



日常化、刚需化，高速发展的咖啡消费呈现了哪些新趋势？



你一天喝几杯咖啡？研究显示，在一二线城市的带动下，咖啡消费浪潮正在逐步辐射至三、四线城市。拥有世界上最多咖啡馆的上海算得上是“中国咖啡消费之都”，咖啡消费额遥遥领先其他城市，杭州、苏州、成都等新一线城市则以极快的增速在追赶。在这背后，一个蓬勃的咖啡产业正在崛起。

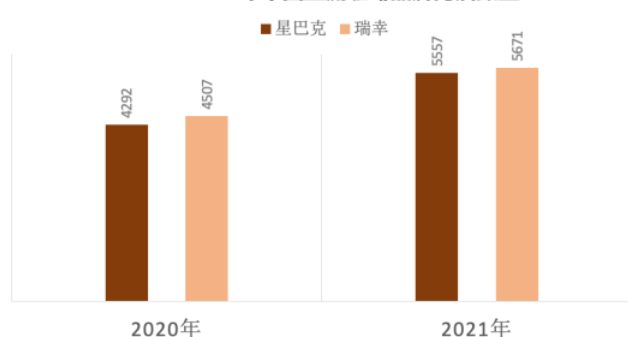
8月4日，在上海咖啡文化周开幕式上，阿里新服务研究中心联合饿了么、天猫咖啡共同发布《中国咖啡新浪潮——2022中国咖啡产业发展报告》（关注阿里研究院，回复“咖啡”，获取报告原文）。报告显示，中国咖啡市场正在高速发展，不断涌现的新企业正在推动产品品类多样化、品牌本地化和营销线上线下融合，反映出中国咖啡消费日常化、刚需化的消费新浪潮。



2021 年, 中国咖啡市场规模达 3817 亿元, 同比增长 27.2%。到 2025 年, 这一产业市场规模将超过万亿。中国 2021 年咖啡豆进口量首次突破 10 万吨, 达到 12.28 万吨。尽管中国咖啡总消费量与人均消费量远低于欧美、日韩等成熟市场, 但庞大的市场基数和惊人的增速证明了市场潜力。根据天猫和饿了么的数据, 2021 年中国线上咖啡消费群体是 2019 年的 1.5 倍。

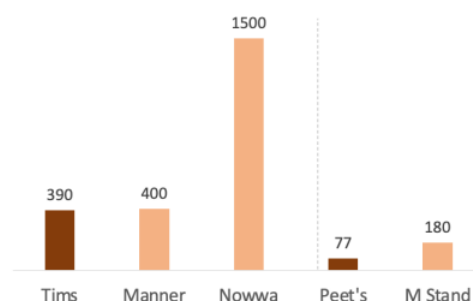
巨大的潜力吸引了越来越多企业入局中国咖啡市场。报告显示, 中国现有咖啡相关企业 15.9 万家。其中, 2021 年新增企业 2.59 万家, 同比增长 12.5%。换句话说, 在 2021 年, 平均每天就有 70 家咖啡相关企业注册成立。

2020-2021年中国主流咖啡品牌门店数量



- 数据说明: 瑞幸2021年门店数量为截至2021年第三季度
- 数据来源: 星巴克财报、瑞幸财报, 阿里新服务研究中心分析

2021年咖啡新势力品牌门店数量



- 数据来源: 品牌官网、媒体公开报道, 阿里新服务研究中心分析

2021 年, 星巴克中国一年新开咖啡馆 1000 多家, 总量达到 5500 家。

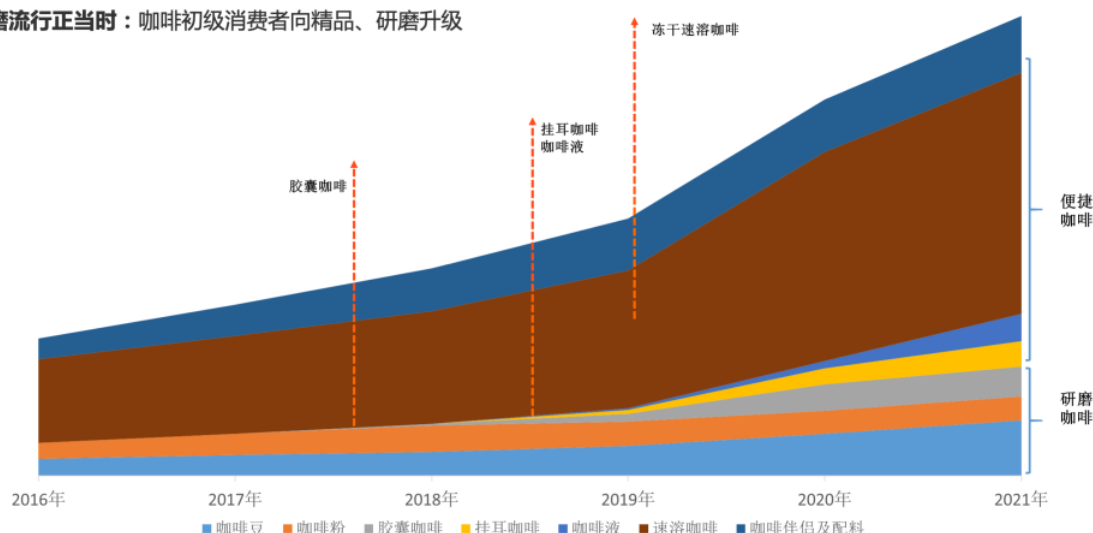
近几年进入中国市场的美国皮爷 (Peet's Coffee) 和加拿大 Tims 也都在中国迅速扩大门店规模。与此同时，一众国产咖啡品牌涌现，瑞幸咖啡在门店规模上已经追上星巴克，Manner、Nowwa、M Stand 等后起之秀不断崛起，本土品牌迎来迅猛扩张期。另外，中国邮政、中国石油、中国石化、同仁堂、万达、运动品牌李宁等传统行业巨头也都看好咖啡行业前景，纷纷跨界售卖咖啡。

品类新趋势：便捷咖啡引领5年增长，研磨流行正当时

—阿里巴巴本地生活—
饿了么 口碑

天猫Cafe

- 新技术带来新风味：挂耳咖啡、咖啡液、冻干速溶咖啡，技术升级带来新口味
- 研磨流行正当时：咖啡初级消费者向精品、研磨升级



• 数据来源：淘宝、天猫平台；阿里新服务研究中心分析

报告发现，在新的消费浪潮下，中国咖啡市场正呈现一些新趋势。首先，咖啡产品种类愈发丰富。人们对咖啡的认知不再拘泥于传统的速溶咖啡粉，研磨咖啡、便捷咖啡、即饮咖啡、现磨咖啡等种类让消费者有更多的选择。胶囊、挂耳、浓缩液和冻干等品类顺应了消费者不断升级的要求。另外，咖啡机、磨豆机、咖啡壶等用具的销量也在迅速提升。

品牌新趋势：国货咖啡品牌在近年内相继崛起

—阿里巴巴生态生活—
饿了么 口碑

天猫Cafe

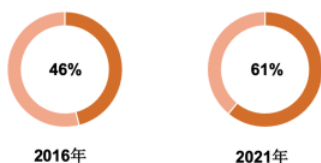
国货品牌深耕中国市场，在品类、口味、包装等方面做出创新。同时，借助电商的发展，新品牌的获客成本大大降低，消费者口碑相传，对国货咖啡品牌的认可度越来越高。

- 国产品牌咖啡豆的销售额占比从2016年的46%上升到2021年的61%。

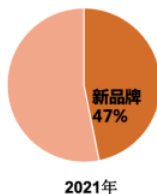
- 2021年国产品牌咖啡豆销售额的近一半是由新品牌（2015年以后成立的品牌）创造的。

- 2021年国产品牌咖啡豆的销售额是2016年的4.3倍，五年复合增速34%，是国际品牌增速的1.6倍。

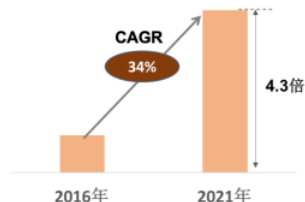
国产品牌咖啡豆的销售额占比



新品牌创造近一半销售额



国产品牌咖啡豆销售额增速



• 数据来源：天猫淘宝，阿里新服务研究中心分析

其次，国货品牌在咖啡市场逐渐崛起。国产咖啡豆品牌 2021 年市场占比首次超过一半，销售额五年复合增长率是国际品牌豆的 1.6 倍。国产咖啡品牌迅速崛起，三顿半、隅田川、永璞进入咖啡及相关产品销售额前十。

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_47331

