



**新品牌层出不穷, 咖啡
品牌当如何以消费者为
核心, 破局而出?**

目录

1 新品牌不断入局, 千亿级咖啡市场群雄逐鹿	3
2 当消费者在考虑咖啡时, 他们在思考什么?	4
2.1 咖啡市场总览	
2.2 咖啡用户体验需求重要性排名	
3. 当消费者在体验咖啡时, 他们在感受什么?	5
3.1 CXPower™ Top 10声量及品牌整体情感表现排名	
3.2 顾客旅程中各维度的品牌体验满意度排行及反馈	
4 当咖啡品牌在布局时, 他们需要考虑什么?	9

1 新品牌不断入局, 千亿级咖啡市场群雄逐鹿

1980年代, 雀巢在中国推出速溶咖啡, 这一西方饮料逐渐进入中国消费者的视野。如今, 咖啡已渗透到中国消费者生活的各个角落。多元的咖啡饮用场景 (社交咖啡, 便利咖啡, 潮玩咖啡, 品质咖啡) 和层出不穷的产品形态 (胶囊, 挂耳, 冻干, 原液) 给创业者们带来了无限启发与想象。据统计, 我国饮用咖啡的消费者已达3.3亿人, 2021年咖啡消费市场规模有望突破千亿, 赛道空间广阔。其中, 现磨咖啡市场独占鳌头, 2021年现磨咖啡市场将突破600亿元, 并保持20%的年化飞速增长。

过去, 中国现磨咖啡市场的主要玩家是以星巴克为代表的欧美系大型连锁品牌。近年来, 以瑞幸为代表的互联网咖啡品牌, SeeSaw为代表的精品咖啡品牌及众多其他品牌包括Manner、M Stand、% Arabica等频繁入局, 进一步加剧了现磨咖啡市场的竞争。另一方面, 现磨咖啡也从传统的老四样“美式、拿铁、摩卡、卡布奇诺”进阶升级成由椰浆、燕麦奶、桂花糖浆, 苏打水等作为新型添加剂的创意饮品。暗流涌动的市场中, 消费者也越来越有自己的消费主张。如何在激烈的市场中精准抓住消费者的诉求, 占领消费者心智, 成了各大咖啡品牌破局的重要因素。



2 当消费者在考虑咖啡时，他们在思考什么？

2.1 咖啡市场总览

咖啡品类情况：

— 现磨咖啡整体变化平稳，花式现磨咖啡为讨论最多的品类；拿铁长期是消费者讨论最多的品类，瑞幸的爆款产品生椰拿铁，使拿铁热度上升；“美式、清咖&黑咖、手冲等”没有添加咖啡伴侣的品种，更能喝出咖啡豆的原味。

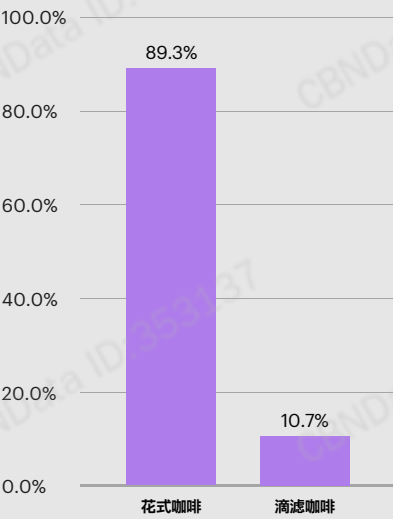
饮用场景：

- 慢咖啡（65.7%）是消费者讨论的主体；快咖啡场景（34.3%）的讨论是慢咖啡场景的一半
- 慢咖啡主要场景：与朋友聊天打卡拍照探店（25.4%）及办公（25.4%）是目前消费者会待在店内的主要活动
- 快咖啡主要场景：白领通勤，出差路上带一杯（28.2%），或者喝咖啡提神学习（11.5%）都是主要场景

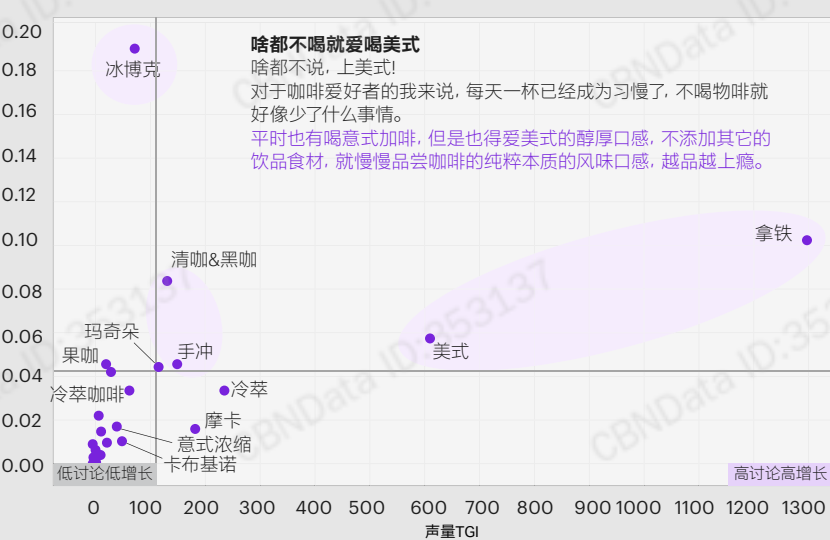
2.2 咖啡用户体验需求重要性排名

- 咖啡产品体验 32.8%
- 价格/性价比25.8%
- 服务整体体验17%
- 烘焙小食 5%

图 1
现调咖啡品类格局
(N=498,843)



咖啡制作品类声量TGI vs 热度增长
(N=98,540)



来源：菱歌&科尔尼分析

3. 当消费者在体验咖啡时，他们在感受什么？

3.1 CXPower™ Top 10 声量及品牌整体情感表现排名

图 2
TOP 10 品牌知名度 (声音提及)
(N=456,799)

1	星巴克	49.1%
2	瑞幸	22.3%
3	Costa	3.6%
4	Tims	2.7%
5	Manner	2.4%
6	%Arabica	2.3%
7	M Stand	1.7%
8	Seesaw	1.5%
9	Peet's coffee	1.2%
10	太平洋咖啡	0.9%

TOP 10 品牌喜好度 (整体情感表现)
(N=456,799)

1	Peet's coffee	84.9
2	Manner	84.6
3	Double Win Cafe	84.5
4	Tims	84.0
5	%Arabica	83.7
6	Seesaw	83.5
7	麦咖啡	83.1
8	太平洋咖啡	82.6
9	瑞幸	81.9
10	星巴克	80.8

来源: 菱歌&科尔尼分析

3.2 顾客旅程中各维度的品牌体验满意度排行及最佳实践 门店选址

图 3

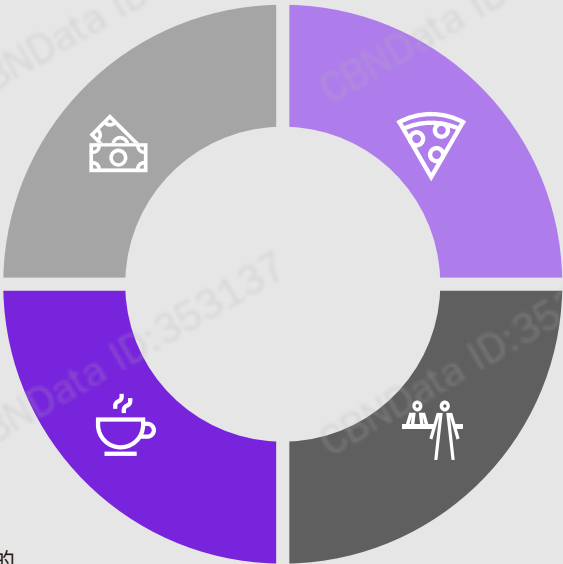
价格/性价比
(25.8%)
N=23.8W

包括以买一送一、优惠券的促销和价格因素

咖啡体验维度
(32.8%)
N=29.6W

包括以咖啡口味、口感、风味等为主的咖啡产品体验和以产品造型、杯子图案的包装设计

来源: 菱歌&科尔尼分析



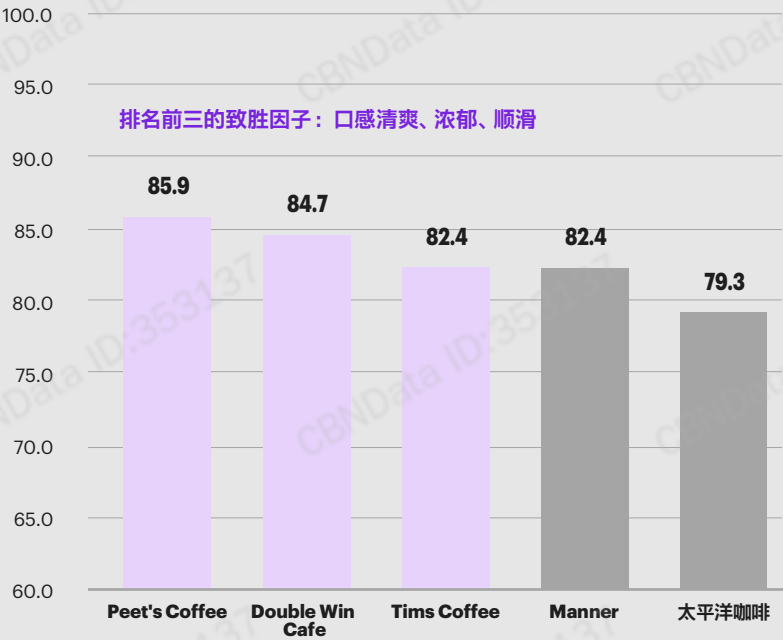
烘焙及小食
(5%)
N=4.5W

即食烘焙品及小食等体验

服务整体体验
(17%)
N=15.3W

包括店内服务、门店环境和便利性

图 4
咖啡品牌口感满意度排行



来源: 菱歌&科尔尼分析

消费者原贴：

“他们家这个【熔岩澳白】真的绝了，巨**浓郁**，喝过这个，别的都是清汤寡水。
“他们家的冷萃喝起来口感很**顺滑**，愉悦的口感和令人惊叹瀑布的视觉效果结合起来，拍照也特别好看”

Peet's Coffee

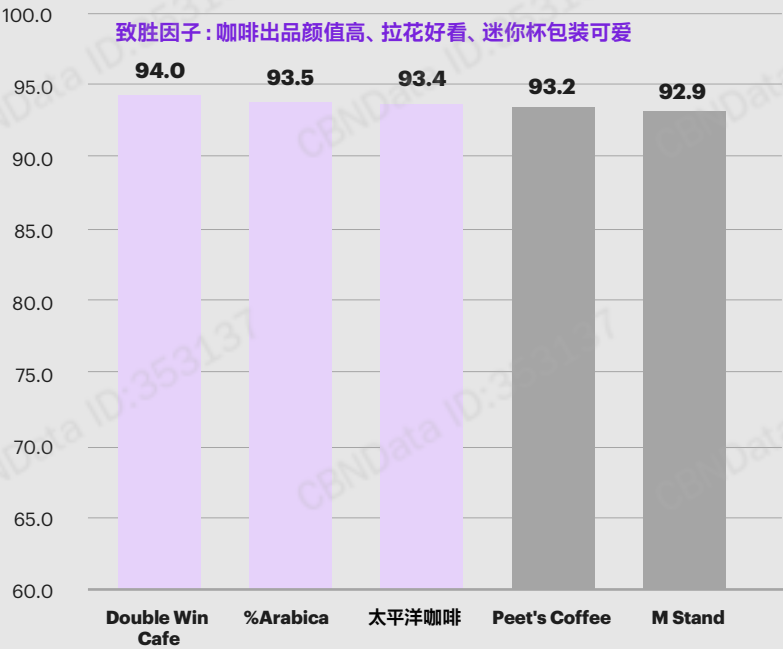
“「**青瓜冰美式**」听起来猎奇但实际很**清爽好喝**”
“double win家的拿铁真的巨**顺滑**，咖啡和奶融合的很好”

Double Win Cafe

“Seesaw的椰子燕麦拿铁简直是**拿铁之光！特别香！**”
“Seesaw他们家的咖啡对于不懂行的我来说都很好喝，入口咖啡**醇厚**与奶泡的蓬松感都很加分！”

Seesaw

图 5
咖啡品牌造型满意度排行



来源: 菱歌&科尔尼分析

消费者原贴：

“蜜瓜酒酿拿铁奇妙的组合，口感丰富，颜值也在线。”
“好喝疯了，就是很温和的甜 然后杏仁香味，拉花也很漂亮。”

Double Win Cafe

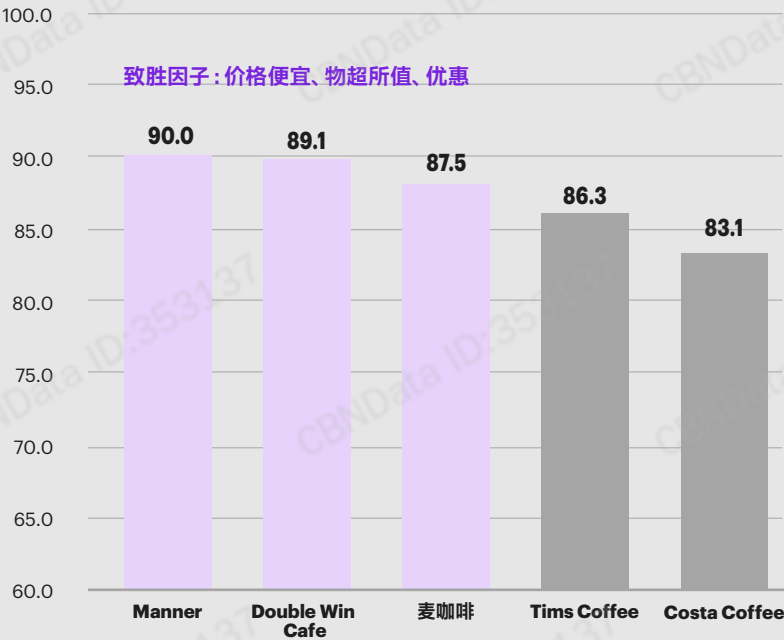
“唯一的优点就是在人很多的情况下服务依然很好，拉花做得也很漂亮”
“品种不多，哈哈还有超小杯也是很迷你和可爱了。”

%Arabica

“水泥拿铁和黑糖奶咖喝完了让我很惊喜一点都不苦还甜甜的 而且颜值也很高”
“点了一杯保加利亚玫瑰拿铁 小小一杯 拉花很漂亮”

太平洋咖啡

图 6
咖啡品牌性价比满意度排行



来源: 菱歌&科尔尼分析

消费者原贴:

“开在iapm这样的商场，却有这么**接地气**的价格，不容易”

Manner

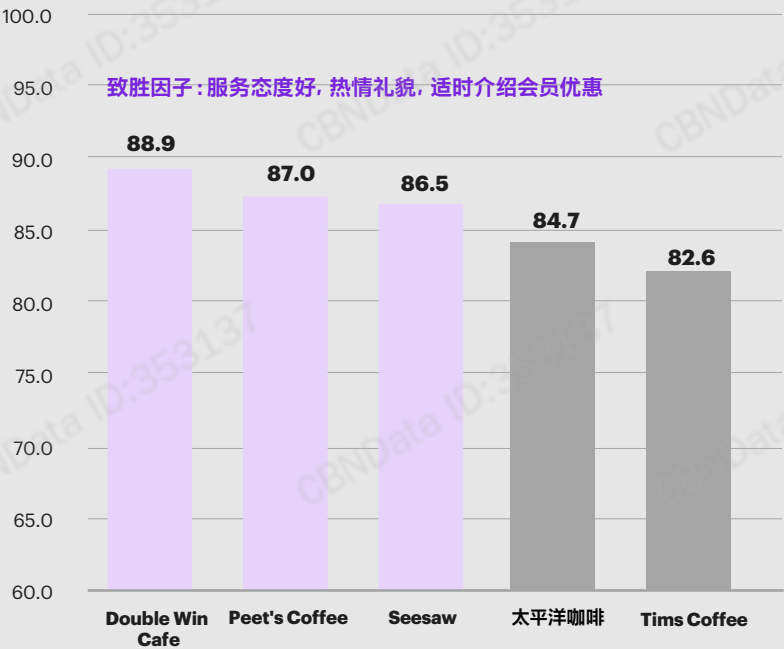
“新会员还有五块钱优惠券，**性价比可**[爱心]~”

Double Win Cafe

“在麦咖啡喝个下午茶，发现了**很多优惠**，一番了解后立马在线上**买礼品卡**”

McCafé

图 7
咖啡品牌门店服务满意度排行



来源: 菱歌&科尔尼分析

消费者原贴:

“服务小哥态度很好，一直问你温度和甜度是否需要调整”
“高峰时间依然很忙。但不会影响到态度，很热情很友好，点赞”

Double Win Cafe

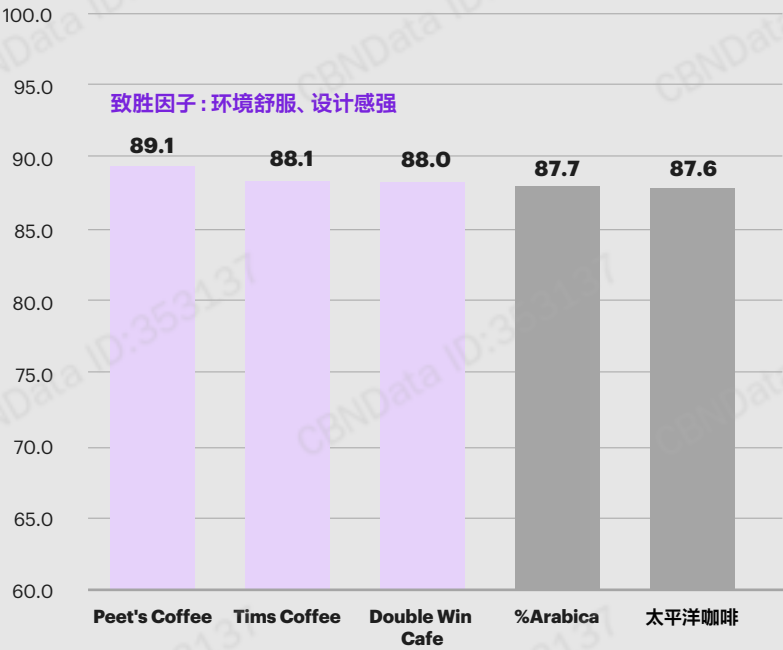
“服务太好了，服务员很贴心，看到用准备蛋糕”
“店员热情礼貌又不会让你觉得烦，提前说过生日还有气球，提供合影服务等。”

Peet's Coffee

“店员服务态度很好，还会主动教你如何点单”
“新会员有买一送一!!! 超划算!!! ”

Seasaw

图 8
咖啡品牌门店环境满意度排行



来源: 菱歌&科尔尼分析

消费者原贴:

“基本每周都会有几天来皮爷家坐坐~环境氛围很好”
“咖啡店前露天区域有遮阳伞蔽日, 绿植环绕, 颇有小资情调”

Peet's Coffee

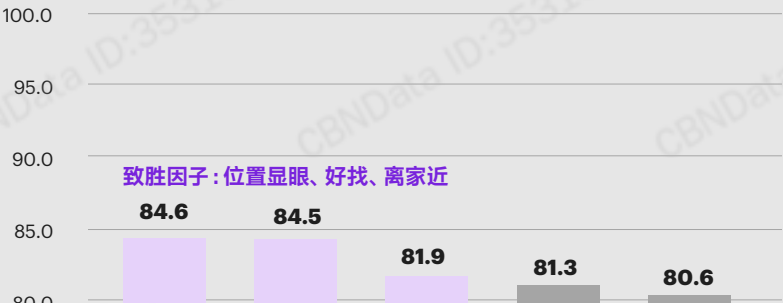
“简约大气, 整体环境非常舒适”
“半开放式的设计, 干干净净的ins风让人眼前一亮”

Double Win Cafe

“Arabica咖啡和文创店, 环境开阔光照充足”
“交互式空间设计感, 像艺术展厅”

%Arabica

图 9
咖啡品牌门店便利性满意度排行



消费者原贴:

“位置在三里屯太古里苹果店北侧二层, 非常好找”

Peet's Coffee

“啊挺好的, 人少位置好找, 小哥们也都感觉很有耐心”

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_28936

