

在这里读懂中国消费

# 咖啡消费潜力持续释放

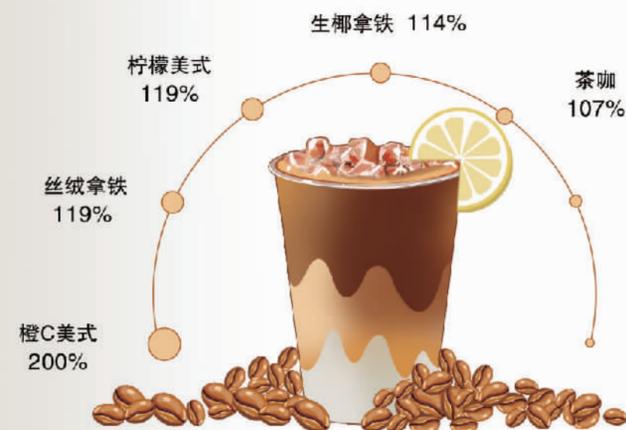


## 1 总体消费情况

不同烘焙程度咖啡搜索量占比

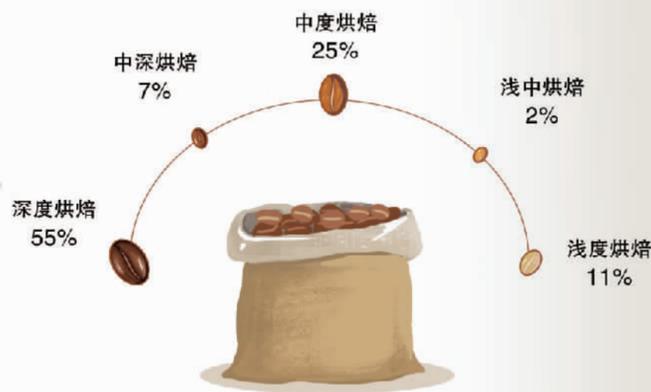
不同烘焙程度咖啡搜索量占比

不同烘焙程度咖啡搜索量占比



不同烘焙程度咖啡搜索量占比

不同烘焙程度咖啡搜索量占比



不同烘焙程度咖啡搜索量占比

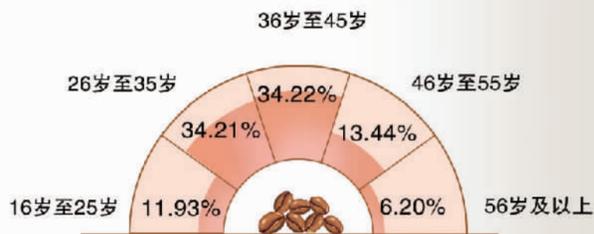


## 2 消费者特征

不同性别消费者咖啡销量占比



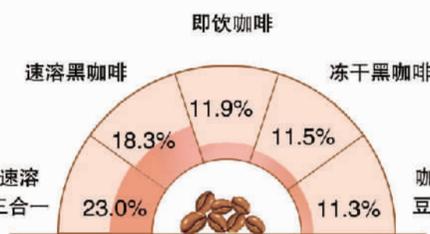
不同年龄段消费者咖啡销量占比



“90后”消费者咖啡销量占比TOP5



“80后”消费者咖啡销量占比TOP5



“90后”和“80后”是咖啡消费的主力群体，“90后”的消费关键词是便捷、健康，这一群体偏爱咖啡液、即饮黑咖啡和冻干黑咖啡。在“80后”的咖啡消费中，速溶三合一、挂耳咖啡的销量占比高于“90后”。

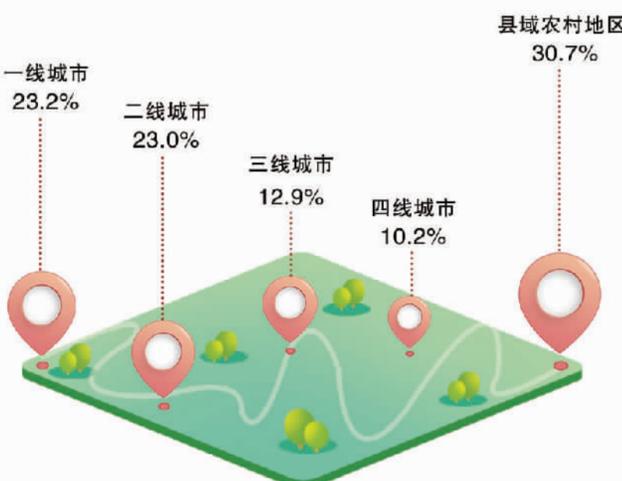
各类型咖啡消费中，目前速溶咖啡销量占比最高，速溶三合一与速溶黑咖啡销量占比分别为23%和21%。深度咖啡爱好者更倾向于购买咖啡豆、咖啡粉，这类产品销量占比13%。在即饮咖啡中，即饮拿铁销量占比最高，达到78%，燕麦、生椰等口味的即饮植物基咖啡也占据一定份额。

## 3 地域消费特征

不同省份咖啡销量占比TOP5



不同地区咖啡销量占比



## 说数

本期点评 杨泽华

咖啡作为最受欢迎的饮品之一，长期以来在世界各地都拥有广泛的消费群体。近年来，我国咖啡产业快速发展，年增速超过15%，成为全球增长最快的市场之一。咖啡产业规模在2023年达到2654亿元，人均年饮用数16.74杯，与2016年相比接近翻倍，咖啡市场正释放巨大增长潜力。

从消费群体看，26岁至45岁的消费者是咖啡的主力消费人群，销量占比超68%。从地域消费看，一二线城市是咖啡消费重点区域；随着咖啡品牌加速下沉，县域农村地区咖啡消费持续增长，目前销量占比已达30.7%。从各省份看，广东的咖啡销量占比最高，达到14.1%；北京、江苏、上海、山东、四川的咖啡消费排名靠前，销量占比在5%至10%之间。

随着一众国产品牌崛起，各种更符合国人

口感的新品咖啡逐步赢得消费者青睐。数据显示，橙C美式、丝绒拿铁、柠檬美式、生椰拿铁、茶咖和海盐咖啡是搜索人气高的新口味咖啡。其中，橙C美式咖啡的搜索量同比增长2倍。

从烘焙程度看，目前国内消费者更喜欢苦味和香味浓郁的深度烘焙，搜索量占比达55%；酸味和苦味相对平衡的中度烘焙咖啡搜索量占比为25%；酸味明显的浅度烘焙咖啡受众略少，搜索量占比仅为11%。

中国连锁咖啡行业正处于发展快车道，经历前所未有的快速变革，平价咖啡席卷全国大中小城市，品牌持续下沉。相关企业应持续加强供应链建设，坚持健康安全的食品管控，迅速、灵敏把握消费者需求，结合消费特点不断推出优质产品和新鲜口味。



数据周期：2024年8月至10月