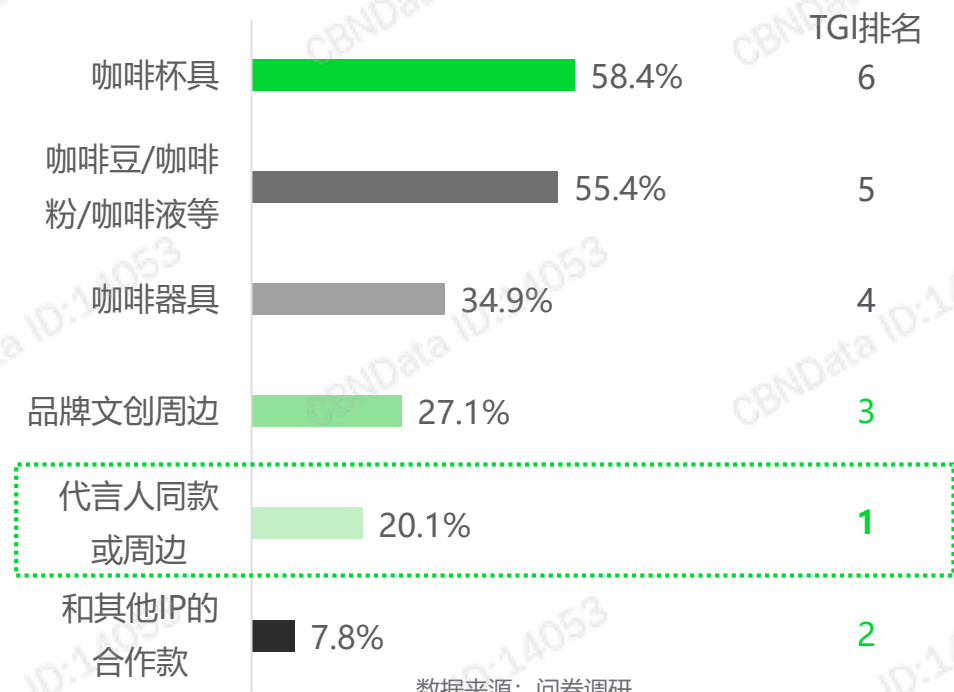
数据来源：问卷调研

Q：请问您在线下咖啡店消费时最看重以下哪些因素？（多选） N=1,439
偏好度=潮流文艺咖中选择某选项的人数百分比-线下咖啡消费人群中选择该选项的人数百分比

潮流文艺咖的咖啡态度之三：追星达人乐氪金

潮流文艺咖最爱购买的咖啡品牌衍生品是咖啡杯具和咖啡豆咖啡粉等。相较整体咖啡消费人群，潮流文艺咖更愿意购买咖啡品牌代言人同款或周边，追赶潮流和支持代言人是他们购买咖啡品牌衍生品的重要原因。

潮流文艺咖 咖啡品牌衍生品购买偏好及TGI排名

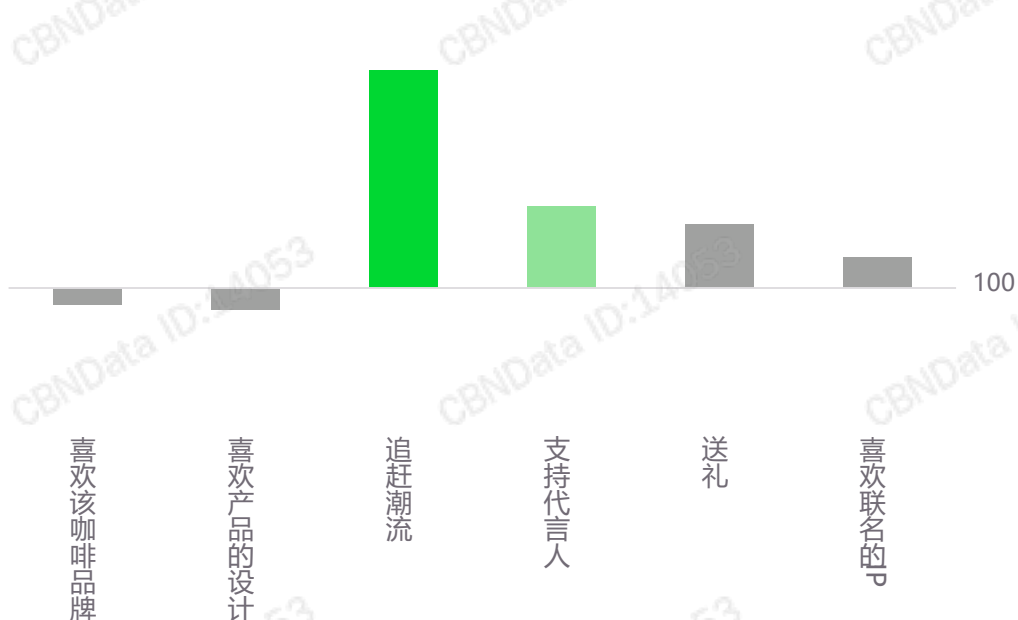


数据来源：问卷调研

Q：请问您购买过或打算购买以下哪种类型的咖啡品牌衍生品？（多选）N=668

TGI=潮流文艺咖中选择某选项的人数百分比/线下咖啡消费人群中选择该选项的人数百分比*100

潮流文艺咖 咖啡品牌衍生品消费动机TGI



数据来源：问卷调研

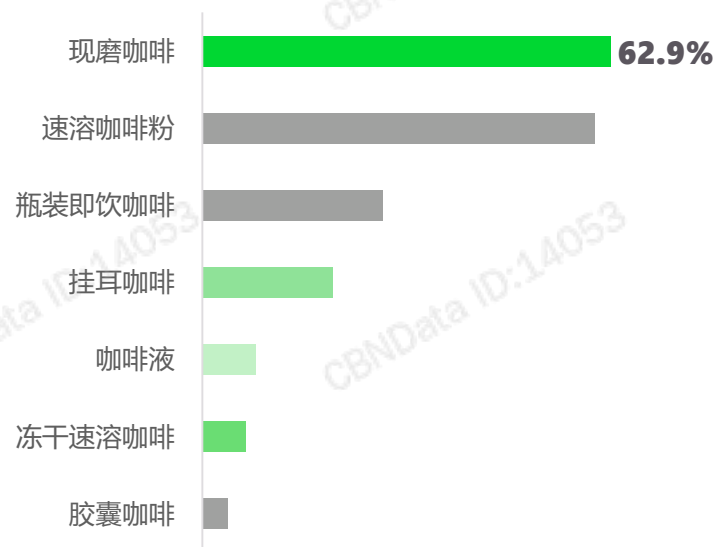
Q：请问您购买或打算购买咖啡品牌衍生品的主要原因是？（多选）N=668

TGI=潮流文艺咖中选择某选项的人数百分比/线下咖啡消费人群中选择该选项的人数百分比*100

口味的品质探索：咖啡豆是品质的分水岭

品质探索家最常购买的咖啡类型是现磨咖啡，他们对品质快咖啡的喜爱程度高于整体人群。在购买现磨咖啡时，品质探索家讲究咖啡豆的产地和烘焙方式。

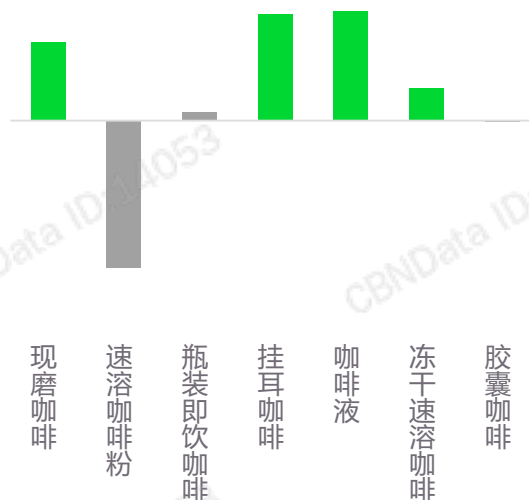
品质探索家咖啡消费类型



数据来源：问卷调研

Q：请问您最常消费以下哪种咖啡？（多选）N=593

品质探索家咖啡消费类型偏好度



数据来源：问卷调研

Q：请问您最经常消费以下哪种咖啡？（多选）N=593
偏好度=品质探索家中选择某选项的人数百分比-线下咖啡消费人群中选择该选项的人数百分比

品质探索家现磨咖啡要素偏好度



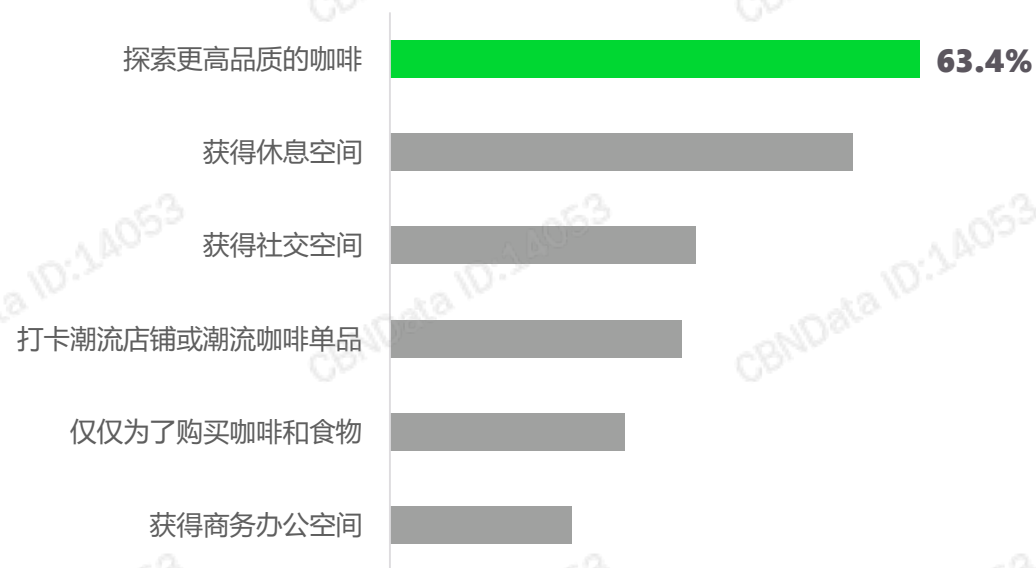
数据来源：问卷调研

Q：您在购买现磨咖啡时最看重如下哪些因素？（多选）N=373
偏好度=品质探索家中选择某选项的人数百分比-线下咖啡消费人群中选择该选项的人数百分比

店铺的品质探索：相比环境等因素更关注咖啡本身

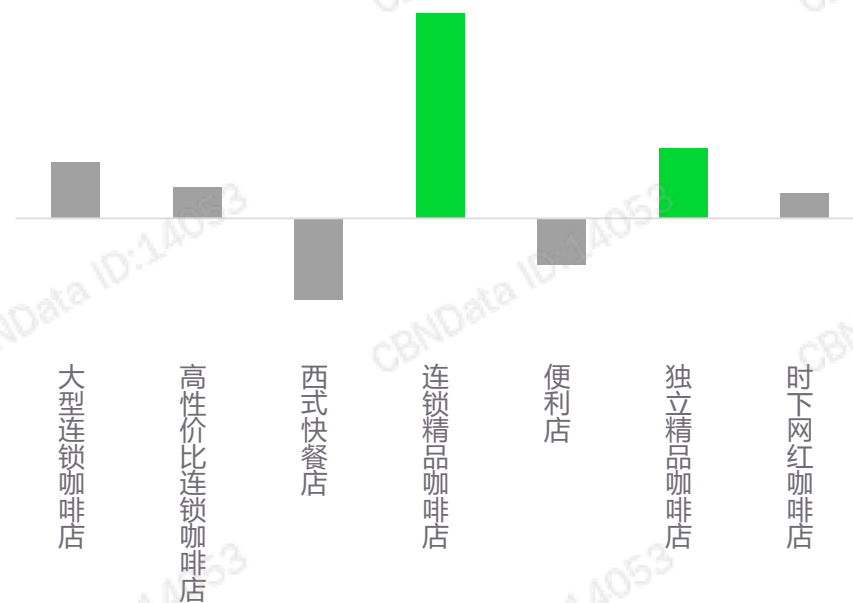
探索更高品质的咖啡是品质探索家线下咖啡消费的最主要原因，他们对连锁精品咖啡店和独立精品咖啡店喜爱有加。

品质探索家线下咖啡店消费动机



数据来源：问卷调研
Q：请问您在线下咖啡店消费的主要原因是？（多选）N=593

品质探索家的咖啡店类型偏好度

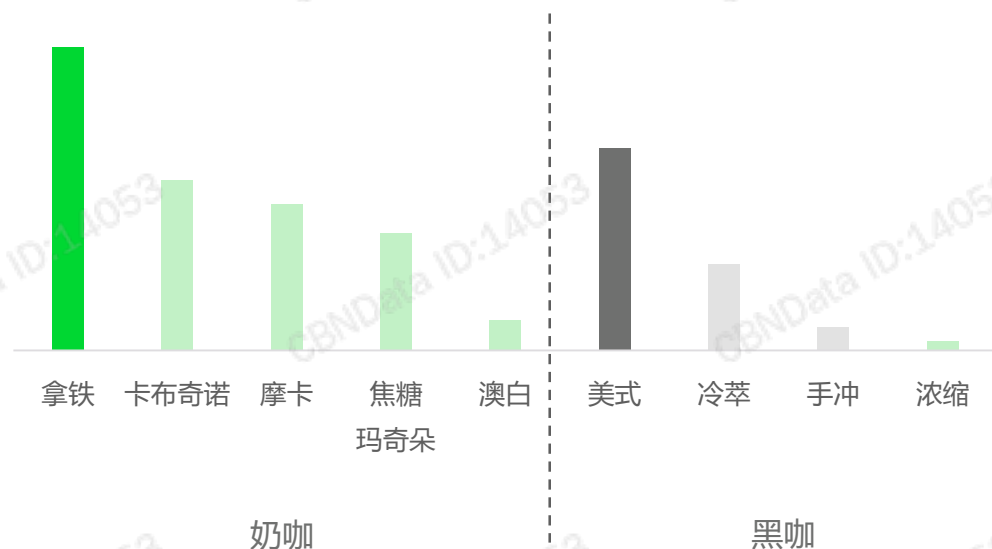


数据来源：问卷调研
Q：请问您最经常在以下哪种线下咖啡店购买现磨咖啡？（多选）N=593
偏好度=品质探索家中选择某选项的人数百分比-线下咖啡消费人群中选择该选项的人数百分比

搭配的品质探索：讲究咖啡，也讲究奶

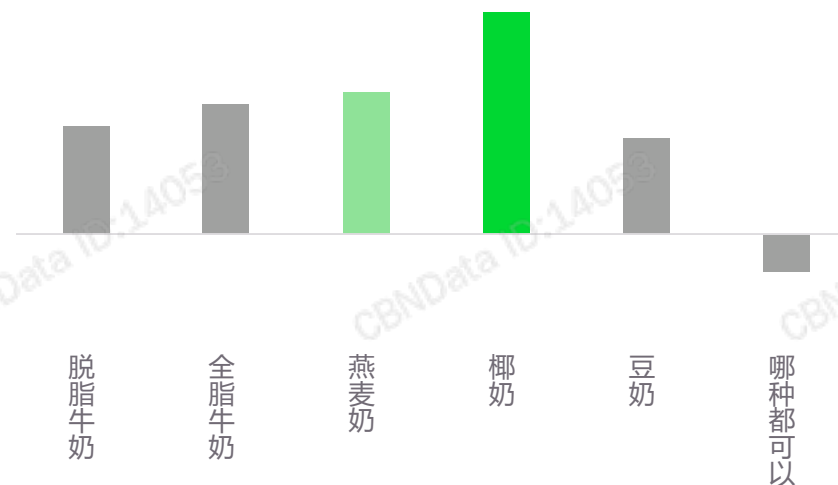
品质探索家最喜爱的咖啡类型是拿铁和美式，他们讲究奶的种类，燕麦奶和椰奶受到品质探索家的偏爱。

品质探索家不同类型咖啡消费



数据来源：问卷调研
Q：请问您最经常饮用以下哪种咖啡？（多选）N=593

品质探索家奶咖中奶的类型偏好度



数据来源：问卷调研
Q：请问您最喜欢咖啡中添加如下哪种奶？（多选）N=593
偏好度 = 品质探索家中选择某选项的人数百分比 - 线下咖啡消费人群中选择该选项的人数百分比

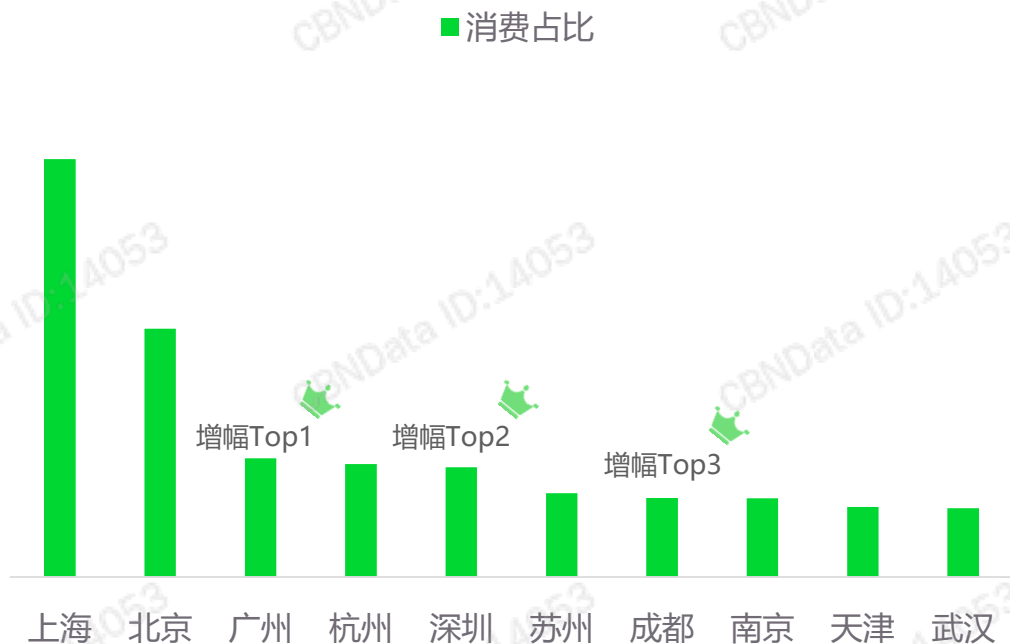


FOUR 趣味榜单

谁是最亮眼的咖啡之都？

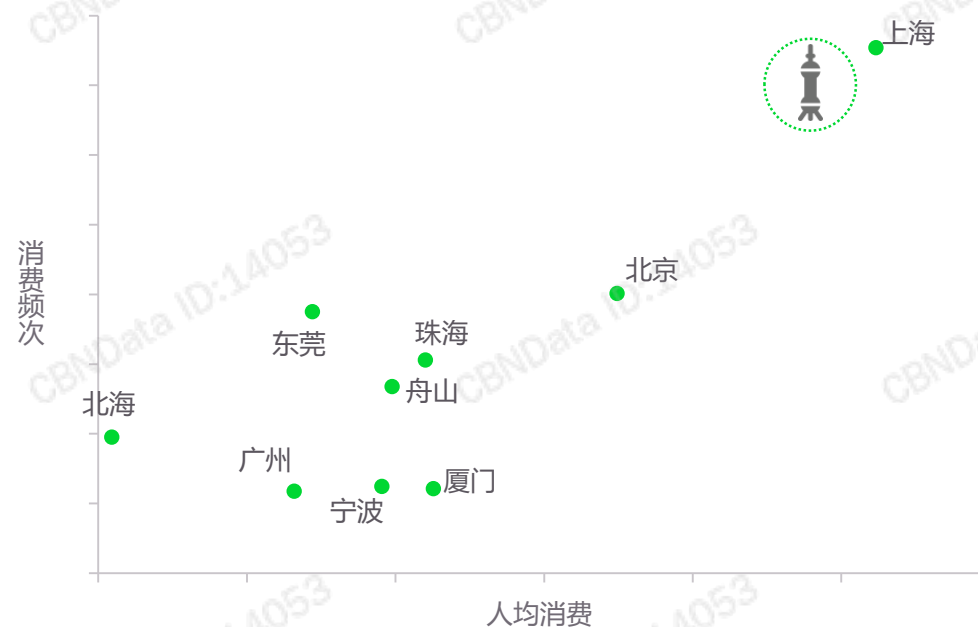
上海凭借遥遥领先的咖啡消费规模、人均消费规模和人均消费频次成为最亮眼的“咖啡之都”。北京紧随上海，聚集了大量的咖啡爱好者，而广州、深圳和成都的居民对咖啡热爱快速上升。

MAT2021 线上咖啡Top10城市消费



数据来源：CBNDATA消费大数据

MAT2021 线上咖啡高频消费Top10城市



数据来源：CBNDATA消费大数据

TOP10城市咖啡偏好大不同

在众多咖啡爱好者聚集的上海和北京，最受欢迎的是胶囊咖啡和冻干咖啡；而在增速亮眼的广州和深圳，咖啡豆深受欢迎，广州的咖啡青年最爱埃塞俄比亚的豆子，深圳的咖啡青年则偏爱巴拿马豆子。

MAT2021 TOP10城市咖啡类型喜爱度排名

城市	Top1	Top2	Top3
上海	胶囊咖啡	冻干咖啡	咖啡豆
北京	胶囊咖啡	冻干咖啡	咖啡粉
广州	咖啡豆	挂耳咖啡	咖啡粉
杭州	胶囊咖啡	冻干咖啡	挂耳咖啡
深圳	咖啡豆	挂耳咖啡	冻干咖啡
苏州	胶囊咖啡	即饮咖啡	咖啡豆
成都	冻干咖啡	胶囊咖啡	咖啡豆
南京	冻干咖啡	胶囊咖啡	挂耳咖啡
天津	即饮咖啡	冻干咖啡	咖啡粉
武汉	冻干咖啡	即饮咖啡	挂耳咖啡

数据来源：CBNData消费大数据

MAT2021 TOP10城市咖啡豆产地类型喜爱度排名

城市	Top1	Top2	Top3
上海	哥伦比亚	越南	巴西
北京	埃塞俄比亚	哥伦比亚	洪都拉斯
广州	埃塞俄比亚	巴拿马	洪都拉斯
杭州	卢旺达	印尼	巴拿马
深圳	巴拿马	埃塞俄比亚	哥伦比亚
苏州	印尼	牙买加	卢旺达
成都	埃塞俄比亚	巴拿马	哥伦比亚
南京	埃塞俄比亚	巴拿马	肯尼亚
天津	印尼	牙买加	哥伦比亚
武汉	越南	埃塞俄比亚	洪都拉斯

数据来源：CBNData消费大数据

上海青年咖啡店偏好大揭秘

位于热门商圈和办公室附近的咖啡店最适合上海人快节奏的生活，受到上海咖啡青年的喜爱。牌子响的大型连锁咖啡店和高性价比的连锁咖啡店是上海青年热衷的咖啡消费场所。

上海居民喜爱的咖啡店位置排名	
1	热门商圈
2	办公室附近
3	潮流店铺聚集地
4	通勤路上
5	小区附近

上海居民喜爱的咖啡店类型排名	
1	大型连锁咖啡店
2	高性价比的连锁咖啡店
3	西式快餐店
4	连锁精品咖啡店
5	便利店
6	独立精品咖啡店
7	时下网红咖啡店

数据来源：问卷调研

Q：请问您最经常在以下哪种地方购买现磨咖啡？（多选）N=305（所在城市为上海的受访者）

数据来源：问卷调研

Q：请问您最经常在以下哪种线下咖啡店购买现磨咖啡？（多选）N=305（所在城市为上海的受访者）

上海青年咖啡口味偏好大揭秘

咖啡的口味是上海咖啡青年在咖啡店消费时最在意的要素，他们最爱的咖啡口味是拿铁、美式和卡布奇诺。

上海居民在意的咖啡店要素排名	
1	咖啡的口味
2	品牌知名度
3	店员服务态度
4	门店地理位置
5	可以线上点单，门店自提

上海居民偏爱的咖啡口味排名	
1	拿铁
2	美式
3	卡布奇诺
4	摩卡
5	焦糖玛奇朵
6	冷萃
7	澳白
8	手冲
9	浓缩

数据来源：问卷调研

Q：请问您在线下咖啡店消费时最看重以下哪些因素？（多选）N=305（所在城市为上海的受访者）

数据来源：问卷调研

Q：请问您最经常饮用以下哪种咖啡？（多选）N=305（所在城市为上海的受访者）

DATA COVERAGE 数据说明



数据来源：

- CBNDData消费大数据

CBNDData消费大数据汇集阿里巴巴消费大数据、公开数据及多场景消费数据，全方位洞察消费特征和行业趋势，助力商业决策。

具体指标说明：

数据时间段: 2018.4.1-2021.3.31

人群标签：基于消费者在平台上一年的消费行为确定；

- 用户研究数据

本报告中消费者调研数据来自：
CBNDData于2021年5月发起的“2021中国青年咖啡消费态度调查”
调研有效样本数量：N=2,000

为了保护消费者隐私和商家机密，本报告所用数据均经过脱敏处理。

COPYRIGHT DECLARATION 版权声明

■ 本数据报告页面内容、页面设计的所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、标志、标识、商标、商号等）版权均归上海第一财经数据科技有限公司（以下简称“我司”）所有。

凡未经我司书面授权，任何单位或个人不得复制、转载、重制、修改、展示或以任何形式提供给第三方使用本数据报告的局部或全部的内容。

任何单位或个人违反前述规定的，均属于侵犯我司版权的行为，我司将追究其法律责任，并根据实际情况追究侵权者赔偿责任。

ABOUT US 关于我们

报告作者：贺琳哲

视觉设计：胡佩 王胜楠

联系我们：Data@cbndata.com

商务合作：BD@cbndata.com

加入我们：JOB@cbndata.com

■ 第一财经商业数据中心介绍：

第一财经商业数据中心（CBNData）隶属于上海文化广播影视集团（SMG），是由第一财经与阿里巴巴于2015年共同发起成立的，面向品牌企业提供数字化增长解决方案的大数据服务商。

依托SMG、第一财经及阿里巴巴的优势资源，CBNData以全域消费数据库为核心竞争优势，充分发挥全媒体势能，以AI技术为驱动，以多元场景为延展，面向品牌企业全面输出数据应用、内容运营、整合营销、销售转化等数字化增长服务。业务场景已覆盖传统零售与电商、互联网消费、内容社交、医疗教育、金融理财等多领域。

FOLLOW
US
关注我们

更多数据 扫码关注



CBNDATA官网



CBNDATA官方微信号

CBNDATA

第一财经商业数据中心

大数据 · 全洞察

