



咖啡行业细分人群洞察

挖掘营销价值 数说咖啡人群聚类特征

2020/7/16

TalkingData



目录

CONTENTS

01 咖啡行业概况洞察 ----- 04

02 咖啡细分人群画像洞察 ----- 10

03 咖啡细分人群触媒习惯洞察 ----- 46

04 咖啡行业市场营销趋势洞察 ----- 51

前言

从瑞幸咖啡“崩盘”事件 探究咖啡消费人群

目录 CONTENTS

01	主流咖啡品牌用户画像洞察	5
02	主流咖啡品牌线下客流分析	12
03	主流咖啡App走势分析	19
04	国内咖啡行业趋势	24

咖啡市场行业研究报告第一期
《从瑞幸咖啡“崩盘”事件 探究咖啡消费人群特征差异》

- 在上一期《从瑞幸咖啡“崩盘”事件 探究咖啡消费人群特征差异》报告中我们分析了不同咖啡品牌的用户特征、用户忠诚度以及在疫情下商圈客流恢复趋势。期间也收到客户以及媒体们的反馈与探讨，让我们不由想再深一度挖掘咖啡人群的特征与价值。
- 本期报告中，我们基于移动大数据，针对咖啡人群的“咖啡粘性”进行价值评分，采取机器学习的方式进行人群聚类分析，了解不同聚类人群的特征差异以及广告点击、触媒渠道等特征，以数据的思维感知咖啡人群的营销价值。

1

咖啡行业概况洞察

主流咖啡品牌门店地域分布概况

疫情前后咖啡门店订单量恢复概况



华东、华南为咖啡消费重镇，主流品牌咖啡门店地域布局各具差异

- 地域分布上看，华东是各家咖啡门店集中度很高的区域，星巴克咖啡、瑞幸咖啡、COSTA COFFEE三个品牌的店铺数占各自总门店数量的50%左右；而太平洋咖啡在华东、华南区域的门店分布相近，均在30%左右；
- 值得一提的是，除华东外，各家门店的地域分布略显差异化：COSTA COFFEE华北地区店铺占33%，瑞幸咖啡西南地区店铺占11%，太平洋咖啡西北地区店铺占11%。

四大品牌咖啡店铺分布



Top1: 上海
Top2: 江苏
Top3: 广东
Top4: 浙江
Top5: 北京



Top1: 广东
Top2: 上海
Top3: 北京
Top4: 陕西
Top5: 江西



luckin coffee

Top1: 广东
Top2: 江苏
Top3: 上海
Top4: 浙江
Top5: 北京



Top1: 北京
Top2: 上海
Top3: 江苏
Top4: 浙江
Top5: 广东

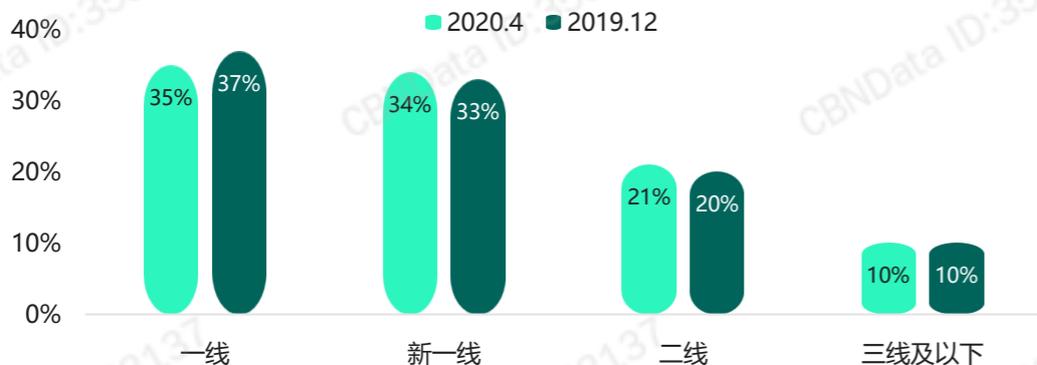
Source: 百观科技

COSTA、太平洋咖啡深耕一线城市，瑞幸咖啡加速渗透下沉城市

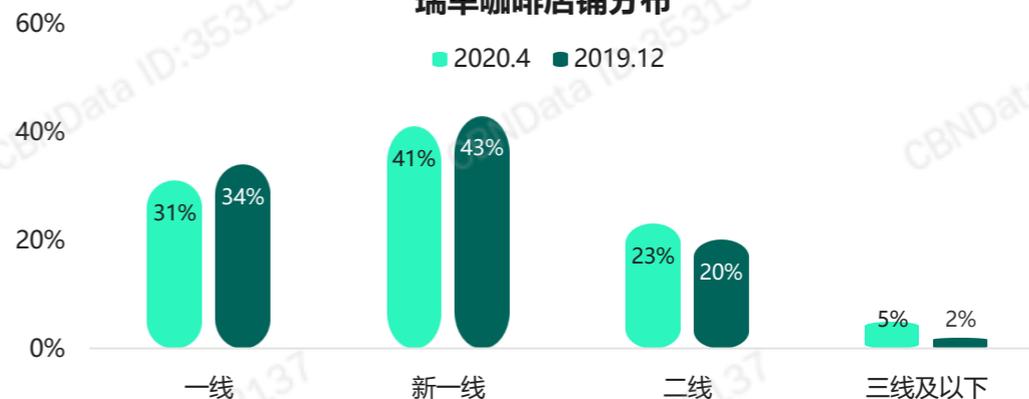
- COSTA COFFEE、太平洋咖啡深耕一线城市，店铺数占总体的50%以上；且相比去年12月，2020年4月太平洋咖啡在一线城市的店铺占比提升7个百分点；但略有不同的是，太平洋咖啡在三线及以下城市的店铺占比也有10%；
- 新一线城市是瑞幸咖啡的重镇，同时瑞幸咖啡在向二线及以下城市渗透，2020年4月二线和三线及以下城市店铺比例均提升3个百分点；
- 而星巴克咖啡店铺分布格局相对稳定，与去年12月相比，2020年4月的店铺分配比例无明显变化，其中一线城市布局有小幅下降。

四大咖啡品牌店铺分布变化

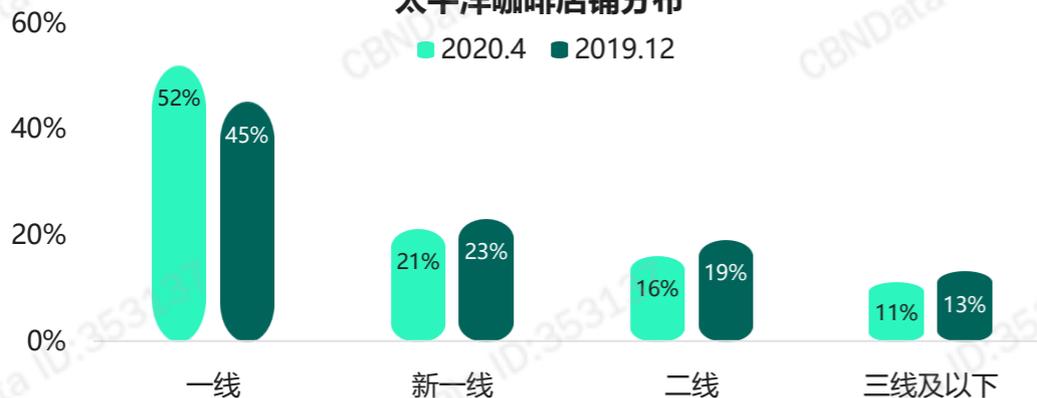
星巴克咖啡店铺分布



瑞幸咖啡店铺分布



太平洋咖啡店铺分布



COSTA COFFEE店铺分布

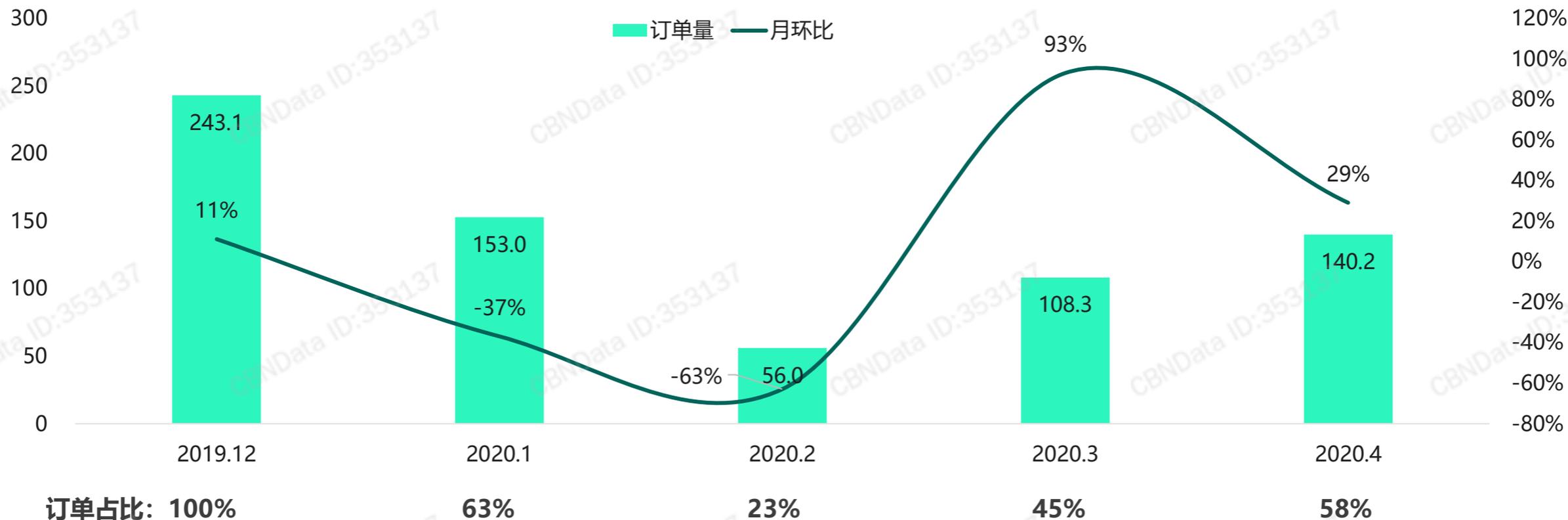


Source: 百观科技

疫情高峰期咖啡外卖订单量下滑八成，复工催生需求快速回升

- 二月份在多次被延长的新年假期和疫情的双重打击下，咖啡订单量下降至2019年12月的23%，3月份陆续大范围复工后，咖啡市场的外卖需求恢复很快，3月全国咖啡外卖订单量同比增长93%，4月全国订单量已经恢复至疫情前（12月）的58%。

美团咖啡外卖订单数量及疫情后订单恢复情况（单位：万）

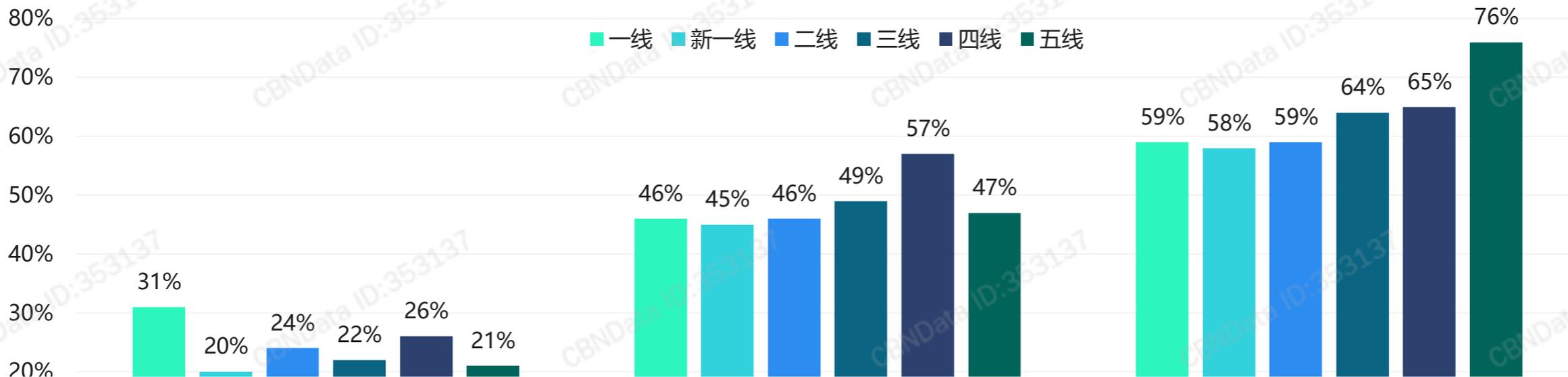


注：订单占比=当月订单量/2019年12月订单量

一线城市咖啡消费粘性高，疫情恢复初期下沉城市订单量首先回暖

- 各线级城市的咖啡外卖市场复苏速度不同，一线城市咖啡消费粘性最高，相比2019年12月，2020年2月仍有31%的咖啡消费量，高于全国平均恢复率8个百分点；
- 三、四月份下沉城市疫情防控政策首先放宽，占全国外卖订单24%的下沉市场展现出较强的咖啡需求，三至五线城市3月订单量环比均增长100%+，4月单量已恢复至疫情前的65%。

各线级城市2-4月美团咖啡外卖订单恢复情况



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_16873

