

CBNDATA × TMALL  
第一财经商业数据中心

# 2019年 线上咖啡行业趋势洞察

© 2019 CBNDData. All rights reserved.



# 目录 Content

1

Part1: 线上咖啡市场发展概况

2

Part2: 线上咖啡行业消费者洞察

3

Part3: 线上咖啡行业品类趋势洞察



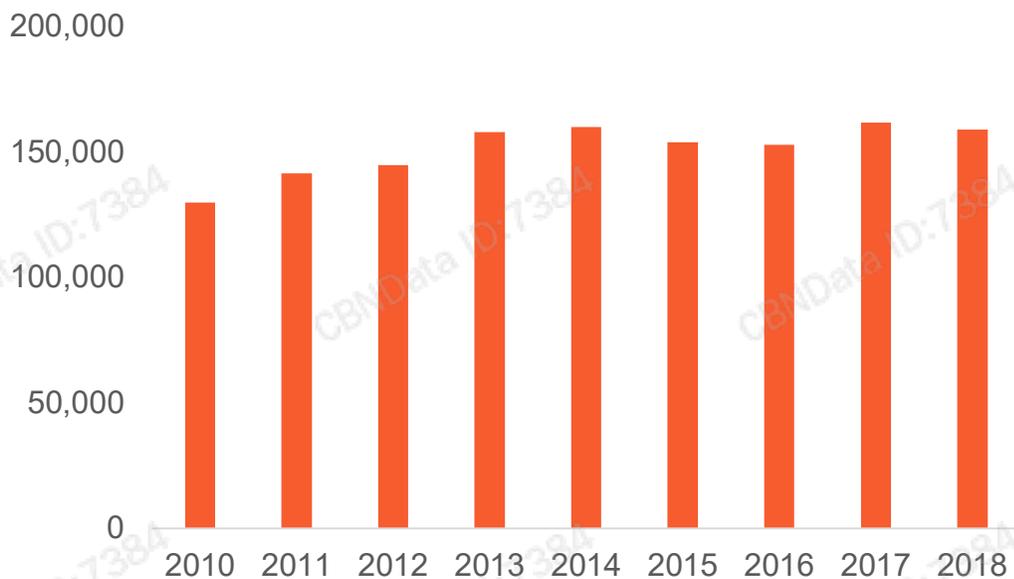


# 线上咖啡市场发展概况

## 中国咖啡消费者对咖啡需求量日益提升

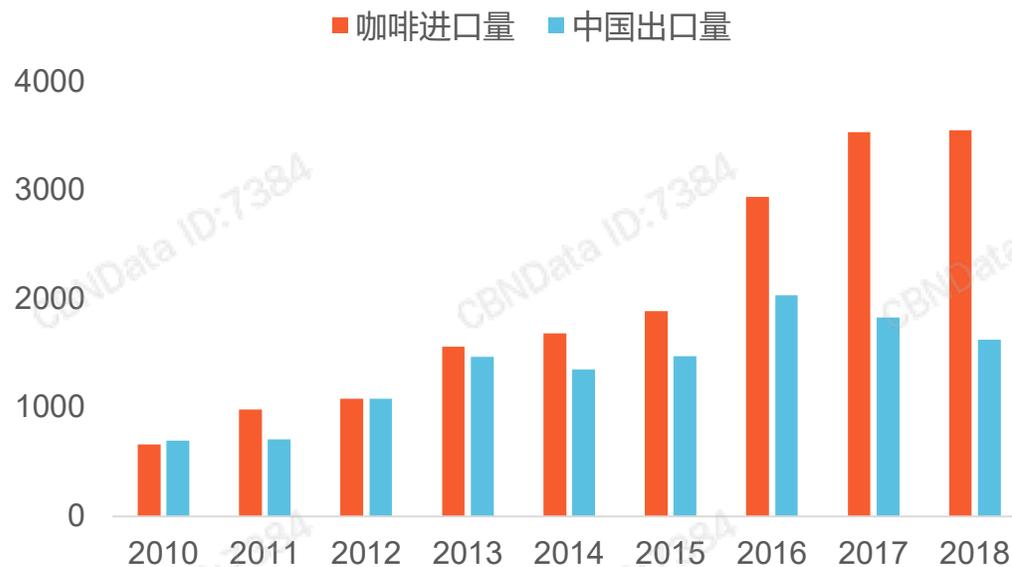
根据USDA全球供需报告显示，全球生咖啡产量保持在1.5亿袋（每袋60kg），而中国的生咖啡进口量在逐年保持高速提升，中国消费者的咖啡消费趋于成熟，并且需求量日益提升。

2010-2018年 全球生咖啡产量(千袋/60kg)



数据来源：United States Department of Agriculture

2010-2018年 中国生咖啡进出口量(千袋/60kg)

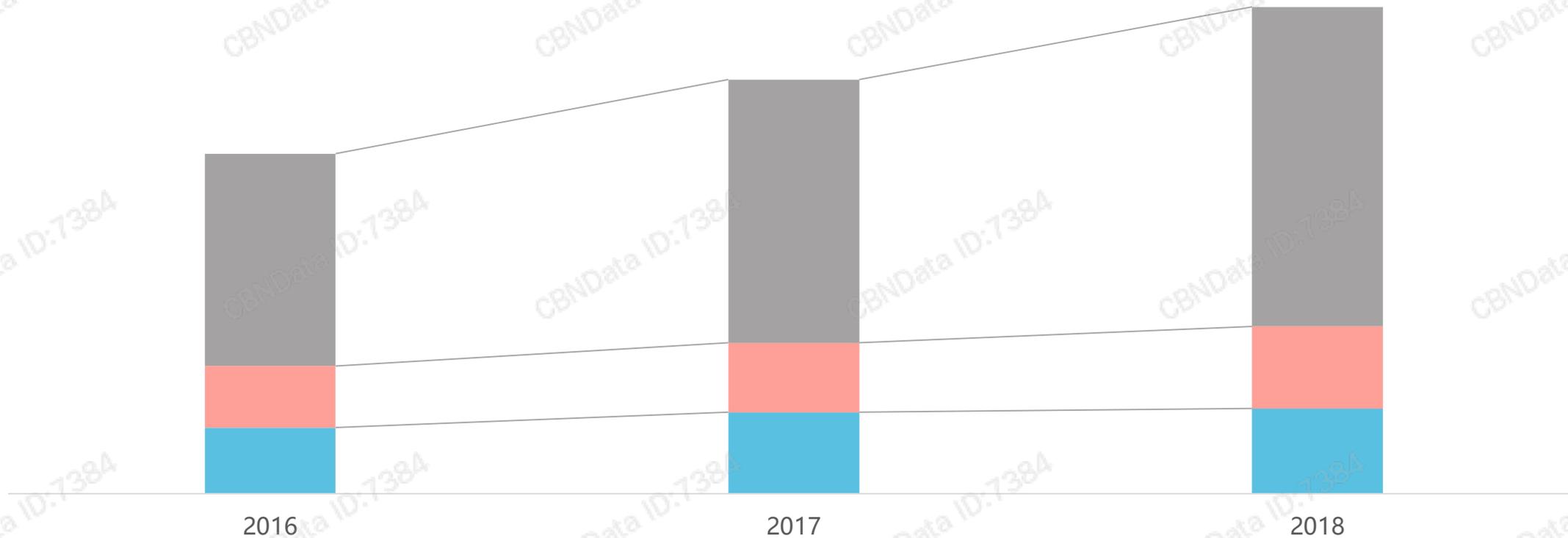


数据来源：United States Department of Agriculture

伴随消费者对咖啡需求加深，近三年咖啡市场规模稳步扩大，并带动咖啡器具、咖啡机等相关用品消费热度提升

2016-2018 线上咖啡及相关用品市场交易规模

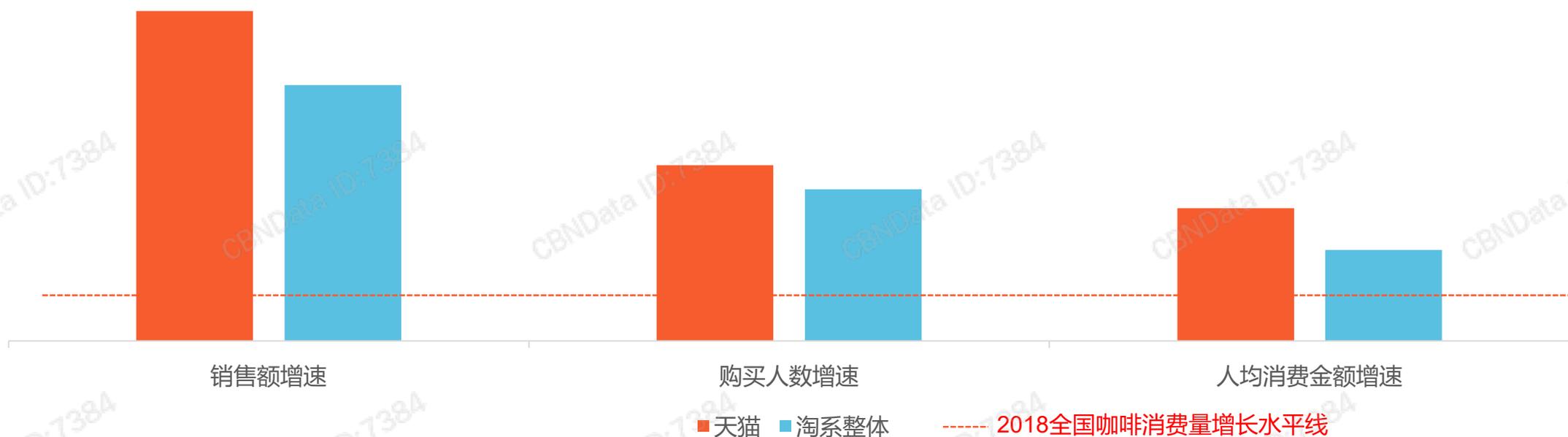
■ 咖啡器具 ■ 咖啡机 ■ 咖啡



## 天猫平台高速增长，引领国内咖啡行业高速增长

天猫平台成为线上咖啡消费主要阵地，销售额同比增速大幅度高于淘系整体，购买人数和人均消费额快速增长，各项增长指标远超过2018年全国咖啡消费量增长水平。

2018年天猫平台咖啡各项增长指标vs淘系整体

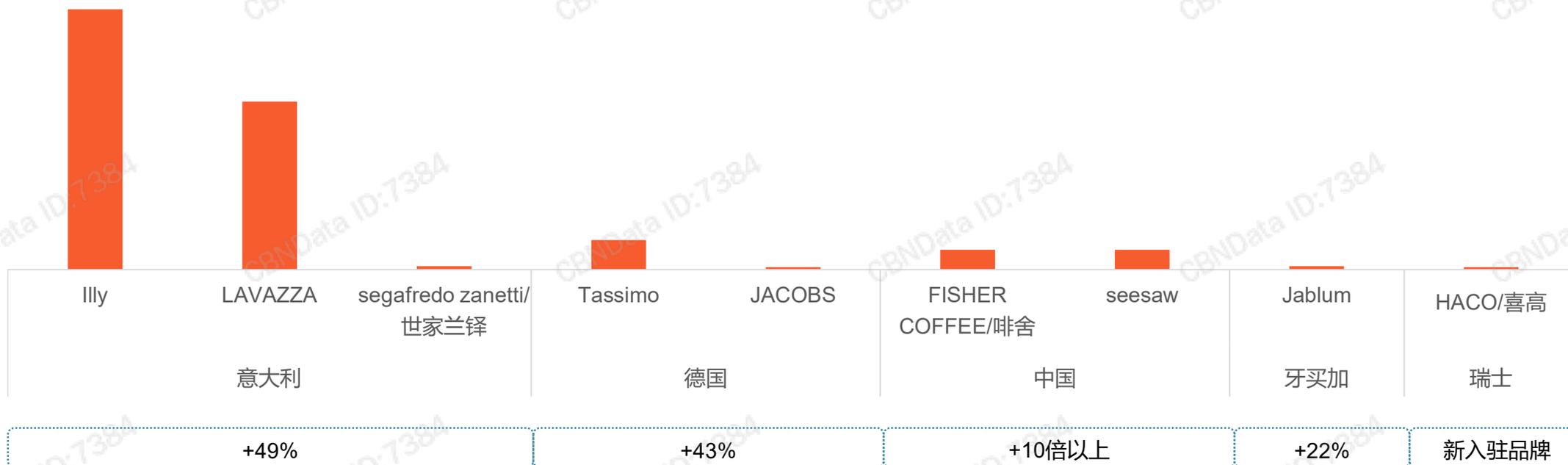


数据来源：CBNDATA消费大数据

## 消费品质不断提升，全球TOP品牌咖啡进驻天猫平台后快速增长

2018年全球咖啡巨头JDE旗下Tassimo、Moccona、Jacobs及LOR等品牌以及德国TOP品牌奇堡/大卫杜夫/dallmayr全球知名品牌陆续入驻天猫专业平台，全球咖啡祖师爷Peets、中国精品咖啡代表fisher/Seesaw/鹰集/greybox等品牌登陆天猫，牙买加高端国礼蓝山咖啡Jablum旗舰店开业，咖啡消费者选择性将更加多样化。

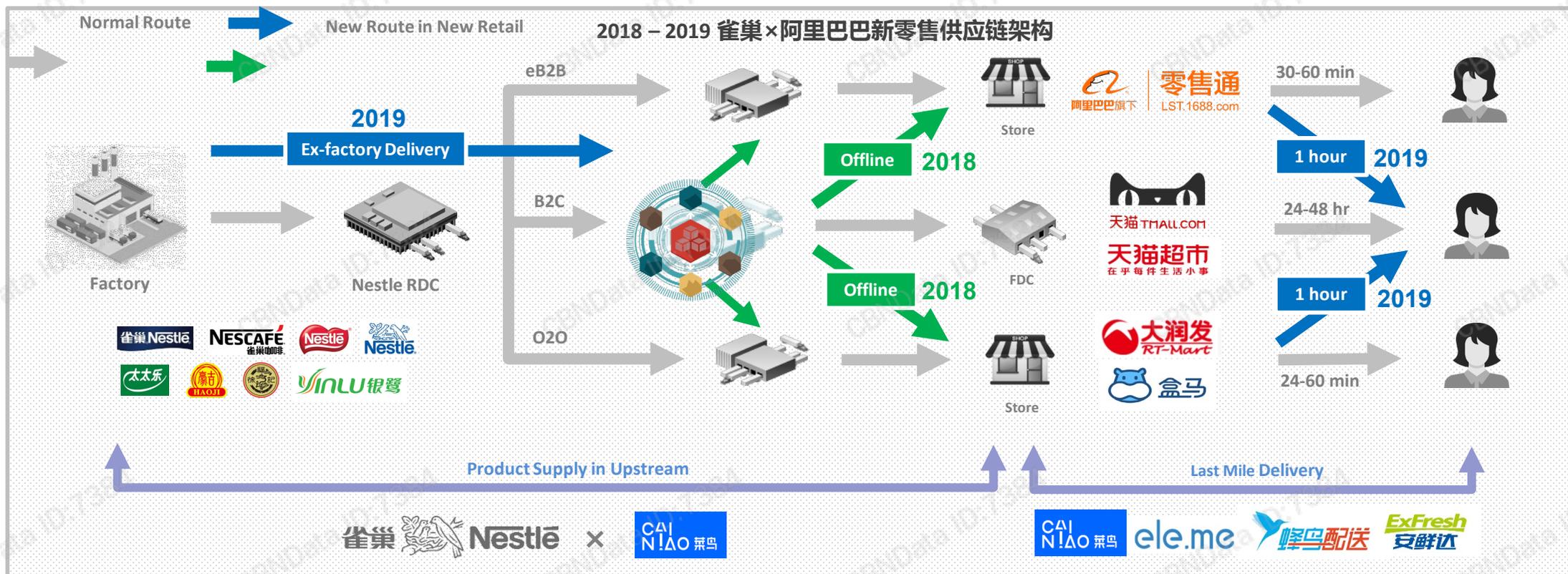
2018 各国中高档咖啡品牌在天猫平台交易规模及增速



数据来源：CBNDATA消费大数据

# 传统巨头拥抱新零售，驱动咖啡消费体验升级

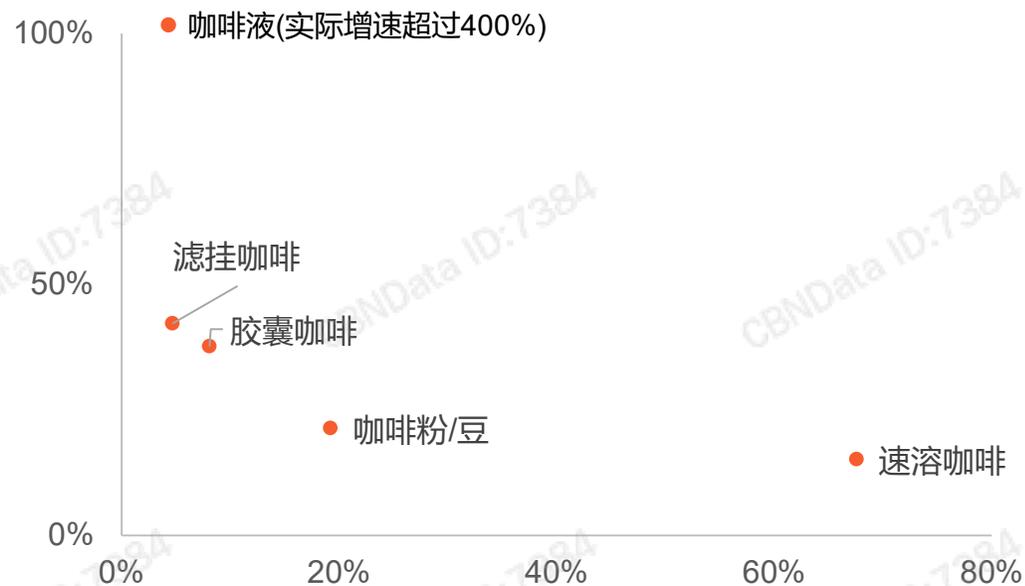
雀巢联合阿里巴巴打造新零售供应链，通过优化上游供应链，线上线下共享产品链，为消费者提供更加便捷、新鲜、及时的消费体验。



## 线上咖啡种类更多元，咖啡液成为黑马品类

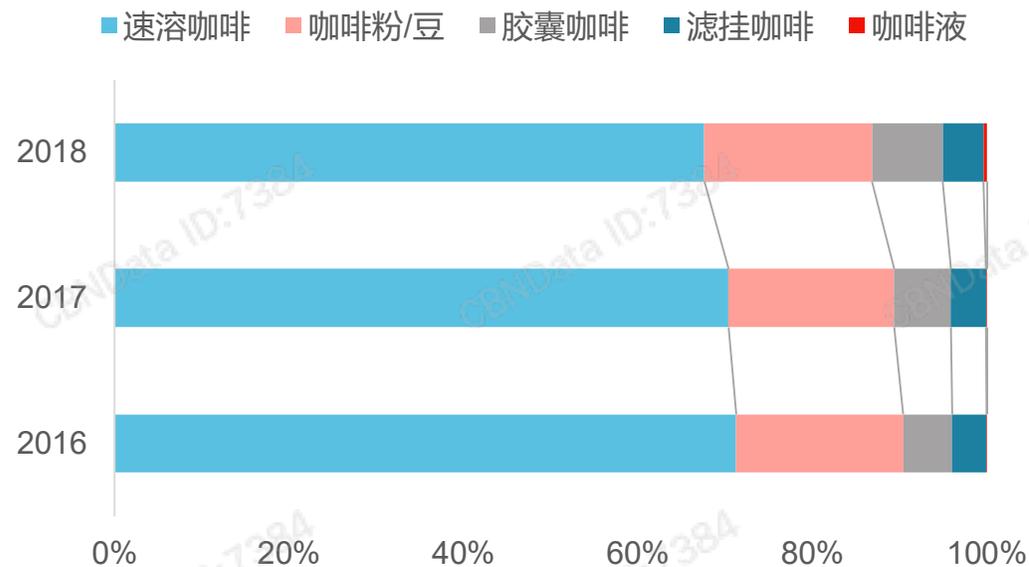
速溶咖啡占据近七成市场份额，销售额占比逐渐下降，滤挂咖啡、胶囊咖啡增速突出，市场占比大幅度提升；新兴品类市场崛起，2018年咖啡液销售猛增，销售额同比提升4倍左右。

2018年各类型咖啡销售额占比及增速



数据来源：CBNData消费大数据

2016-2018 各类型咖啡销售额占比



数据来源：CBNData消费大数据

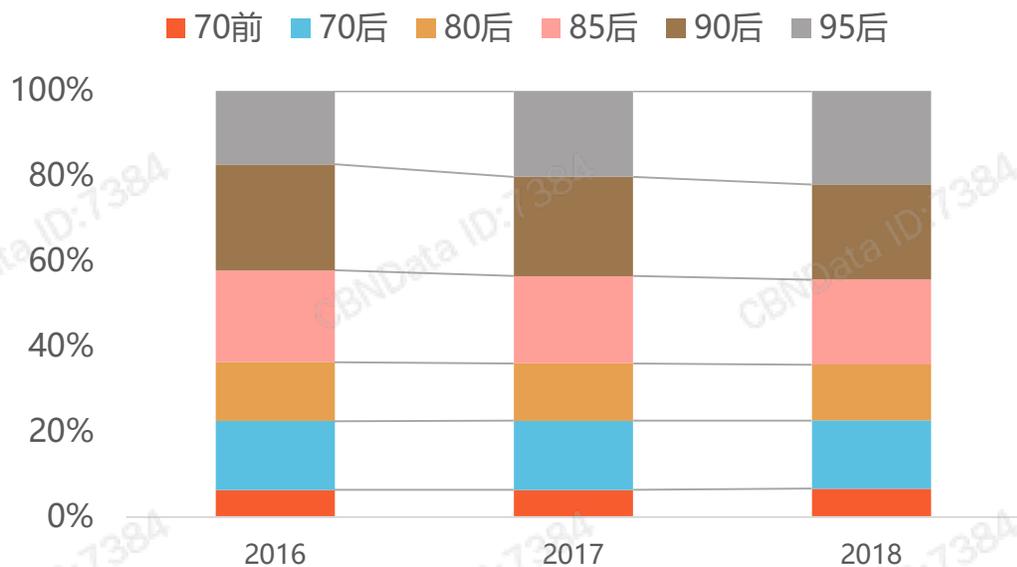


# 线上咖啡行业消费者洞察

## 95后年轻人群成为咖啡消费主力人群

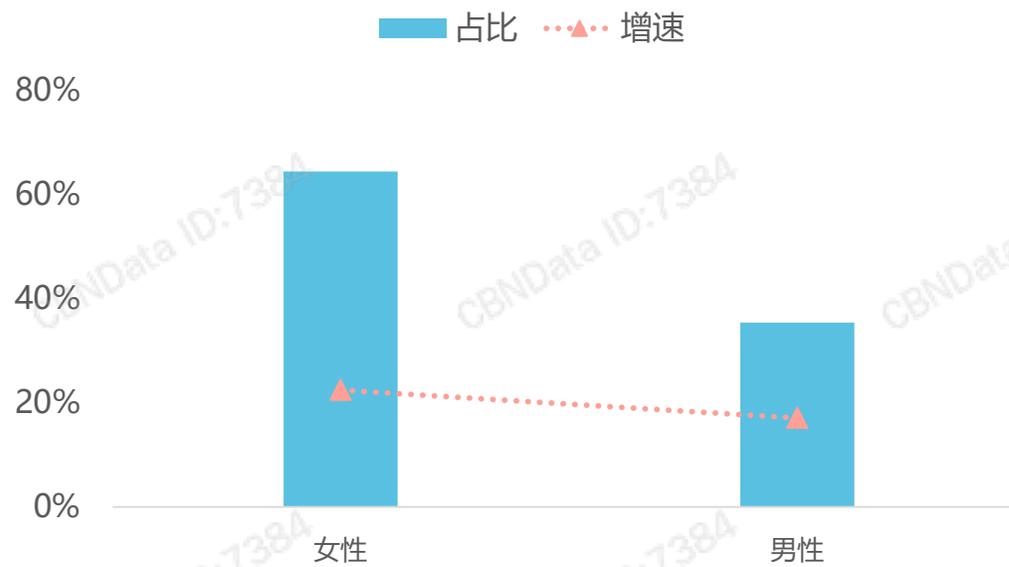
90后和95后成为线上咖啡消费主力军，其中95后消费者人数占比提升明显，2018年95后人数占比达两成以上。女性占比六成以上，女性和男性消费者人数均呈现明显增长趋势。

2016-2018 线上咖啡行业各代际购买人数占比



数据来源：CBNDATA消费大数据

2018 线上咖啡购买人群各性别人数占比及增速



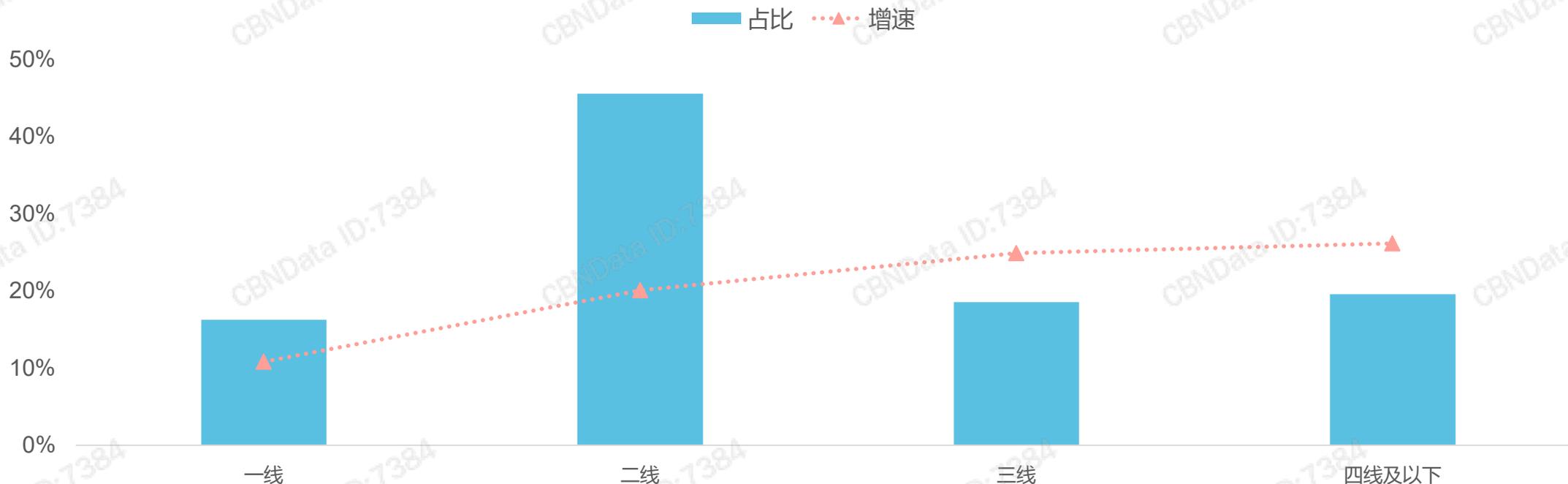
数据来源：CBNDATA消费大数据

## 二线城市咖啡消费需求旺盛，低线城市消费者增速突出

线上咖啡消费群体集中在二线城市，人数占比接近五成；

三线城市和四线及以下城市人数增速提升更为明显。

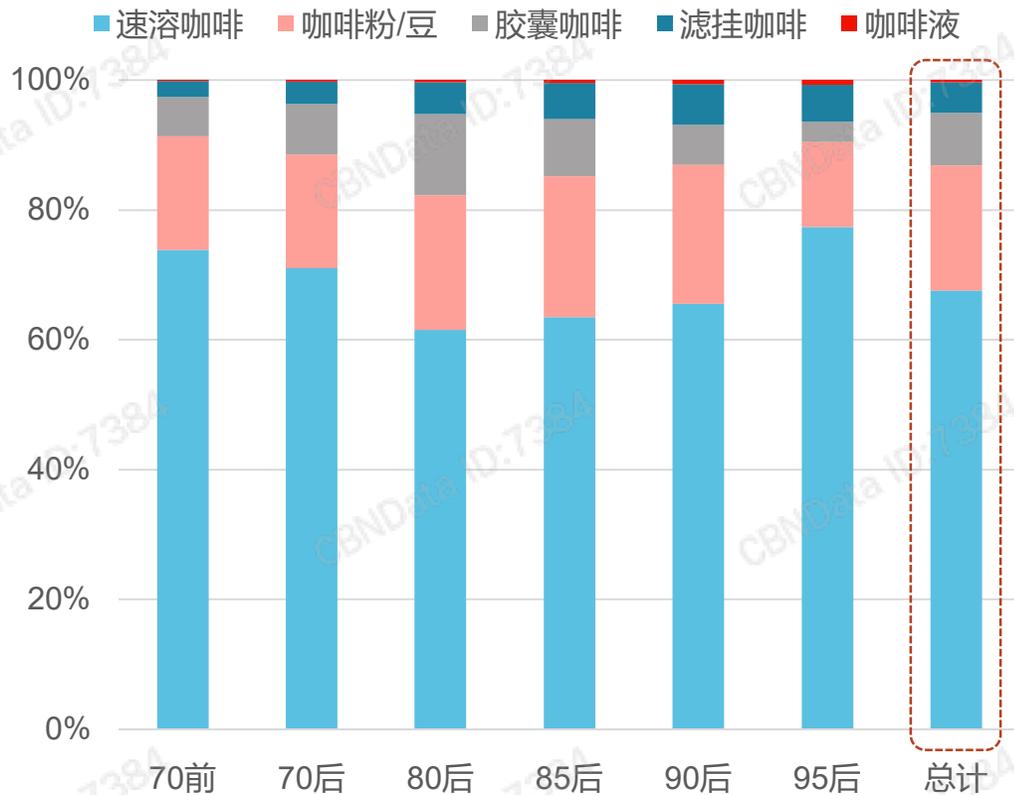
2018 线上咖啡购买人群各城市线级人数占比及增速



数据来源：CBNDATA消费大数据

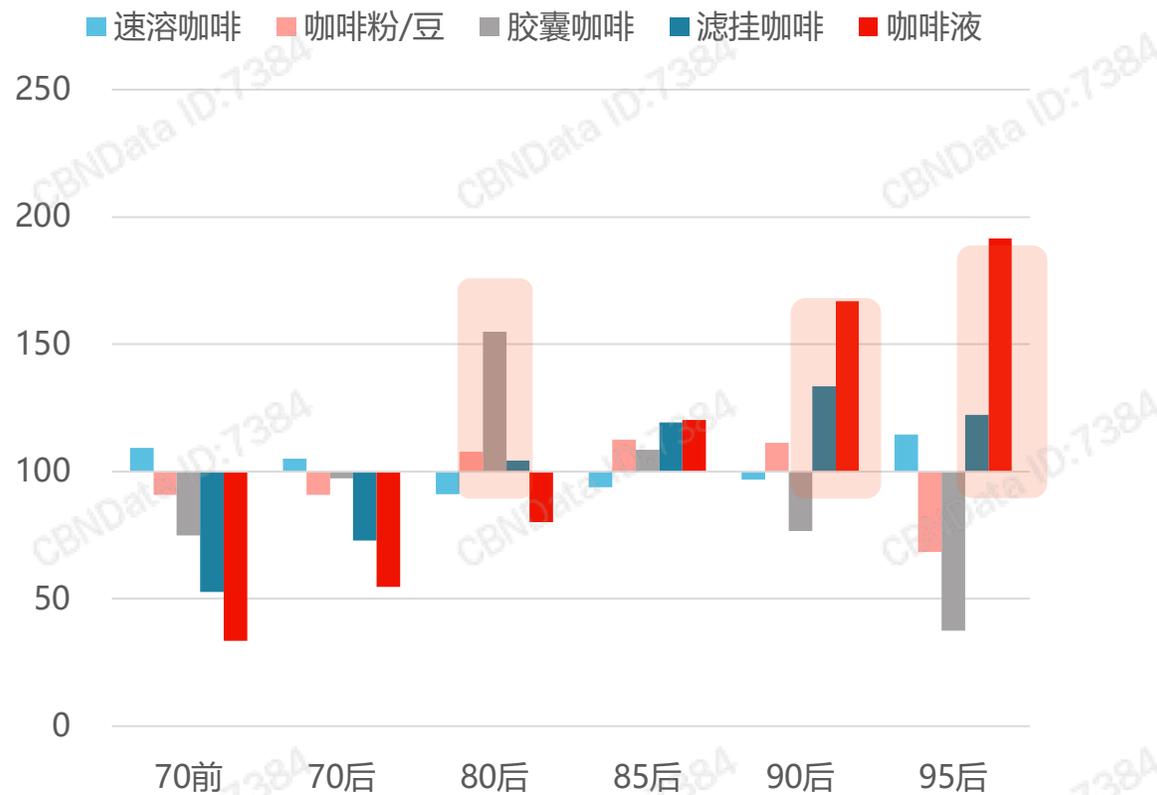
# 80后偏好胶囊咖啡、90/95后对滤挂咖啡和咖啡液偏好度更高

2018 各代际人群消费各类型咖啡销售额占比



数据来源：CBNDATA消费大数据

2018 不同代际人群购买各类型咖啡TGI偏好

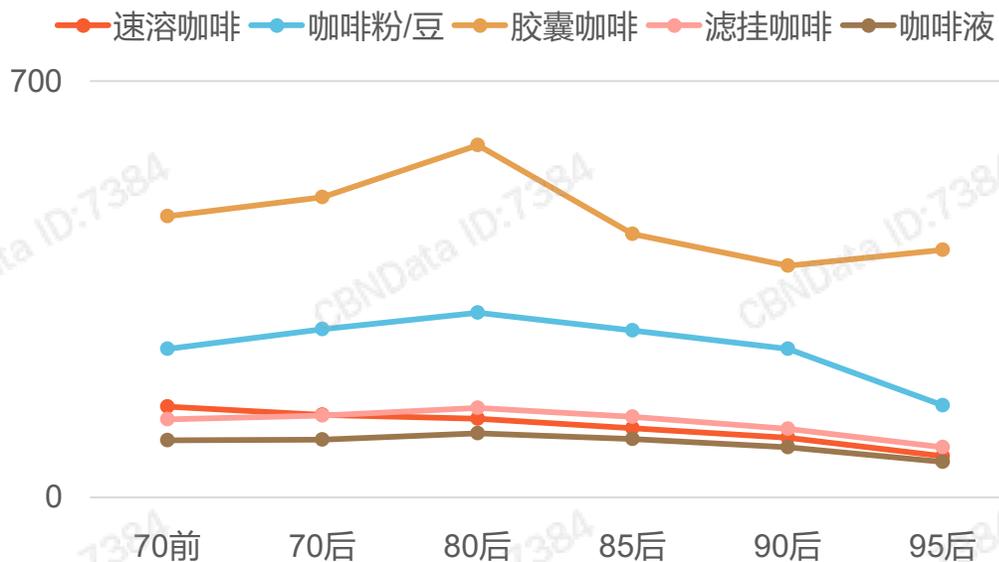


数据来源：CBNDATA消费大数据

## 80后消费实力最强，年轻人群购买力提升明显

70前/70后和80后购买力更强，其中80后在胶囊咖啡的人均年客单价接近600元；  
90后和95后在各品类的人均年消费金额增速较其他年龄段更快，购买力提升明显。

2018 各代际消费者购买咖啡人均年客单价



数据来源：CBNDATA消费大数据

2018 各代际消费者购买咖啡人均年客单价增速



数据来源：CBNDATA消费大数据

## 各年龄段人群咖啡品牌偏好

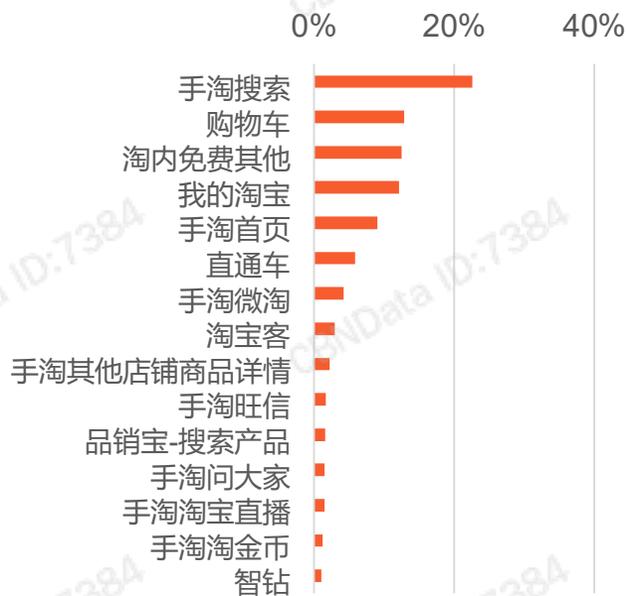
品类	序号	70后	85后	95后
速溶咖啡	1	Nescafe/雀巢咖啡	Nescafe/雀巢咖啡	Nescafe/雀巢咖啡
	2	G7/中原	G7/中原	中啡
	3	LIM'S	MAXWELL HOUSE/麦斯威尔	G7/中原
	4	中啡	LIM'S	LIM'S
	5	OldTown/旧街坊	OldTown/旧街坊	MAXWELL HOUSE/麦斯威尔
咖啡粉/豆	1	ILLY	ILLY	TASOGARE/隅田川
	2	LAVAZZA/拉瓦萨	LAVAZZA/拉瓦萨	ILLY
	3	柯林	starbucks/星巴克	柯林
	4	starbucks/星巴克	柯林	starbucks/星巴克
	5	SINLOY	FISHER COFFEE/啡舍	FISHER COFFEE/啡舍
胶囊咖啡	1	NESPRESSO/奈斯派索	NESPRESSO/奈斯派索	NESPRESSO/奈斯派索
	2	DOLCE GUSTO	DOLCE GUSTO	DOLCE GUSTO
	3	Nescafe/雀巢咖啡	Nescafe/雀巢咖啡	agf
滤挂咖啡	4	Tassimo	Tassimo	Nescafe/雀巢咖啡
	5	ILLY	ILLY	Tassimo
	1	TASOGARE/隅田川	TASOGARE/隅田川	TASOGARE/隅田川
	2	柯林	UCC/悠诗诗	UCC/悠诗诗
	3	UCC/悠诗诗	柯林	歌睿兹
咖啡液	4	ILLY	ILLY	柯林
	5	歌睿兹	三顿半	三顿半
	1	agf	agf	agf
	2	日食记	日食记	日食记
	3	TASOGARE/隅田川	永璞	永璞
	4	永璞	TASOGARE/隅田川	AGF Blendy
	5	柯林	柯林	TASOGARE/隅田川

## 消费者购买渠道偏好 | 95后购买方式更新潮，对“手淘外卖”偏好最高

从70后、85后、95后各渠道偏好来看，70后更注重性价比，对淘金币、淘抢购和聚划算偏好最高；85后对淘宝直播兴趣强烈；95后则对手淘外卖渠道偏好最高，此外，微淘、每日好店、问大家等内容频道也受到95后高度青睐。

2018 咖啡行业无线端流量渠道

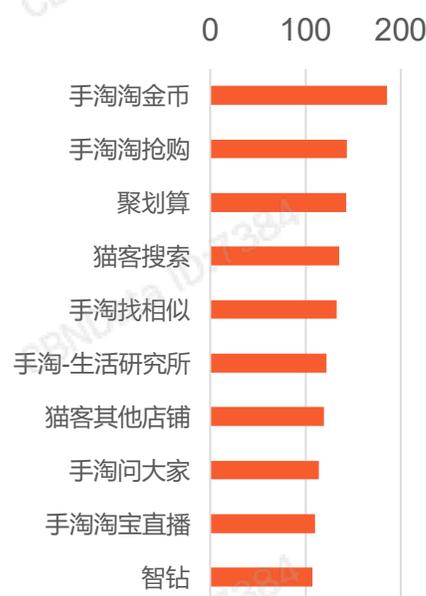
TOP15渠道PV占比



数据来源：CBNDATA消费大数据

70后TGI偏好TOP10

流量渠道



数据来源：CBNDATA消费大数据

85后TGI偏好TOP10

流量渠道



数据来源：CBNDATA消费大数据

95后TGI偏好TOP10

流量渠道



数据来源：CBNDATA消费大数据



# 线上咖啡行业品类趋势 洞察

# 夏日特饮冷泡喝



## “冷喝” 速溶咖啡兴起

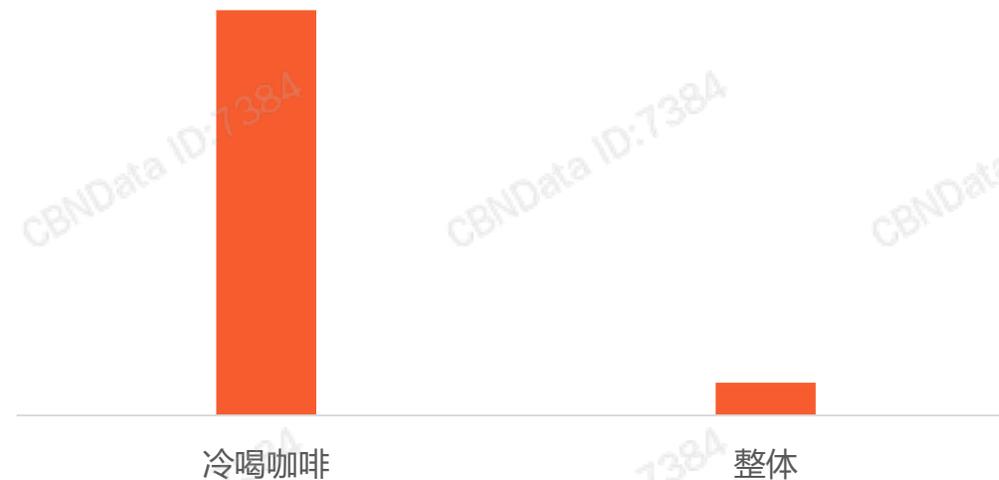
“冷喝”咖啡兴起，近两年来在线上呈爆发式增长；随着冷喝咖啡的种类越来越多变，线上冷喝咖啡成为新兴品类，越来越受到消费者欢迎。

2016-2018年 线上冷泡咖啡消费趋势



数据来源：CBNDATA消费大数据

2018年 线上冷泡咖啡消费人数增速



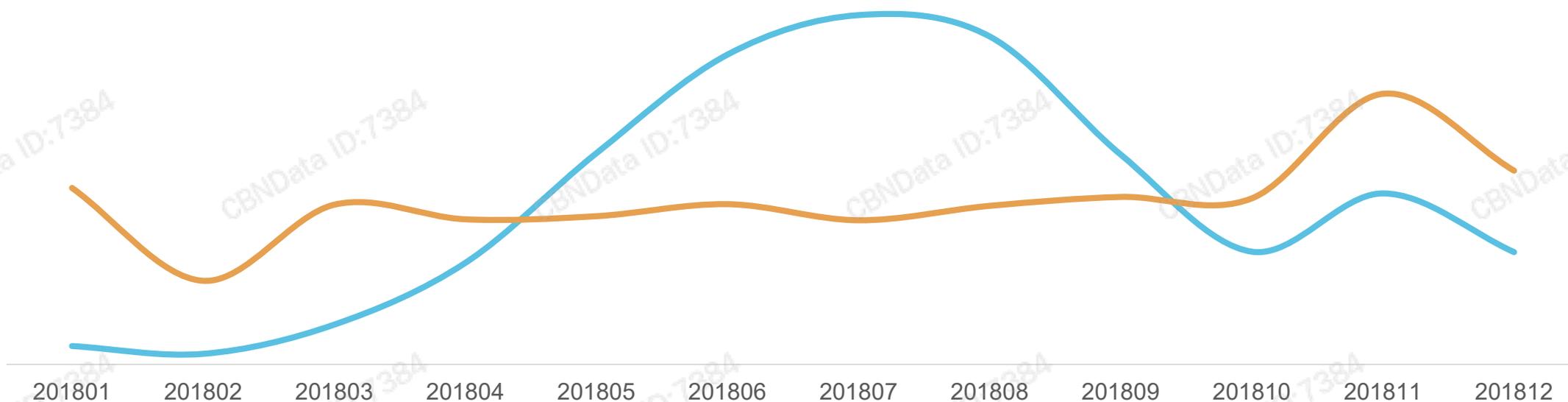
数据来源：CBNDATA消费大数据

## 春季和夏季是冷泡咖啡的高峰消费时间

从2018年全年按月消费来看，相比整体，冷泡咖啡5月-9月夏季尤其受到欢迎，消费偏好明显高于整体。

2018年 冷泡咖啡月度消费分布

— 冷泡咖啡 — 整体咖啡

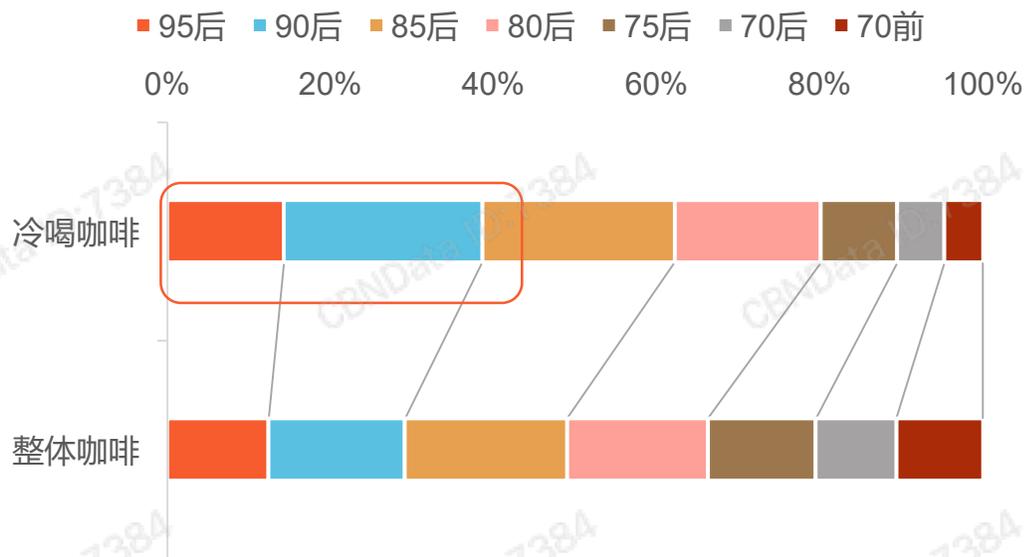


数据来源：CBNDATA消费大数据

# 年轻人更爱咖啡“冷着喝”

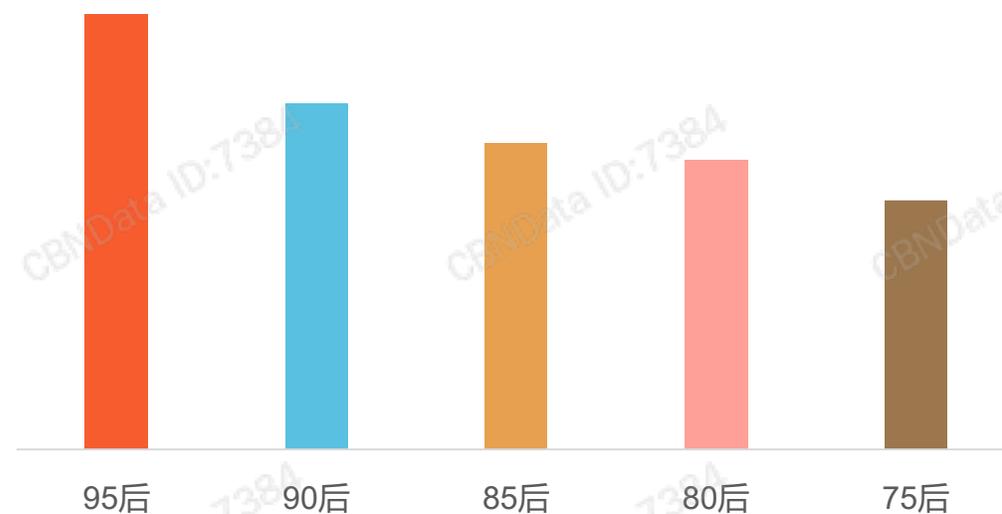
“冷喝”咖啡尤其受到95后和90后年轻人的喜爱；并且95后和90后年轻人消费增速高于其他代际，成为主力消费人群。

2018年 不同代际冷泡咖啡消费人群分布



数据来源：CBNDATA消费大数据

2018年 不同代际冷泡咖啡消费人数增速



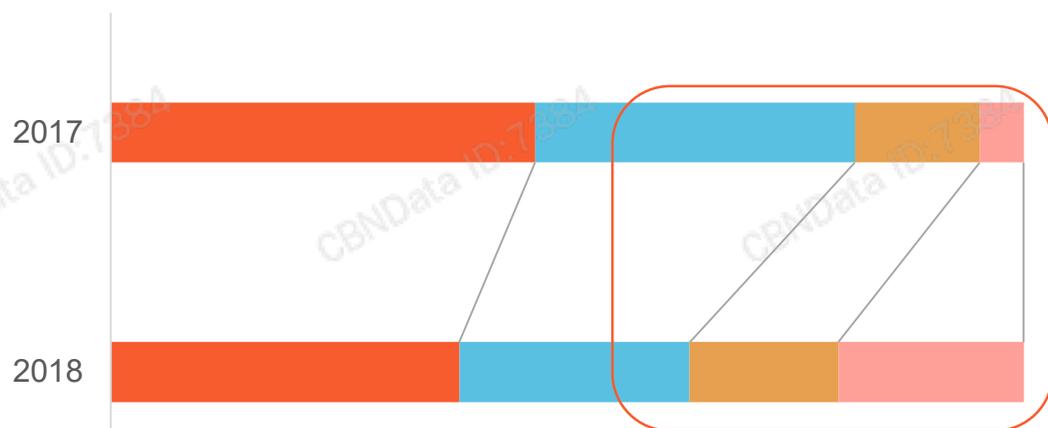
数据来源：CBNDATA消费大数据

## 冷泡咖啡的工艺提升，品类不断衍生和进阶

随着冷泡咖啡工艺的进阶和提升，品类也越来越多样，品类逐渐从咖啡粉、速溶咖啡向滤挂咖啡、咖啡液品类进阶；从头部品牌排名来看，国产咖啡品牌在冷泡咖啡上表现亮眼。

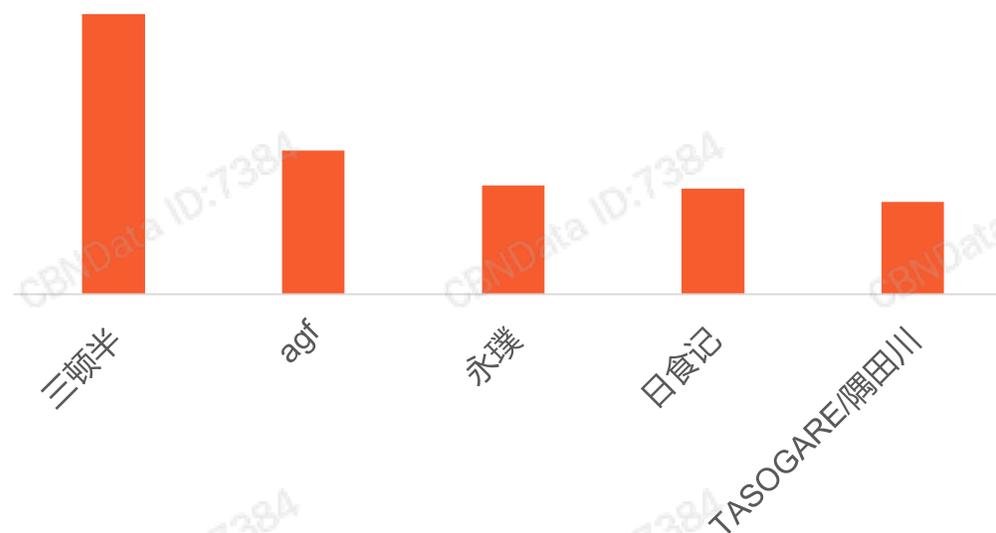
冷泡咖啡品类消费趋势

咖啡粉/豆 速溶咖啡 滤挂咖啡 咖啡液



数据来源：CBNDATA消费大数据

2018年 冷泡咖啡品牌消费排名



数据来源：CBNDATA消费大数据

# 除了冷泡咖啡外，“奶萃”咖啡和“果萃”咖啡液逐渐进入消费者视野

除了冷水泡咖啡外，“奶萃”咖啡和“果萃”咖啡也成为趋势，线上“奶萃”咖啡年增长89%，增幅显著；而速溶咖啡巨头雀巢品牌也推出了“果萃”咖啡，将水果的口感与冰咖啡结合，跨界结合新产品受到消费者欢迎。

2016-2018年 线上“奶萃”咖啡消费趋势



数据来源：CBNDATA消费大数据

- 雀巢咖啡在推出多年冷泡速溶咖啡以后，推出新品果萃特调咖啡，将冷萃咖啡的风味与水果味结合，引领速溶咖啡新品跨界潮流。



图片源自于网络

# 代餐减脂躺着瘦



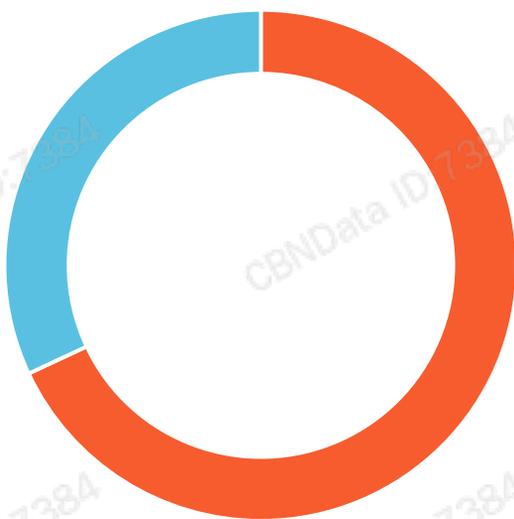
## 健康饮食的普及推动了无糖低糖的咖啡消费趋势

随着健康饮食的普及，无糖低糖的流行趋势体现在各个食品品类的消费中；无糖的黑咖啡以其燃脂提高新陈代谢的优势成为“减肥党”热捧的产品。

2018年 线上咖啡整体含糖消费

比例

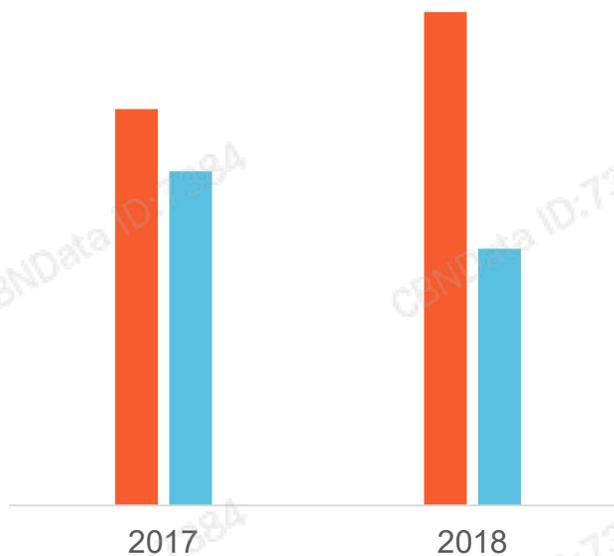
■ 含糖 ■ 无糖



数据来源：CBNDATA消费大数据

线上无糖咖啡消费增速趋势

■ 无糖咖啡 ■ 整体咖啡



数据来源：CBNDATA消费大数据

黑咖啡相关产品关键词词云

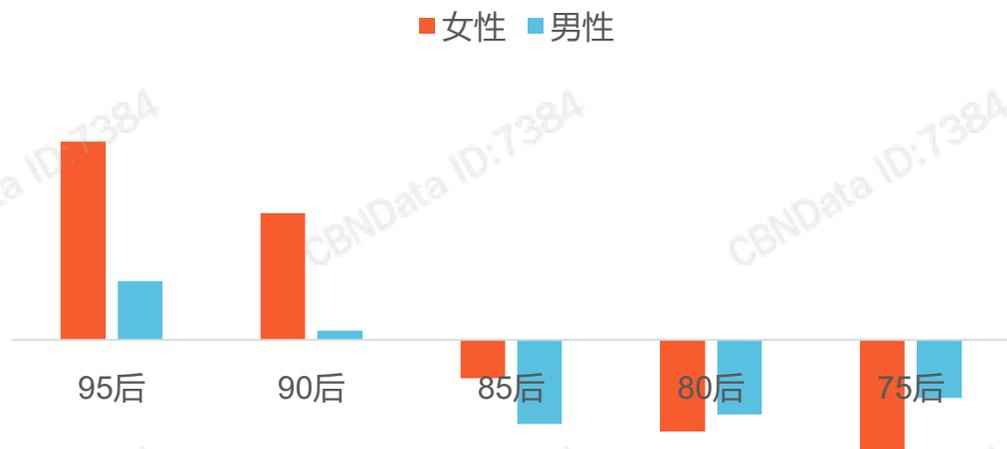


数据来源：CBNDATA消费大数据

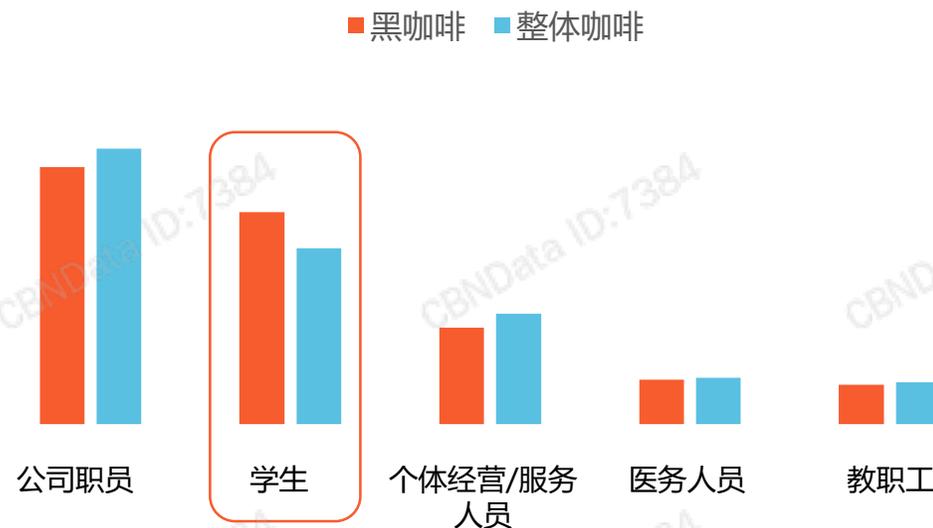
# 黑咖啡尤其受到年轻女性学生党的喜爱

年轻的90后和95后对无糖黑咖啡更为偏好，尤其是女性；从人群职业分布来看，黑咖啡也受到了学生党的欢迎。

### 2018年不同代际间不同性别消费者对无糖黑咖啡消费偏好



### 2018年 线上黑咖啡消费者职业分布



数据说明：CBNDATA消费大数据

偏好度：2018年不同性别代际人群黑咖啡消费占比-2018年该代际性别人群咖啡消费占比

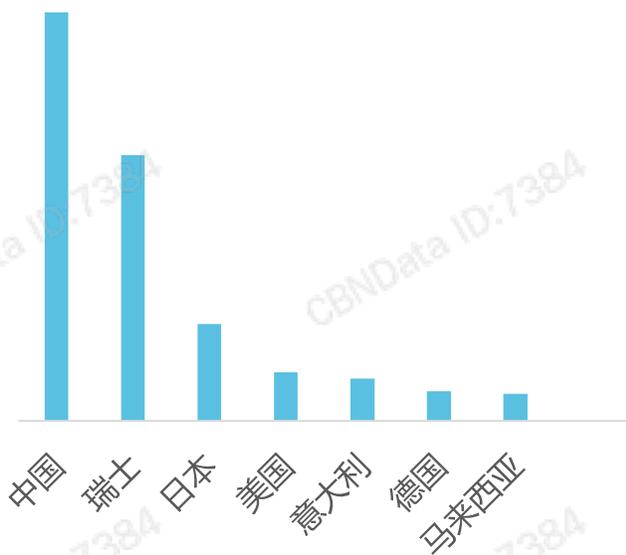
偏好度>0 表示偏好，偏好度<0表示不偏好

数据说明：CBNDATA消费大数据

# 线上国产黑咖啡品牌榜上有名

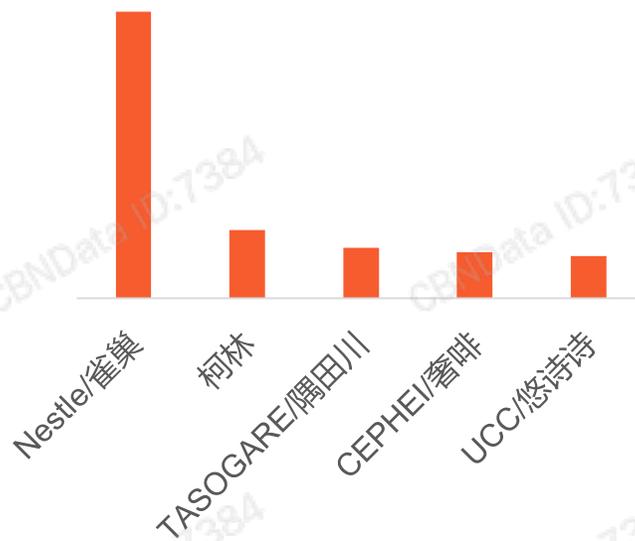
近一年来，线上中国本土黑咖啡品牌表现突出，消费占比遥遥领先其他国家品牌；从品牌提升度来看，线上国产黑咖啡品牌也榜上有名。

### 2018年 线上头部黑咖啡品牌国别消费分布



数据说明：CBNDATA消费大数据

### 2018年线上黑咖啡Top品牌消费排名



数据说明：CBNDATA消费大数据

### 2018年线上黑咖啡品牌占比提升度排名Top5



数据说明：CBNDATA消费大数据

## 冻干技术加持，冻干黑咖啡线上消费增速迅猛

冻干黑咖啡采取高科技低温凝结技术，相对于普通速溶咖啡的高温萃取处理，能够完全保留咖啡原本的口感和营养，线上主打“冻干”技术的速溶咖啡消费势头迅猛；以进口品牌cephei奢啡为例，冻干技术更好的还原了黑咖啡的口感和香味，0脂0糖，提高新陈代谢，从而达到减脂瘦身的功效。

2016-2018年 冻干咖啡线上消费趋势



数据来源：CBNDATA消费大数据

- cephei奢啡出自哥伦比亚100%阿拉比卡咖啡豆，运用冻干工艺技术，极易溶解，达到冷热双泡的效果。



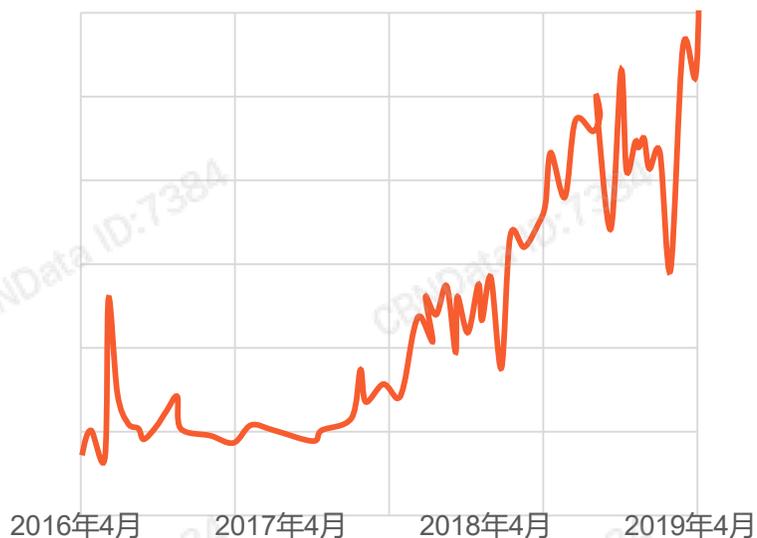
cephei奢啡冻干双泡美式速溶黑咖啡粉

数据来源：CBNDATA消费大数据

## 生酮饮食的热议带动防弹咖啡的悄然流行，咖啡代餐化趋势明显

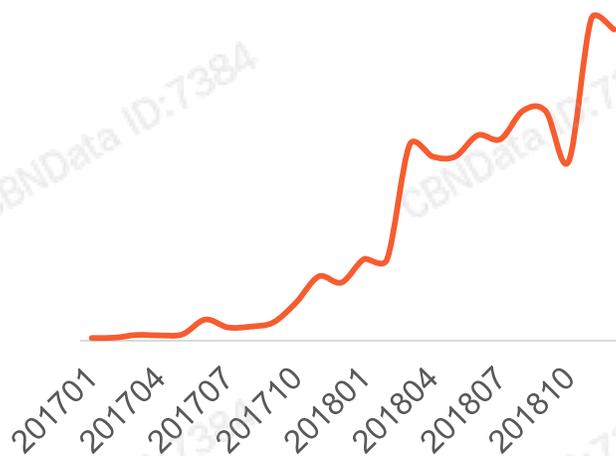
近年来，生酮饮食这一独特的减肥方式被不断热议，社交媒体讨论热度走势攀升；而生酮饮食中的代表代餐产品防弹咖啡更是受到了消费者的关注；防弹咖啡是用黑咖啡以原料，加入黄油、椰子油按照一定的配比，达到增强饱腹感的一款咖啡饮品。

“生酮饮食”百度指数趋势



数据来源：百度指数

2017-2018年 线上防弹咖啡消费趋势



数据来源：CBNDATA消费大数据

### 2018年线上防弹咖啡头部品牌

1、野兽生活

2、理想燃料

3、CEPHEI/奢啡



理想燃料防弹咖啡随身杯



奢啡防弹代餐咖啡

数据来源：CBNDATA消费大数据

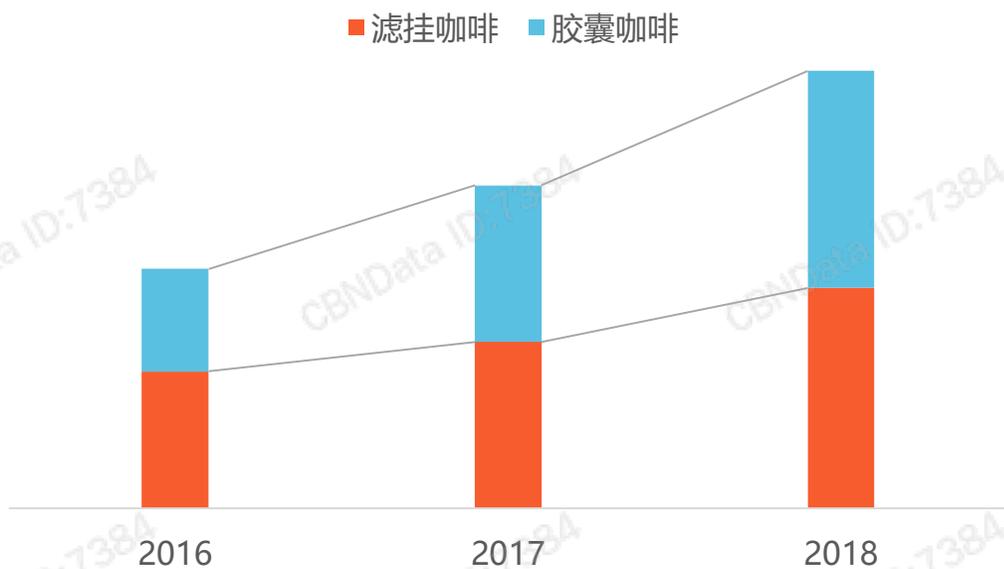
# 懒人智能轻松享



## 懒人经济促进了胶囊和滤挂咖啡的流行

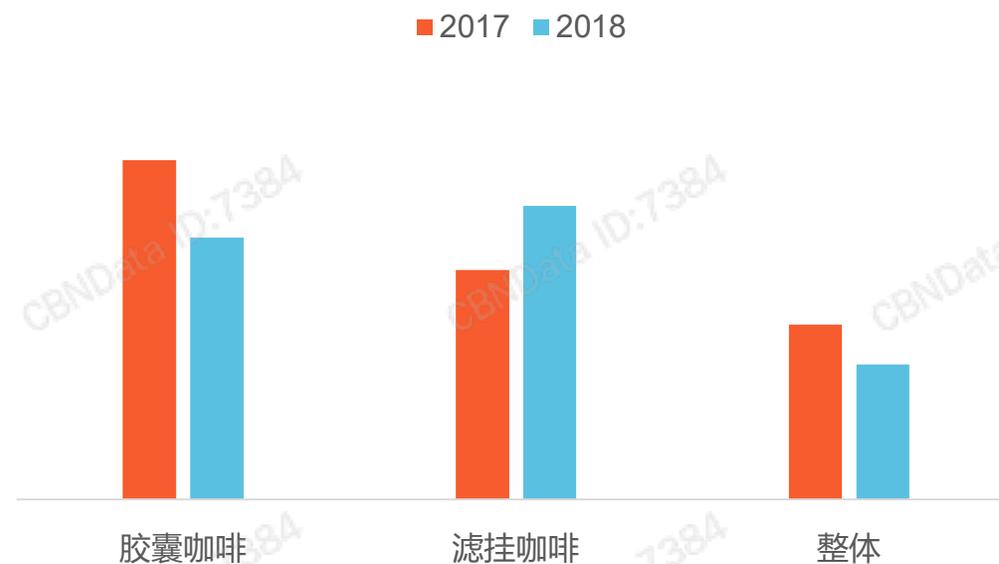
中国消费者在注重咖啡品质的同时，越来越看重咖啡的便捷性；随着“懒人经济”的兴起，胶囊咖啡和滤挂咖啡的市场保持均高速增长，尤其是滤挂咖啡，消费增速超过胶囊咖啡，两年保持高速增长。

2016-2018年 胶囊/滤挂咖啡线上消费趋势



数据来源：CBNDATA消费大数据

2017-2018年胶囊/滤挂咖啡线上消费增速趋势

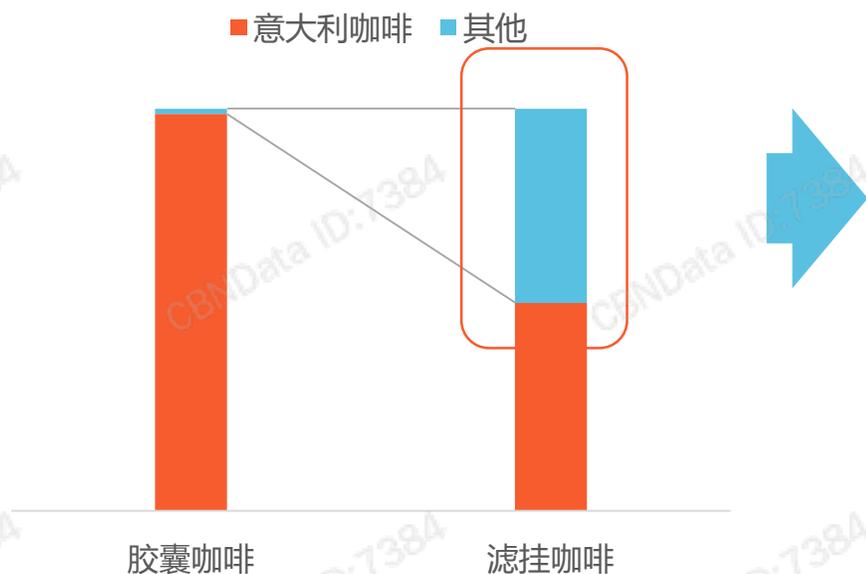


数据来源：CBNDATA消费大数据

# 滤挂咖啡的咖啡豆种类越来越多样，丰富了咖啡的口感

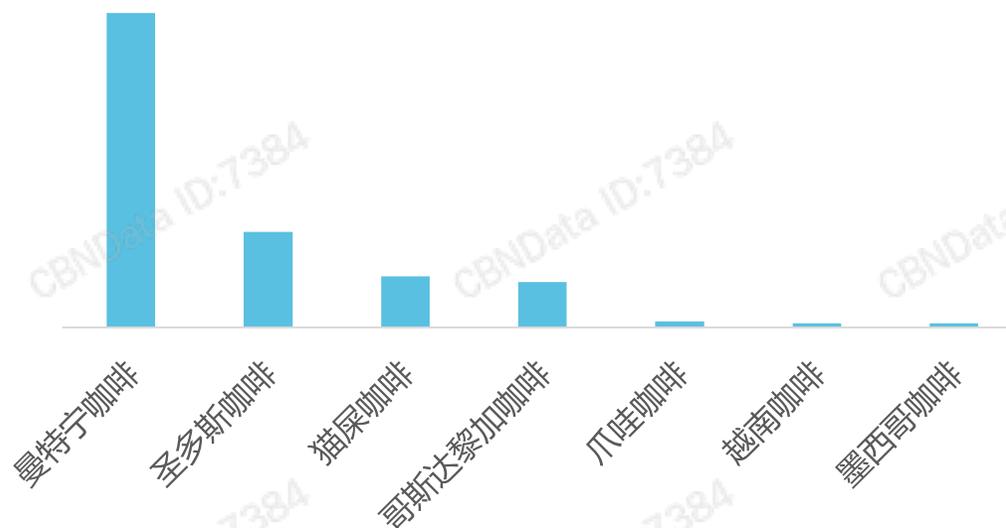
线上胶囊咖啡的咖啡豆种类以意大利咖啡为主，而滤挂咖啡的咖啡豆种类较为丰富，小众咖啡豆种类越来越受到欢迎，丰富了咖啡口感的同时也满足了懒人的各种需求；

2018年 胶囊/滤挂咖啡线上咖啡种类消费情况



数据来源：CBNDData消费大数据

2018年 滤挂咖啡线上咖啡种类消费占比提升度



数据来源：CBNDData消费大数据

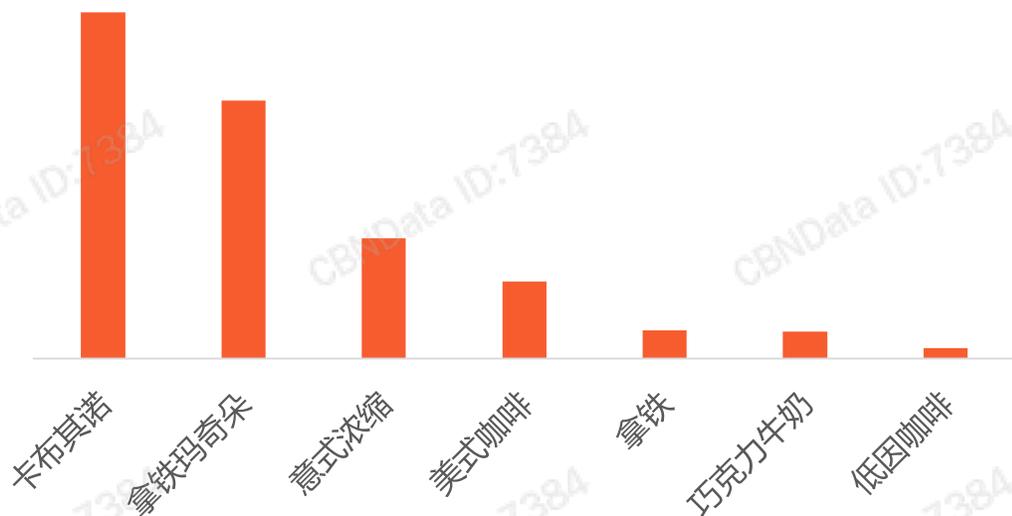
数据说明：不包含意大利咖啡；

占比提升度=2018年该咖啡种类消费占比-2017年该咖啡种类消费占比

## 消费者对胶囊咖啡的口味也更多变，满足“懒人党”对口味的需求

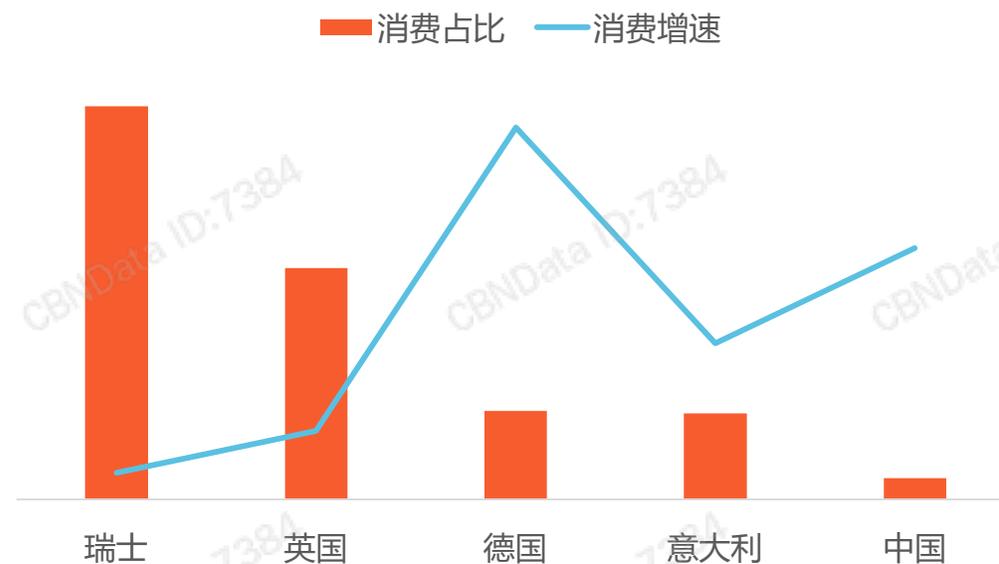
线上胶囊咖啡的口味也从单一的纯咖啡向更多元的口味进阶，卡布奇诺和拿铁玛奇朵等“花式咖啡”也更受中国消费者的欢迎；从产地来看，胶囊咖啡头部产地仍以瑞士和英国为主，德国和中国品牌发力明显。

2018年 线上胶囊咖啡口味消费占比趋势



数据来源：CBNDATA消费大数据

线上胶囊咖啡Top产地消费分布趋势

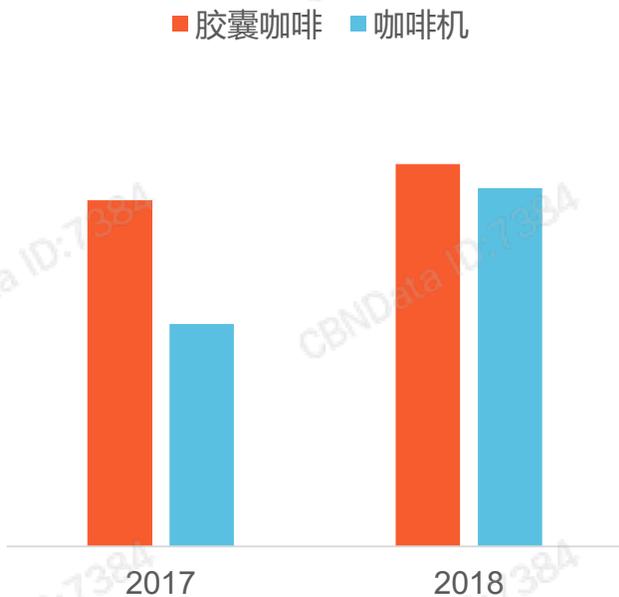


数据来源：CBNDATA消费大数据

## 懒人品质不降级，胶囊咖啡同时带动线上胶囊咖啡机的热销

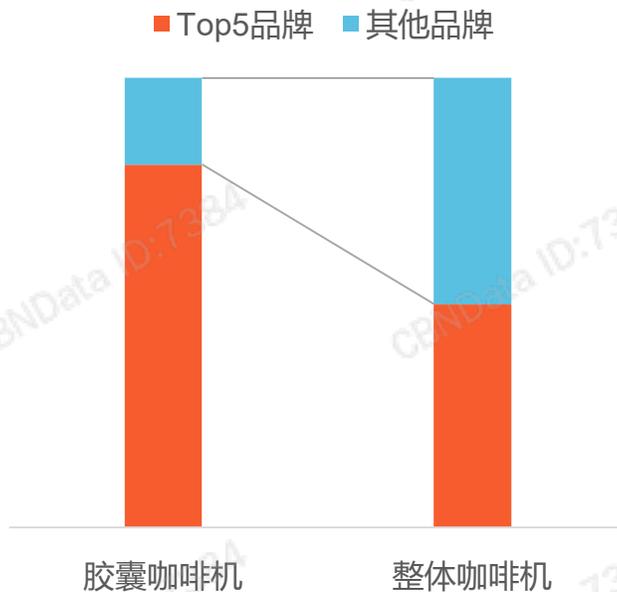
胶囊咖啡的流行带动了线上胶囊咖啡机的热销；相比整体咖啡机品牌的分布，胶囊咖啡机的头部品牌集中度较高，尤其以雀巢的Nespresso和Dolce Gusto引领整个胶囊咖啡机行业。

2017-2018年 线上胶囊咖啡机  
消费增速趋势



数据来源：CBNDATA消费大数据

2018年 胶囊咖啡机Top5头部品  
牌集中度



数据说明：品牌集中度指Top5品牌占整体消费比例，比例越高说明头部品牌集中度越高  
数据来源：CBNDATA消费大数据

2018年 线上胶囊咖啡机  
Top5品牌消费排名

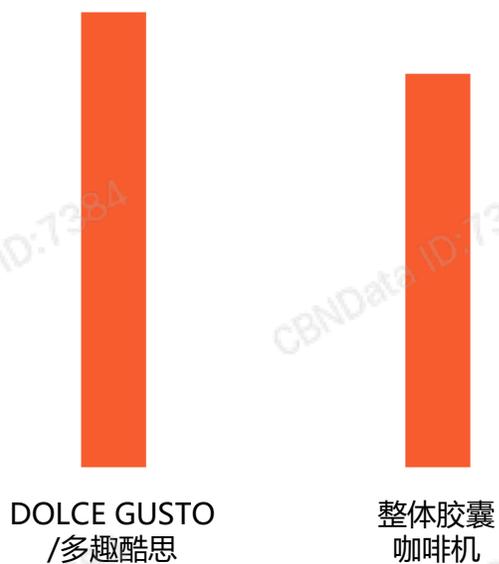


数据来源：CBNDATA消费大数据

# 主打咖啡轻度爱好者市场的Dolce Gusto胶囊咖啡机受到年轻人的欢迎

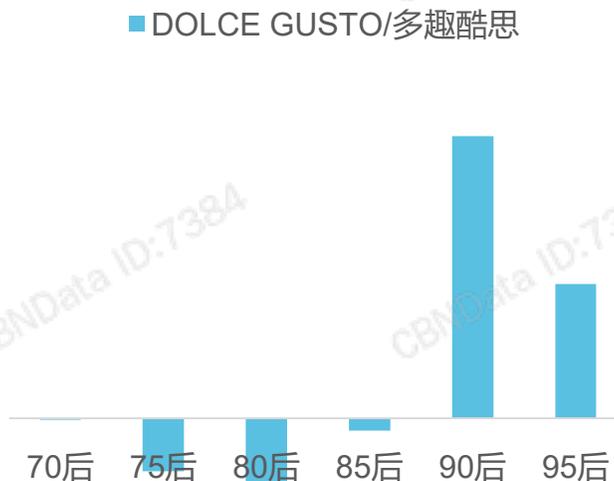
以胶囊咖啡机DolceGusto/多趣酷思为例，主打热爱花式咖啡的咖啡轻度爱好者市场，口味的受众较广，更吸引90后和95后的年轻消费者。

### 2018年 胶囊咖啡机品牌产品成交均价



数据来源：CBNDATA消费大数据

### 2018年 Dolce Gusto胶囊咖啡机人群消费偏好



数据来源：CBNDATA消费大数据  
偏好度：2018年不同代际人群在某品牌胶囊咖啡消费占比-2018年该人群在整体胶囊咖啡消费占比  
偏好度>0 表示偏好，偏好度<0表示不偏好



雀巢DOLCE GUSTO小型胶囊咖啡机

图片来源于网络

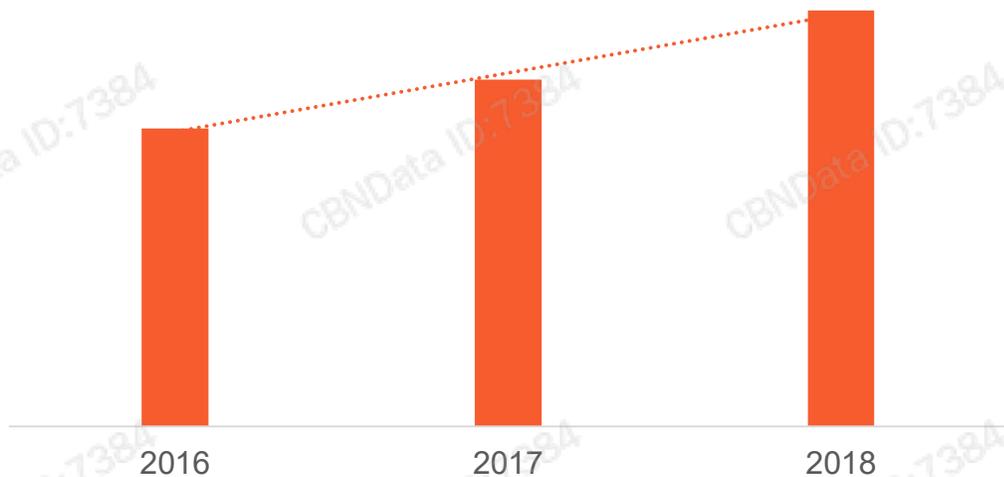
# 精品咖啡大众化



## 精品咖啡线上渗透率不断提升

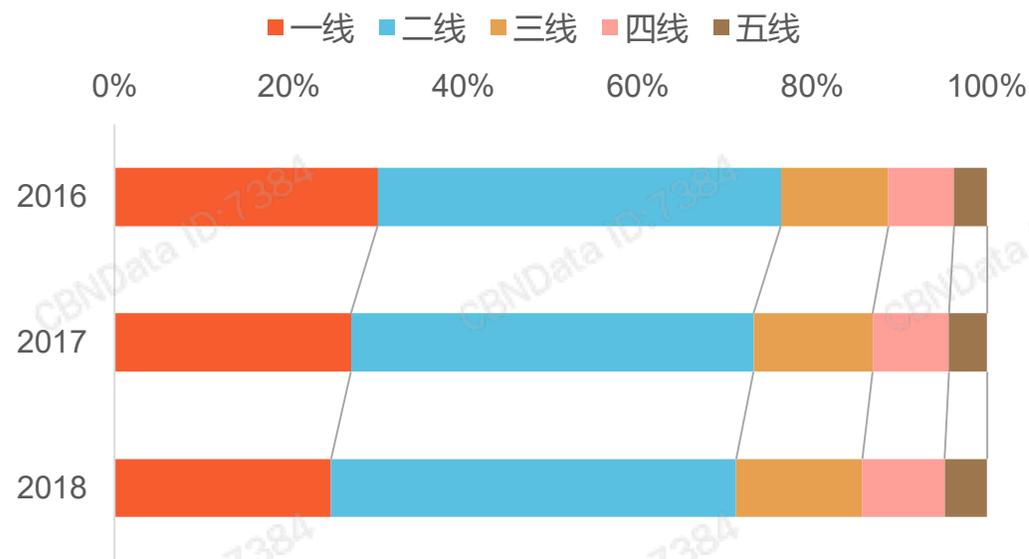
随着中国消费者对咖啡品质追求的进阶，精品咖啡的线上渗透率不断提升；尽管一二线城市依旧是精品咖啡的主要消费人群，但城市线级下沉明显，精品咖啡弥补了低线级城市线下开店的不足，满足了低线级城市人群追求精品咖啡的需求。

2018年 线上精品咖啡消费人群渗透率



数据来源：CBNDATA消费大数据

2016-2018年精品咖啡线上消费人群占比分布

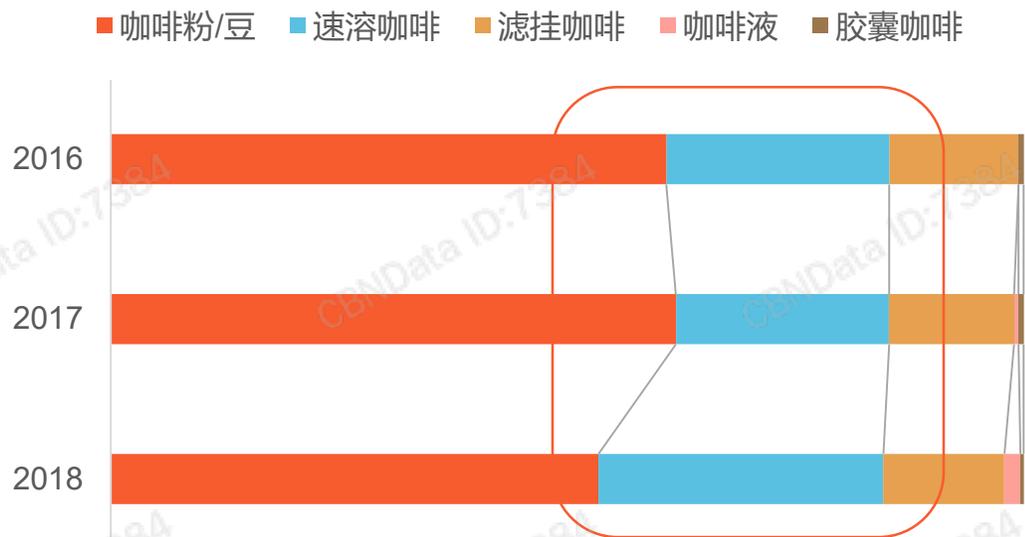


数据来源：CBNDATA消费大数据

## 速溶咖啡升级，“精品速溶”呈趋势

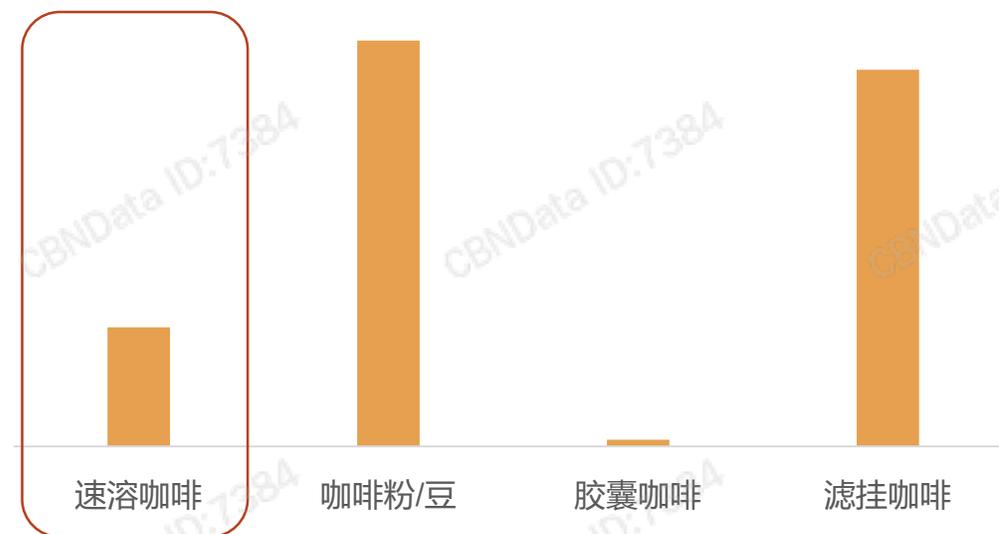
近年来，精品咖啡的形态也在发生变化，“精品速溶”逐渐进入消费者视野，“精品速溶”打破了消费者对速溶咖啡的刻板印象，保证咖啡口感的同时保留了速溶咖啡的便利性；尽管在整体速溶品类份额较低，但在整体精品咖啡的比例在不断扩大，是值得进入的蓝海市场。

2016-2018年 线上精品咖啡品类消费分布趋势



数据来源：CBNDATA消费大数据

2018年 线上精品咖啡占各咖啡品类消费比例

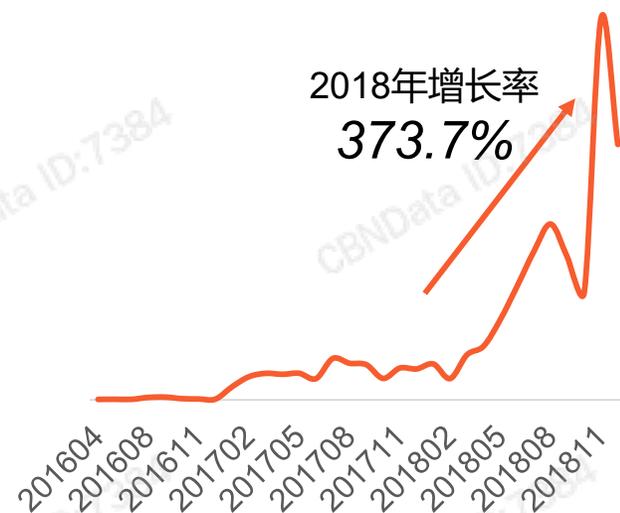


数据来源：CBNDATA消费大数据

## 案例：三顿半在保证速溶咖啡口感的同时，通过消费场景的丰富带来更多样化的咖啡产品需求

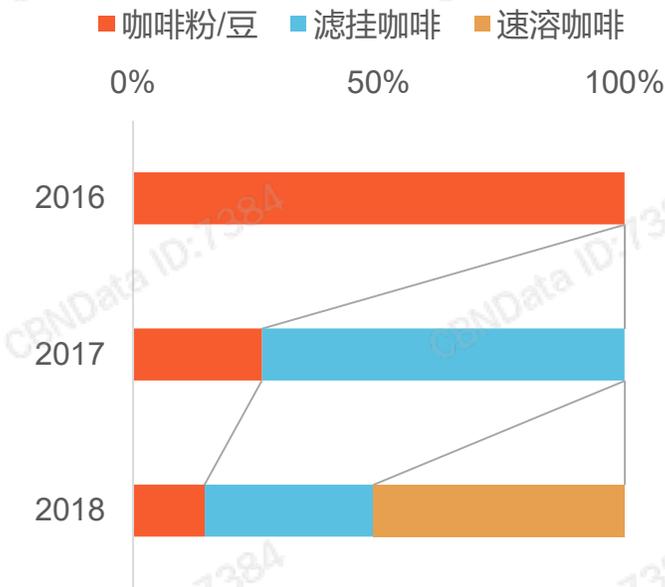
以国产精品咖啡速溶品牌三顿半为例，从2016年的咖啡粉/豆品类向精品速溶咖啡转变，成为2018年速溶咖啡品牌的黑马；同时，适用于不同细分场景的咖啡产品满足了消费者的各种需求，实现咖啡市场差异化。

2016-2018年 线上三顿半咖啡消费月度趋势



数据来源：CBNDATA消费大数据

2016-2018年 线上三顿半咖啡品类消费分布



数据来源：CBNDATA消费大数据

- 「三顿半」推出冷萃速溶咖啡，结合不同包装和口味，为消费者拓宽精品咖啡饮用场景，免去器具、冲煮、滤泡的过程，饮用的场景也从家庭进一步延伸到办公室和外带。



三顿半精品冷萃即溶咖啡粉



三顿半冷萃滤泡黑咖啡

图片来源于网络

# 中国云南咖啡加入全球精品咖啡行业，受到消费者青睐

近三年云南精品咖啡越来越受消费者青睐，2018年云南精品咖啡销售额较2016年提升144%，云南精品咖啡崛起。

2016-2018年云南精品咖啡消费趋势



数据来源：CBNData消费大数据

## 云南精品咖啡崛起

### 发展阶段

- 2007年云南省普洱市委市政府把咖啡作为重要特色产业发展；
- 2012年成立咖啡产业发展办公室；
- 2014年，云南咖啡交易中心在普洱正式挂牌成立，2016年12月更名为云南国际咖啡交易中心，作为立足产区的交易服务平台，为云南咖啡产业发展注入了新的力量。

### 种植规模

- 云南已经成为中国最大的咖啡种植地、贸易集散地和出口基地，“云咖”已成为独具特色的“云系”农产品的重要组成部分。
- 云南省咖啡种植面积达180万亩，产量约13.9万吨，占全国咖啡总面积和总产量的95%以上，而普洱作为云南省的主要产区之一，约占全省咖啡总面积和总产量的50%。

### 区位优势

- 云南所具有的区位优势使得老挝、越南、缅甸、印度等东南亚、南亚咖啡产区希望云南成为他们进入中国市场最直接的通道，这为云南整合东南亚、南亚咖啡产区超过全球30%咖啡产量成为可能，奠定了云南成为亚洲咖啡中心最核心的基础。

## 同时，精品咖啡店也逐渐从线下走向线上，将精品咖啡变得更大众化

精品咖啡店纷纷从线下走到线上，精品咖啡店同时也不断丰富产品品类，从咖啡原豆到便捷挂耳咖啡，从衍生周边到咖啡衍生饮料，从下线支付到线上电子卡券，产品的丰富使得精品咖啡更加大众化。

- 精品咖啡店推出滤挂咖啡产品
- 除了咖啡产品还推出含有咖啡的酒精饮料产品吸引精品咖啡爱好者
- 线上卡券消费使得精品咖啡店更便捷

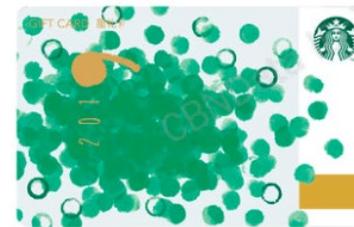


图片来源于网络



图片来源于网络

STARBUCKS®



STARBUCKS®



图片来源于网络

# DATA COVERAGE 数据说明

■ 数据来源：CBNData消费大数据

CBNData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：

数据采用淘宝平台+天猫平台数据；

如无特殊说明，本报告所指地域范围仅包括大陆31个省市；

数据时间段：2016年-2018年；

人群标签：基于消费者在平台上一年的消费行为确定；

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：洪蕾、何成学、陆志琼

联系我们：Data@dtcj.com

商务合作：BD@dtcj.com

加入我们：JOB@dtcj.com

## ■ 第一财经商业数据中心介绍：

**第一财经商业数据中心（CBNData）**是基于大数据进行智能化商业研究咨询与整合营销传播的战略数据平台，依托阿里巴巴和第一财经的优势资源，拥有全球最大消费者数据库和中国最大的财经全媒体集群。第一财经商业数据中心（CBNData）以商业数据报告/微报告、数据指数、定制化咨询等为核心产品，输出消费行业的全景分析以及面向企业和消费者的深度数据洞察；同时通过数据可视化、原生内容、活动、视频/直播等形式拓展数据研究的业务边界，丰富数据商业化的应用场景，以数据加媒体的倍增效应，全面提升中国商业世界的运行效率。

FOLLOW  
US  
关注我们

更多数据 扫码关注



CBNData官网



CBNData官方微信号

**CBN DATA**

第一财经商业数据中心

**大数据 · 全洞察**