

2022

第4期

# 年轻人生活消费观察

系列研究

茶·咖生活篇



2022.08

克劳锐



# 年轻人对品牌意味着什么？

年轻人作为消费市场的主力军，是品牌营销的必争群体。如何占领年轻消费者心智成为众多品牌营销的核心命题。

年轻人的生活消费观如何？

年轻人在社交平台上喜欢看什么内容？

年轻人对品牌的消费差异如何？

社交平台上的内容如何影响内容消费？

克劳锐将从**食品饮料、化妆品、数码家电、服装服饰、家居家装、游戏娱乐、出行方式**等多个热门行业和品类出发，探索不同年龄段的年轻人在这些热门领域的**细分消费行为和习惯**，围绕**用户、内容、达人、平台和品牌**五方关系进行研究，结合优秀的内容营销案例，展现年轻人在各领域的**生活消费动向**。

关注克劳锐年轻人生活消费观察系列研究，  
洞察年轻用户营销新趋势！



# 研究说明

## 研究范围

**平台选取：**本次报告涉及到咖啡茶饮内容选取平台为“微博、抖音、快手、小红书”四个平台进行相关分析研究；

**研究定义：**本报告涉及的咖啡/茶饮指线上电商平台以及线下商超含有咖啡、茶类物质的快消饮品，也包括原生类草本茶、咖啡豆等产品，不包括线下门店咖啡/茶饮类现场制作类饮品。

## 数据说明

**内容数据周期：**2022年1月1日-6月30日；

**调研数据时间：**2022年6月；

**调研数据说明：**线上问卷调研，N=300；

**代际详细划分：**00后：2000年及以后出生；95后：1995-1999出生；90后：1990-1994出生；

85后：1985-1989出生；80后：1980-1984出生。



# 报告核心看点

从场景配角到消费主角，快消级咖啡/茶饮产品进入年轻消费者视野

消费场景开始延展，家庭/工作/学习等**细碎场景**进入选项

简单的产品更受欢迎，**健康、有品质、DIY**都不耽误

线上与线下融会贯通，**咖啡/茶饮品牌纷纷双向奔赴**

# CONTENTS

## 目录



01 年轻人对咖啡/茶饮产品的消费态度?

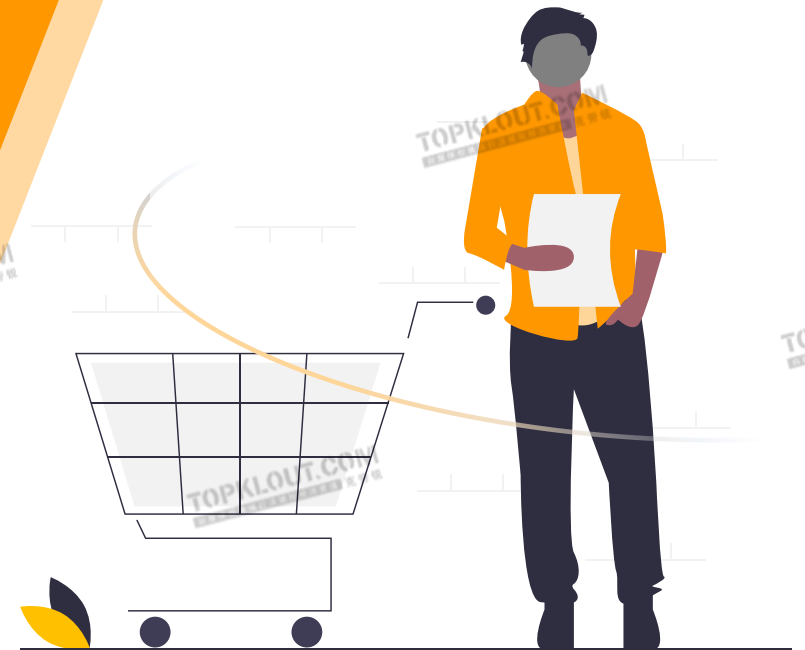
02 年轻人线上内容消费是怎样的?

03 线上咖啡/茶饮产品类品牌代表

# PART 01

## 年轻人对咖啡/茶饮产品的消费态度？

- 线上咖啡/茶饮快消品类以及市场简况
- 年轻人对咖啡/茶饮快消品类的消费习惯
- 影响年轻人对咖啡/茶饮快消品消费的因素
- 年轻人对咖啡/茶饮快消品类的消费需求
- 不同代际消费者的消费偏好



咖啡/茶饮快消品在年轻人的消费习惯中意味着：

**健康的生活方式，有品质的生活态度、惬意的轻松时光**

年轻人的生活

+

饮品圈的「早C晚A」

早上Coffee提神，晚上Alcohol助眠；  
日咖夜酒出现在年轻人的字典。

进阶版：「早C午T」

早上一杯咖啡，午后一杯茶；  
早C晚A已经满足不了精致的男生女生，中午还得加个T。

年轻人消费理念关键词之

健康

高品质，享健康，注重绿色饮食是年轻人的「新式养生」

年轻人消费理念关键词之

品质

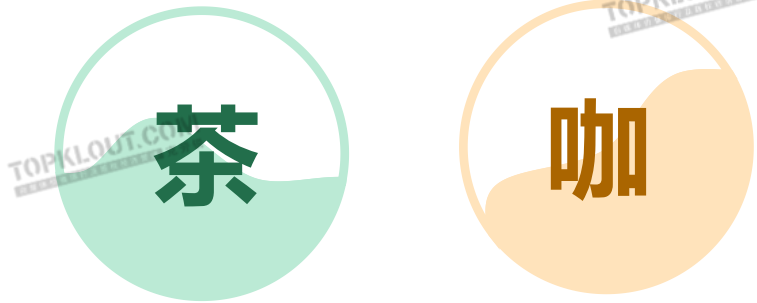
有文化，有底蕴，是东西方特色饮品的「双剑合璧」

年轻人消费理念关键词之

释压

花式自制，夏日限定，是年轻人在工作/学习中的「小憩时光」

# 咖啡/茶饮快消产品样式丰富百态



## 咖啡/茶饮 三大快消产品类型

原产品类

以原产品形态出售  
无二次加工

轻加工包装

极大保留原产品口味形态，从包装、饮用角度简单加工

调制型饮品

借助原产品口味，侧重产品创新

## 咖啡/茶饮 消费类产品举例



调制即饮咖啡

速溶咖啡

冻干咖啡

咖啡浓缩液

挂耳咖啡

... ..

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\\_45357](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_45357)

