

2021年中国咖啡行业分析报告- 行业调研与盈利前景研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国咖啡行业分析报告-行业调研与盈利前景研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/548270548270.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

中国咖啡行业发展状况情况介绍

1989年，雀巢咖啡在中国推出“1+2”速溶咖啡，迅速占领国内速溶咖啡市场；1999年，星巴克在国内开设第一家门店，将精品咖啡带入中国市场。2005年，雀巢咖啡联手可口可乐，进军即饮咖啡市场，将即饮咖啡与冷饮文化融合，赋予咖啡新的时尚概念。2010年，喜多士开始售卖现磨咖啡，价格对比精品咖啡更加低廉，极大扩大了受众群体。2014年新零售咖啡代表连咖啡成立，2017年瑞幸咖啡成立，咖啡营销渠道向线上拓展，咖啡文化快速普及，同时茶饮品牌喜茶、奈雪の茶等推出的咖啡产品多与原有的特色茶饮相结合，满足了多样化消费人群。2019年天猫双11，三顿半精品速溶咖啡开启预售的第一个小时卖出60万杯，打败稳居第一10年的雀巢，成为首个登上榜首的国货咖啡品牌。2020年天猫618期间，三顿半力压雀巢、星巴克两大巨头，跃居天猫618冲调大类销量第一。

我国咖啡行业发展历程 资料来源：公开资料整理

目前，中国咖啡市场正在进入一个高速发展的阶段，2020年中国人均咖啡消费量超过7.2杯，与发达国家相比，中国人均咖啡消费量仅为美国的1.6%。随着我国人民生活水平的提高和对咖啡文化认知程度的增长，加之巨大的人口红利，都能刺激国内咖啡消费。目前，中国咖啡消费年均增速达15%，远高于世界2%的增速。2020年中国咖啡行业市场规模为900亿元左右。

2016-2020年中国咖啡行业市场规模 资料来源：公开资料整理

中国咖啡行业主要品牌分析

（一）星巴克 星巴克公司成立于1985年。星巴克公司是世界上顶级的咖啡烘焙商、营销商和零售商，在81个市场运营。公司通过公司经营的商店购买和烘焙公司销售的高品质咖啡，以及手工制作的咖啡、茶和其他饮料以及各种优质食品。公司还通过特许商店等其他渠道销售各种咖啡和茶产品和许可商标，并通过与雀巢公司的全球咖啡联盟销售食品和食品服务。

受疫情的影响，2020年全年营业收入为235.18亿美元，同比下降11.28%，净利9.28亿美元 同比减少74.21%。目前，星巴克除了加快开店数量外，也在进行数字化转型。

（二）雀巢咖啡 “雀巢咖啡”是世界上第一个速溶咖啡品牌，保有独特的咖啡香醇，拥有悠久的历史与传承。过去的83年间，雀巢咖啡已经从一罐咖啡发展成为如今全面的产品种类和系统。雀巢咖啡在全球180多个国家都有销售，它引领着咖啡饮料品类的潮流。2019年

10月，Interbrand发布的全球品牌百强榜排名38。

2020年，雀巢大中华区的销售额为59.86亿瑞士法郎，折合人民币约为440.28亿元。相比2019年全年收入，同样出现负增长。由于2020年中国春节新冠疫情封锁期间，家庭外渠道的减少以及有限的消费者囤货，中国市场出现负增长。不过，由于雀巢咖啡和星巴克产品在电商平台的强劲增长，咖啡业务实现了高个位数的增长。 （三）瑞幸

瑞幸咖啡是中国最大的连锁咖啡品牌，通过充分利用移动互联网和大数据技术的新零售模式，瑞幸咖啡进军智能无人零售行业，与各领域顶级供应商深度合作，致力为客户提供高品质、高性价比、高便利性的产品。

瑞幸咖啡经营饮品及食品系列，除咖啡、茶饮外，瑞幸咖啡与路易达孚合作NFC果汁，并出售轻食、坚果、零食和其他周边产品。

瑞幸咖啡2020年前三个季度营收分别为5.65亿元、9.8亿元、11.45亿元。瑞幸咖啡2020年第三季度营收较上年同期增长35.8%。瑞幸咖啡预计2020年营收规模在38亿元到42亿元之间。

瑞幸咖啡计划于2021年至2023年，每年在埃塞俄比亚耶加雪菲产区采购总量1000至2000吨的精品咖啡豆。此协议或将促成中国企业在埃塞俄比亚最大的精品咖啡采购订单。自瑞幸咖啡成立起，埃塞俄比亚就是瑞幸采购咖啡豆的重要原产地。在瑞幸挂耳咖啡、即溶冷萃冻干咖啡产品系列中，埃塞俄比亚耶加雪菲也广受消费者欢迎。 （四）三顿半

三顿半，成立于2015年4月，由CQI认证的咖啡品质鉴定师主理品控，主营精品咖啡，通过构建和开拓精品咖啡的消费场景，致力于精品咖啡的大众化。2018年凭借低温萃取冻干咖啡粉，无论冷热三秒即溶的特点，一炮而红。三顿半是正在探索新生活的精品咖啡品牌，品牌希望创造品质优越又与众不同的产品，打开咖啡的新场景，为每一杯咖啡的无限可能，提供不止于此的选择。

2020年精品咖啡品牌三顿半已完成过亿元B轮融资，由红杉资本领投、老股东峰瑞资本跟投。三顿半创始人吴骏告诉36氪，资金将主要用于供应链升级改造、品牌建设及新品研发投入、创新消费场景打造等多个方面。

（五）永璞

永璞咖啡是一个咖啡挂耳包品牌，目标用户为22—30岁之间的女性。所有咖啡产品的原料均选自海拔1200米以上庄园生产的咖啡豆，并将包装交给已有一定知名度的文创品牌，利用网络热门IP进行产品推广，为保障品质CoffeePls只销售烘焙日期在5日以内的咖啡。2019年，永璞销售额达到2600万元，受2020年初疫情影响，线上咖啡销量暴增，带动永璞走上快车道，预计2020年销售额将突破一亿元。

中国咖啡行业消费偏好分析

（一）需求偏好 咖啡从消费饮用需求角度，市面上咖啡的类别主要分为速溶咖啡、现磨咖啡、即饮咖啡。其中消费者对速溶咖啡、现磨咖啡、即饮咖啡的消费需求占比分别为60.7%、23.6%、15.7%。

2020年中国咖啡行业客户的需求偏好占比 资料来源：观研天下数据中心整理

（二）价格偏好

咖啡不同产品形态下价格差异大，总体随速溶-罐装-现磨递增。根据产品形态的不同，咖啡产品大致可以分为速溶咖啡、罐装咖啡、现磨咖啡三大品类，而每个大类又可以继续细分成更多小类，不同类别的产品价格差别很大。即使同为速溶咖啡，雀巢1+2和三顿半速溶咖啡的单价相差8倍，而一杯星巴克臻选咖啡的价格是雀巢1+2速溶咖啡价格的46倍。根据统计只有20%的消费者愿意购买30元以上的咖啡，而多数速溶咖啡的市场价格为1-2元之间，所以咖啡产品存在一个巨大的大众消费价格区间。

2020年中国咖啡行业客户的价格偏好占比 资料来源：观研天下数据中心整理

（三）品牌偏好

我国咖啡行业品牌集中度走高，市场竞争激烈，星巴克、雀巢等咖啡品牌优势明显。

2020年中国咖啡行业客户的品牌偏好占比 资料来源：观研天下数据中心整理（cyy）

观研报告网发布的《2021年中国咖啡行业分析报告-行业调研与盈利前景研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2017-2021年中国咖啡行业发展概述

第一节 咖啡行业发展情况概述

- 一、咖啡行业相关定义
- 二、咖啡行业基本情况介绍
- 三、咖啡行业发展特点分析
- 四、咖啡行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、咖啡行业需求主体分析

第二节 中国咖啡行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、咖啡行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - (1) 沟通协调机制
 - (2) 风险分配机制
 - (3) 竞争协调机制

四、中国咖啡行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国咖啡行业生命周期分析

一、咖啡行业生命周期理论概述

二、咖啡行业所属的生命周期分析

第四节 咖啡行业经济指标分析

一、咖啡行业的赢利性分析

二、咖啡行业的经济周期分析

三、咖啡行业附加值的提升空间分析

第五节 中国咖啡行业进入壁垒分析

一、咖啡行业资金壁垒分析

二、咖啡行业技术壁垒分析

三、咖啡行业人才壁垒分析

四、咖啡行业品牌壁垒分析

五、咖啡行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球咖啡行业市场发展现状分析

第一节 全球咖啡行业发展历程回顾

第二节 全球咖啡行业市场区域分布情况

第三节 亚洲咖啡行业地区市场分析

一、亚洲咖啡行业市场现状分析

二、亚洲咖啡行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲咖啡行业市场前景分析

第四节 北美咖啡行业地区市场分析

一、北美咖啡行业市场现状分析

二、北美咖啡行业市场规模与市场需求分析

三、北美咖啡行业市场前景分析

第五节 欧洲咖啡行业地区市场分析

一、欧洲咖啡行业市场现状分析

二、欧洲咖啡行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲咖啡行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界咖啡行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球咖啡行业市场规模预测

第三章 中国咖啡产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品销售总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国咖啡行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国咖啡产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、咖啡环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国咖啡行业运行情况

第一节 中国咖啡行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
 - 1、行业技术发展现状
 - 2、行业技术专利情况
 - 3、技术发展趋势分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国咖啡行业市场规模分析

第三节 中国咖啡行业供应情况分析

第四节 中国咖啡行业需求情况分析

第五节 我国咖啡行业进出口形势分析

- 1、进口形势分析
- 2、出口形势分析
- 3、进出口价格对比分析

第六节、我国咖啡行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第七节 中国咖啡行业供需平衡分析

第八节 中国咖啡行业发展趋势分析

第五章 中国咖啡所属行业运行数据监测

第一节 中国咖啡所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国咖啡所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国咖啡所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2021年中国咖啡市场格局分析

第一节 中国咖啡行业竞争现状分析

一、中国咖啡行业竞争情况分析

二、中国咖啡行业主要品牌分析

第二节 中国咖啡行业集中度分析

一、中国咖啡行业市场集中度影响因素分析

二、中国咖啡行业市场集中度分析

第三节 中国咖啡行业存在的问题

第四节 中国咖啡行业解决问题的策略分析

第五节 中国咖啡行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2021年中国咖啡行业需求特点与动态分析

第一节 中国咖啡行业消费市场动态情况

第二节 中国咖啡行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 咖啡行业成本结构分析

第四节 咖啡行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国咖啡行业价格现状分析

第六节 中国咖啡行业平均价格走势预测

一、中国咖啡行业价格影响因素

二、中国咖啡行业平均价格走势预测

三、中国咖啡行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国咖啡行业区域市场现状分析

第一节 中国咖啡行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区咖啡市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区咖啡市场规模分析

四、华东地区咖啡市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区咖啡市场规模分析

四、华中地区咖啡市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区咖啡市场规模分析
- 四、华南地区咖啡市场规模预测

第九章 2017-2021年中国咖啡行业竞争情况

第一节 中国咖啡行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国咖啡行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国咖啡行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 咖啡行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国咖啡行业发展前景分析与预测

第一节 中国咖啡行业未来发展前景分析

一、咖啡行业国内投资环境分析

二、中国咖啡行业市场机会分析

三、中国咖啡行业投资增速预测

第二节 中国咖啡行业未来发展趋势预测

第三节 中国咖啡行业市场发展预测

一、中国咖啡行业市场规模预测

二、中国咖啡行业市场规模增速预测

三、中国咖啡行业产值规模预测

四、中国咖啡行业产值增速预测

五、中国咖啡行业供需情况预测

第四节 中国咖啡行业盈利走势预测

一、中国咖啡行业毛利润同比增速预测

二、中国咖啡行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国咖啡行业投资风险与营销分析

第一节 咖啡行业投资风险分析

- 一、咖啡行业政策风险分析
- 二、咖啡行业技术风险分析
- 三、咖啡行业竞争风险分析
- 四、咖啡行业其他风险分析

第二节 咖啡行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国咖啡行业发展战略及规划建议

第一节 中国咖啡行业品牌战略分析

- 一、咖啡企业品牌的重要性
- 二、咖啡企业实施品牌战略的意义
- 三、咖啡企业品牌的现状分析
- 四、咖啡企业的品牌战略
- 五、咖啡品牌战略管理的策略

第二节 中国咖啡行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国咖啡行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国咖啡行业发展策略及投资建议

第一节 中国咖啡行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择
- 第二节 中国咖啡行业营销渠道策略
 - 一、咖啡行业渠道选择策略
 - 二、咖啡行业营销策略
- 第三节 中国咖啡行业价格策略
- 第四节 观研天下行业分析师投资建议
 - 一、中国咖啡行业重点投资区域分析
 - 二、中国咖啡行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/548270548270.html>