

2023年

中国速溶咖啡行业产品创新专题研究报告

iiMedia Report | Special Research Report on Product Innovation in China's Instant Coffee Industry in 2023

本报告主要采用市场调查、行业深度访谈、桌面研究等方法，并使用艾媒咨询旗下各大数据计算系统和相关计算模型。

- 对部分相关的公开信息进行筛选，通过对行业专家、相关企业与网民进行深度访谈，了解相关行业主要情况，获得相应需要的数据。
- 对部分相关的公开信息进行筛选、对比，参照用户调研数据，最终通过桌面研究获得行业规模的数据。
 - 政府数据与信息
 - 行业公开信息
 - 企业年报、季报
 - 行业资深专家公开发表的观点
- 报告数据来自艾媒咨询商业情报数据库、北极星互联网产品分析系统、艾媒商情舆情数据监测系统和草莓派数据调查与计算系统（Strawberry Pie），数据监测时间截至2023年9月。
- 艾媒商情舆情数据监测系统，全球首个实时全网商情舆情数据监测与品牌声誉监控分析系统，包括负面预警、舆情监控和竞品情报、企业声誉、消费者口碑等，秒级进行全网扫描与数据计算。
- 面向全球针对各领域征集优秀案例企业进行中，[详情可咨询research@iimedia.cn](mailto:research@iimedia.cn)。



市场规模：咖啡市场逐渐下沉，2026年中国速溶咖啡市场规模有望达1099亿元

速溶咖啡具有方便快捷的优点，适合快节奏的生活方式。iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2022年我国速溶咖啡市场规模达418亿元，未来，咖啡市场将从一二线城市拓展到三四线城市，消费人群逐渐扩大，进一步带动速溶咖啡市场规模增长，2026年中国速溶咖啡市场规模有望达1099亿元。



用户调研：价格、口味成为关注重点，速溶咖啡品类创新、口味多元需求提升

iiMedia Research（艾媒咨询）调研数据显示，消费者在购买速溶咖啡关注因素方面，排名前三的分别是价格（61.9%）、口味（57.9%）、份量（49.8%）。超八成消费者期待速溶咖啡口味创新，56.9%消费者期待品类创新。当前大众在消费时更趋于理性，性价比仍是消费者做出购买决策的重要影响因素。随着咖啡口味多元化需求提升，咖啡的传统口味已经不能满足消费者，新颖性、创新性的咖啡定位更能赢得消费者的青睐。



发展趋势：速溶咖啡品质提升，品类趋精品化、小众化，茶咖引领行业新风向

随着咖啡行业生产加工技术的升级，速溶咖啡的品质和口感也在不断提升，浓缩咖啡、冻干咖啡等多种形式的精品速溶咖啡呈现在消费者面前。近年来，新中式风在咖啡行业兴起，不少品牌推出新品类茶咖产品，茶咖的独特风味和健康属性在消费群体中掀起新的时尚潮流，茶咖市场成长空间巨大。



目录

1

中国速溶咖啡行业发展背景研究

2

中国速溶咖啡行业现状及创新趋势分析

3

中国速溶咖啡行业消费行为调研分析

4

中国速溶咖啡行业发展趋势

01

中国速溶咖啡行业发展背景研究

速溶咖啡的定义及分类

速溶咖啡，是通过将咖啡萃取液中的水分蒸发而获得的干燥的咖啡提取物。速溶咖啡能够很快地溶化在热水中，在储运过程中占用的空间和体积更小，更耐储存。速溶咖啡产品按加工工艺及外观形态分为三种：喷雾干燥速溶咖啡、凝聚速溶咖啡、冷冻干燥速溶咖啡。速溶咖啡区别于较为繁复的传统咖啡冲泡方式，获得了广泛的流行。

速溶咖啡的分类



喷雾干燥
速溶咖啡



采用瞬时高温雾化干燥法而制取的粉末状速溶咖啡为喷雾干燥速溶咖啡。

凝聚速溶咖啡



用喷雾干燥速溶咖啡再经凝聚造粒工艺而制取的颗粒状速溶咖啡为凝聚速溶咖啡。

冷冻干燥
速溶咖啡



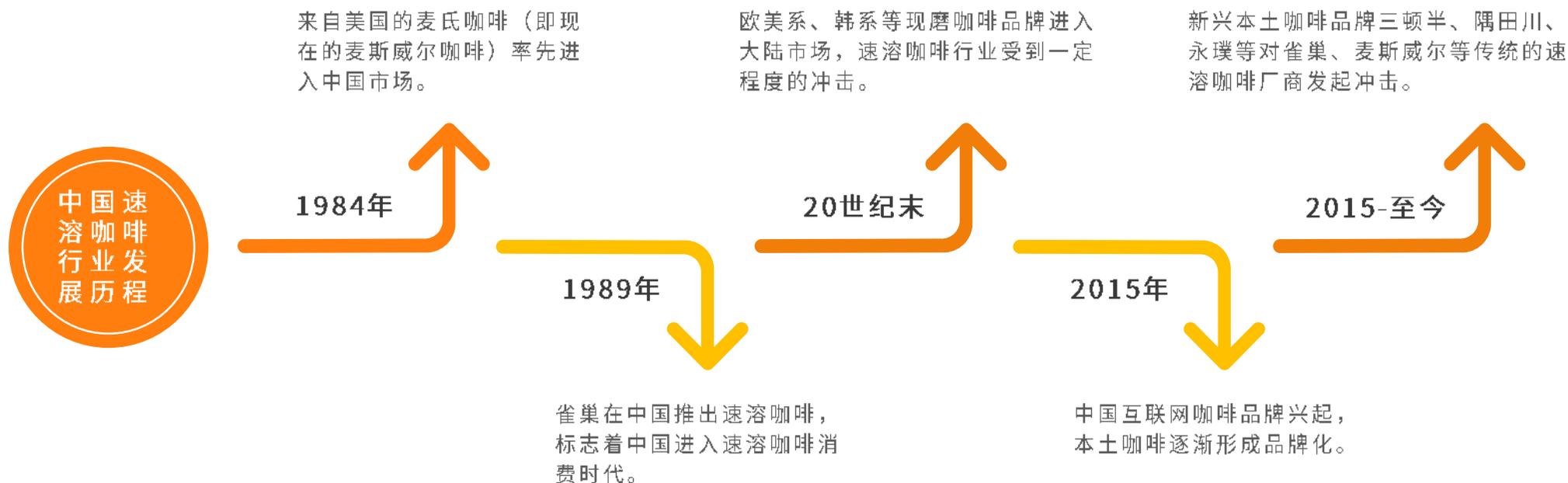
咖啡萃取液在低温下冻结，再经低温升华干燥而制取的块（粒）状速溶咖啡为冷冻干燥速溶咖啡。

中国速溶咖啡行业发展历程

19世纪80年代，来自美国的麦氏咖啡（现麦斯威尔咖啡）率先进入中国市场。1989年，雀巢在中国推出速溶咖啡，标志着中国进入速溶咖啡消费时代。20世纪以来，欧美系、韩系等现磨咖啡品牌进入大陆市场，中国速溶咖啡行业受到一定程度的冲击。2015年以来，中国互联网咖啡品牌兴起，本土咖啡逐渐形成品牌化，如三顿半、隅田川、永璞等一系列国产品牌迅速崛起，行业竞争愈发激烈。

中国速溶咖啡行业发展历程

The Development History of China's Instant Coffee Industry



中国速溶咖啡行业发展驱动因素：政策发展

随着生活水平的提高，人们对健康的重视程度增加，对食品安全的关注度也越来越高。近年来，中国政府陆续出台一系列咖啡行业相关政策，对生产、加工、流通环节进行规范，为速溶咖啡行业提供了良好的发展基础。

中国速溶咖啡行业相关产业政策

Industrial policies related to China's instant coffee industry

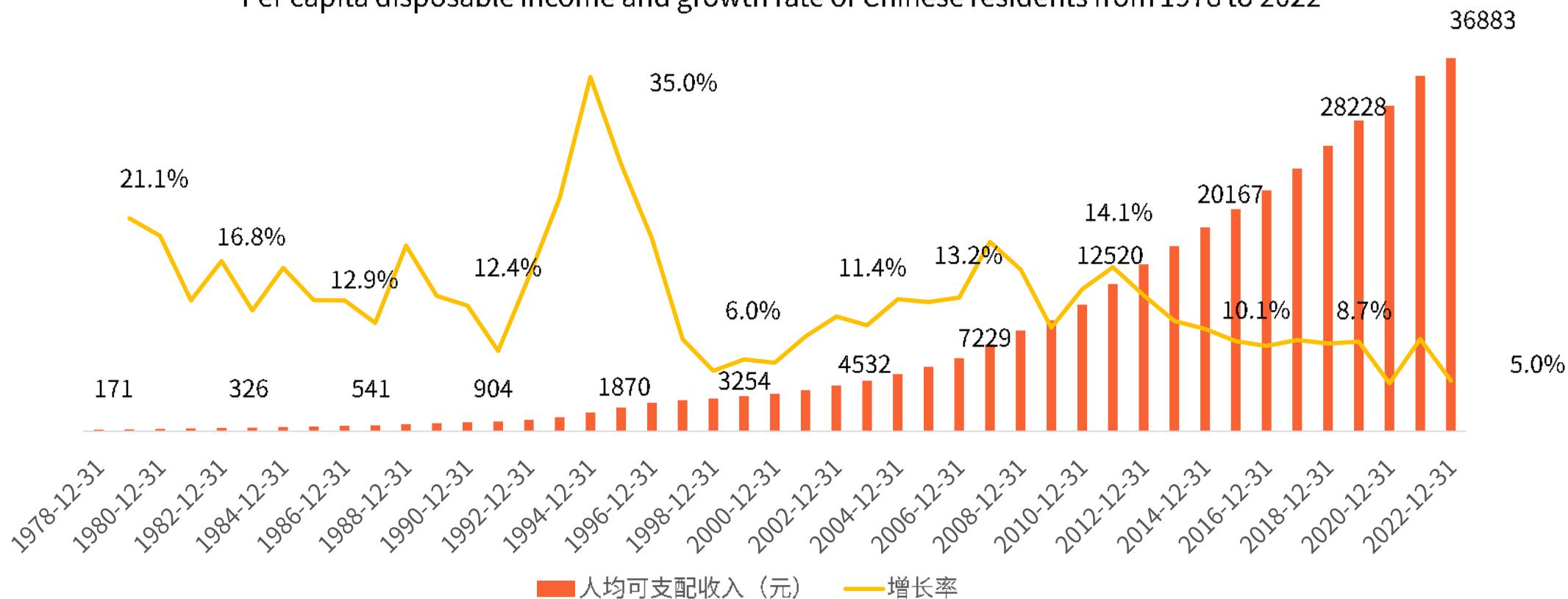
时间	发布单位	政策名称	主要内容
2022.08	云南省农业农村厅、云南省财政厅、云南省工业和信息化厅	《关于推动咖啡精品率和精深加工率提升若干政策措施》	发布六项措施，提高咖啡精品率和精深加工率，推动云南咖啡产业高质量发展，致力于建成全球重要的精品咖啡产区。
2021.03	中华人民共和国中央人民政府	《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》	提到要加快具有区域带动作用的龙头企业规模化建设，提高企业知名度和品牌影响力，深化数字经济与食品产业融合创新。
2020.09	丽水市人民政府	《促进咖啡产业发展行动方案》	方案指出为促进丽水市咖啡消费及产业发展，提出“三年目标”，并对相关产业进行政策支持。
2019.05	中共中央国务院	《关于深化改革加强食品安全工作的意见》	推动食品产业高质量发展，引导食品企业延伸产业，建立优质原料生产基地及配套设施，加强与电商平台融合。
2017.07	国家发展改革委、商务部	《外商投资产业指导目录（2017年修订）》	继续将果蔬饮料、蛋白饮料、茶饮料、咖啡饮料、植物饮料的开发、生产列入目录中。

中国速溶咖啡行业发展驱动因素：经济发展

数据显示，从1978年至2022年，中国居民人均可支配收入呈逐年递增态势。2022年中国居民人均可支配收入达36883元，同比增长5.0%。随着居民收入水平的不断提高，国内中等收入群体不断扩大，推动消费转型升级，为速溶咖啡行业的增长提供了坚实的基础。

1978-2022年中国居民人均可支配收入及增长率

Per capita disposable income and growth rate of Chinese residents from 1978 to 2022



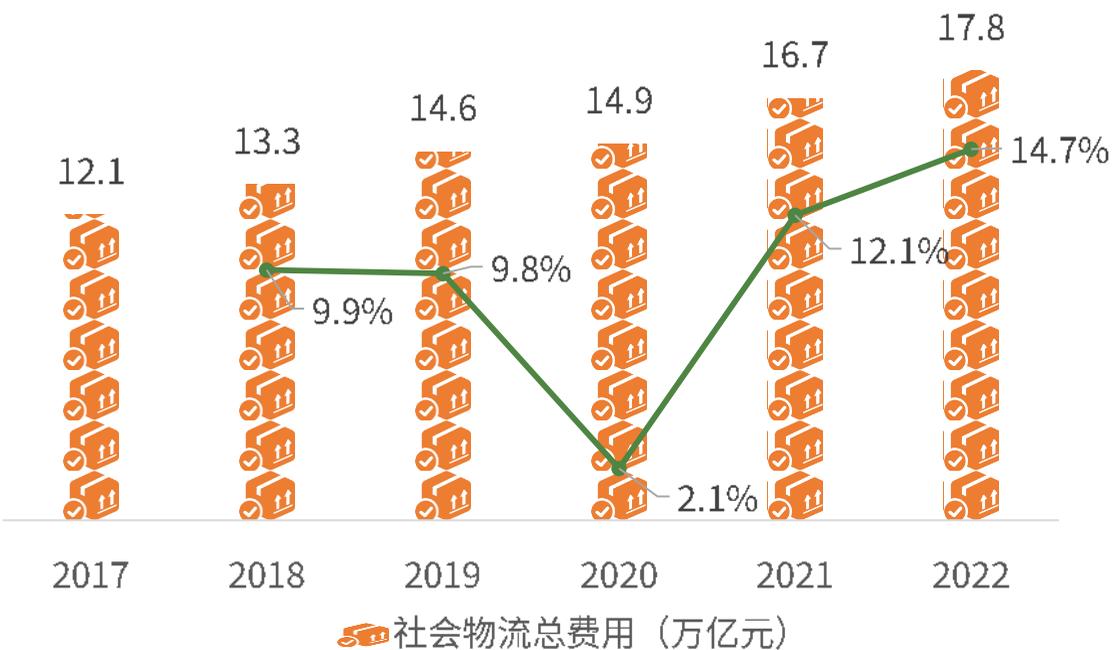
数据来源：国家统计局，艾媒数据中心 (data.iimedia.cn)

中国速溶咖啡行业发展驱动因素：技术发展

数据显示，2017-2022年中国社会物流总费用稳定增长，2022年达17.8万亿元。中国物流和运输技术的进步，降低了企业在国外生产或采购资源中间产品，以及进入出口市场和全球销售其产品的成本。通过对原料生产标准化、原料加工功能化、烘焙工艺高效化等三个方面提供技术驱动，为速溶咖啡行业提供了更多的创新和发展空间。

2017-2022年中国社会物流总费用及增长率

Total Cost of Social Logistics in China and growth rate from 2017 to 2022



原料端：咖啡种植者受益于产品升级或绿咖啡的“反改造”。通过提高产品质量，凭借独特的地理特征和其他属性（如安全性和可持续性）增加价值。



加工端：通过绿色咖啡加工等功能升级，实现了价值链的高端化。不仅服务于本国市场，而且越来越多地将加工过的咖啡再出口到世界各地的终端消费者。



烘焙工艺端：农场和烘焙行业的工艺升级带来了更高的效率和生产率。其结果是降低了单位成本，提高了一些生咖啡产地的竞争力。

02

中国速溶咖啡行业现状及创新趋势分析

中国咖啡产业图谱



注：本图谱仅标注报告出版时的行业典型案例，以主要业务类型进行了划分持续更新中。案例征集邮箱research@iimedia.cn

现磨咖啡：咖啡豆烘焙好后，在制作咖啡的时候才进行研磨，然后短时间内萃取出浓缩咖啡。现磨咖啡主要以咖啡馆为主。

即饮咖啡：通过将高浓度的咖啡液体加入水中，然后通过特殊工艺加长其保质期。售卖时以便利店、商超为主。

速溶咖啡：通过将咖啡先萃取出咖啡液体，然后通过特殊工艺再将液体凝固成固体，饮用的时候直接加入热水搅拌即可。以便利店、商超、电商平台售卖为主。

中国速溶咖啡行业市场规模持续增长

速溶咖啡具有方便快捷的优点，适合快节奏的生活方式。随着中国经济社会快速发展，人们生活节奏加快，速溶咖啡市场需求逐渐提高。iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2022年我国速溶咖啡市场规模达418亿元。未来，咖啡市场将从一二线城市拓展到三四线城市，消费人群逐渐扩大，进一步带动速溶咖啡市场规模增长，2026年中国速溶咖啡市场规模有望达1099亿元。

2016-2026年中国速溶咖啡行业规模及预测

Scale and Forecast of China's Instant Coffee Industry from 2016 to 2026

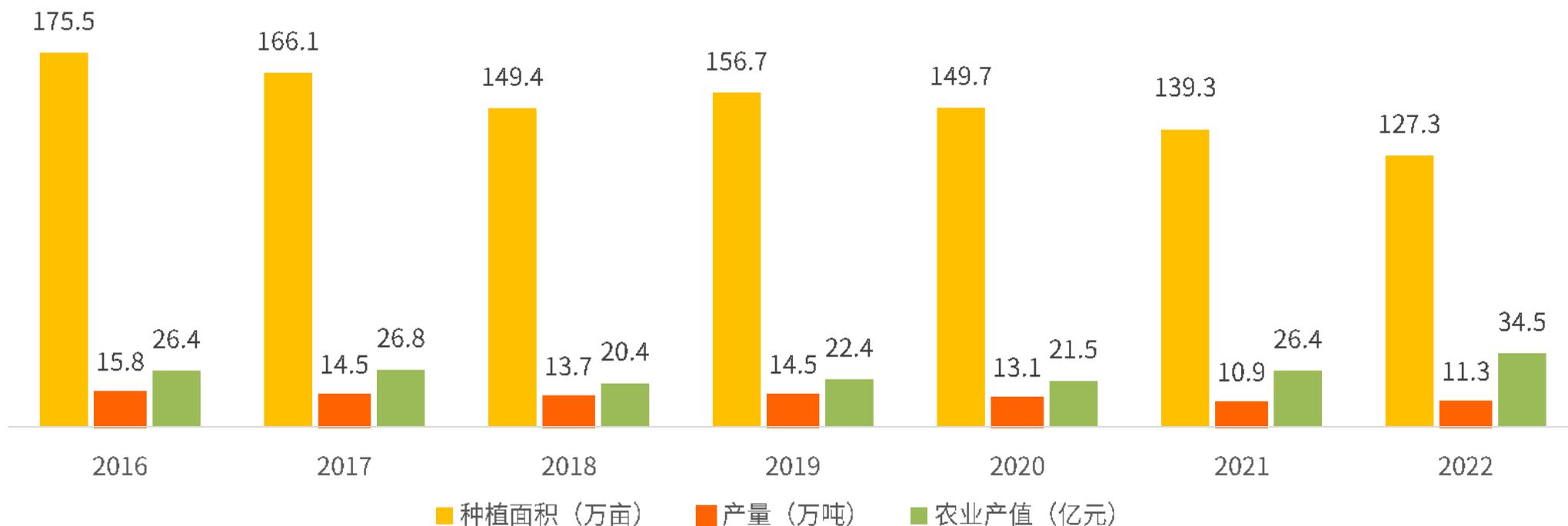


中国速溶咖啡产业链上游：咖啡豆

云南省是中国最大的咖啡豆种植区，海拔高，气候适宜种植优质咖啡豆。云南省农业农村厅数据显示，2016年以来，云南省咖啡豆产量保持在10万吨以上。2022年，云南咖啡种植面积达127.3万亩，咖啡豆产量达11.3万吨，农业产值34.5亿元，咖啡豆种植面积和产量均占全国的98%以上。

2016-2022年云南省咖啡豆种植面积、产量及产值

Planting area, yield, and output value of coffee beans in Yunnan Province from 2016 to 2022



中国速溶咖啡产业链中游：深加工厂商

中国咖啡深加工企业主要分为三类不同厂商，一是传统中游咖啡加工商，通常以烘焙、浸提等咖啡豆深加工业务为主，为B端客户供应咖啡粉、咖啡液等深加工产品。二是咖啡品牌自建咖啡加工基地，拥有自建咖啡加工工厂，其产品一般为品牌自用。三是小型精品咖啡加工商，主要为B端精品客户提供定制化咖啡产品，并逐步发展成共享工厂新模式。

中国速溶咖啡深加工企业分类

Classification of Chinese instant coffee deep processing enterprises

传统中游咖啡加工企业



这类企业通常以烘焙、浸提等咖啡豆深加工业务为主，主要从上游咖啡种植企业采购咖啡豆，进行深加工后销售给下游流通环节，包括零售和批发。

咖啡品牌自建咖啡加工基地



这类企业通常为知名咖啡品牌，自建咖啡加工基地进行咖啡豆采购、烘焙、浸提等深加工业务。其经营模式相对较为集中，规模较大，拥有较强的品牌效应和议价能力。

小微精品厂商



这类企业主要为客户提供定制化服务，并逐步发展成共享工厂新模式，为小型精品咖啡店提供全新解决方案。

中国速溶咖啡产业链下游：速溶咖啡品牌

中国速溶咖啡企业数量较多，但市场集中度较高。第一梯队以全球最大的速溶咖啡生产商雀巢为代表，占据国内较大部分市场份额；第二梯队是G7、UCC等较早进入中国速溶咖啡市场的国际品牌；第三梯队包括近年来发展迅速的国产咖啡品牌中咖，以及三顿半、隅田川等新兴咖啡品牌。目前，中国速溶咖啡大部分市场份额仍由国外品牌所占据，国内咖啡品牌市场占比较小。随着国产咖啡品质的不断升级和更新，国内品牌市场占有率有望提高。

中国速溶咖啡市场竞争格局

Competitive landscape of China's instant coffee market

梯队	代表品牌	基本特点
第一梯队	雀巢	传统速溶咖啡品牌，在中国市场的份额一直处于领先地位，拥有强大的品牌影响力和遍布全国的渠道网络。其产品线丰富，包括从传统速溶咖啡到高端即溶咖啡等多个系列。
第二梯队	G7、UCC、麦斯威尔	较早进入中国速溶咖啡市场的国际品牌，其产品线以即溶咖啡为主打，借助其品牌影响力和独特的产品特点，在市场中有一定的竞争力。
第三梯队	中咖、三顿半、隅田川	近年来发展迅速的国产咖啡品牌，以其独特的创意和出色的口感获得消费者的青睐，适合年轻消费群体，有望在中国速溶咖啡市场抢占一定的份额。

需求侧：中国人均咖啡消费量提升空间巨大

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，近十年来中国人均咖啡消费量呈较大幅度的提升，人均咖啡消费量从2013年的3.2杯/年提升到2022年的11.3杯/年。2022年全球人均咖啡消费量为75.2杯/年，中国人均咖啡消费量远低于全球平均水平，尤其与巴西、美国、日本等咖啡消费成熟地区相比，中国咖啡市场整体渗透率较低，国人的咖啡消费水平仍有很大的提升空间，咖啡消费市场潜力巨大。

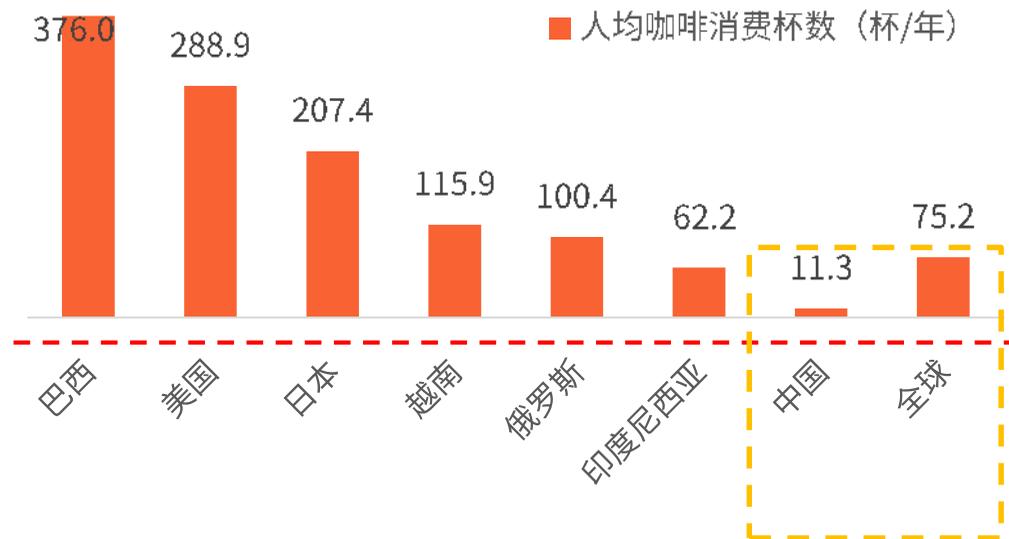
2013-2022年中国人均咖啡消费杯数

Number of coffee consumption cups per capita
in China from 2013 to 2022



2022年全球及不同国家人均咖啡消费杯数

Number of coffee consumption cups per capita
globally and in different countries in 2022



供给侧：速溶咖啡赛道入局者不断，资本积极抢抓经济风口

近年来，中国速溶咖啡市场呈现出快速增长的态势，新兴速溶咖啡品牌逐渐成为市场中不可忽视的一股力量，吸引了大量资本的关注。随着国内消费者对于咖啡的需求不断增长，以及速溶咖啡品牌在市场上的表现越来越突出，各路资本积极投向速溶咖啡赛道，抢抓经济风口。

2021-2023年中国速溶咖啡行业典型投融资事件

Typical Investment and Financing Events in China's Instant Coffee Industry from 2021 to 2023

时间	品牌名称	融资轮次	融资金额	投资方
2023-03-27	隅田川咖啡	C轮	未透露	启明创投、多维海拓、不二资本等
2023-02-15	奢斐咖啡	A轮	数千万人民币	金沙江创投
2022-04-26	花田萃	天使轮	数千万人民币	青山资本
2021-07-27	时萃SECRE	B轮	近亿人民币	凡卓资本（小饭桌）、博将资本、凡创资本
2021-07-08	鼓励发条	种子轮	数百万人民币	民天未来
2021-06-11	永璞咖啡	A+轮	5000万人民币	麦星投资、众源资本

供给侧创新趋势：茶咖引领咖啡行业新风向

随着中国咖啡市场竞争激烈以及消费者口味趋多元化，各大品牌不断谋求创新。近年来，年轻消费者对国潮越发喜爱，新中式风也在咖啡行业兴起，不少品牌将茶元素融入咖啡，茶咖进入到大众视野之中。例如，新兴品牌花田萃、连锁咖啡品牌瑞幸以及农夫山泉旗下即饮咖啡饮料炭灸陆续推出茶咖系列产品。从市场表现来看，创新品类茶咖赢得了消费者的认可和喜爱，尤其在年轻消费群体中掀起了新的时尚潮流。

咖啡行业新风向——各大品牌布局茶咖赛道

现磨咖啡



瑞幸咖啡



2023年以来，瑞幸先后推出碧螺知春拿铁、茉莉花香拿铁、兰韵铁观音拿铁等“中国茶咖”产品。

速溶咖啡



花田萃



花田萃2022年推出茶咖系列产品，用“西式中做”的概念，打造更适合中国人的咖啡风味。

咖啡饮料



炭灸
TANBING

农夫山泉炭灸

农夫山泉旗下的即饮咖啡饮料“炭灸”推出新品茉莉茶咖，主打的中式茶与咖啡的混搭风。

供给侧创新趋势：即溶茶咖类型划分

目前市场上的即溶茶咖产品主要有两种类型：一是风味创新的新中式即溶茶咖，指将中国茶文化与咖啡结合的咖啡制品，以咖啡为基础，融入牛奶和冻干茶、花、果元素，呈现粉末状、颗粒状或块状，可直接冲泡饮用，如花田萃；二是传统的即溶茶咖类型，一般是茶和咖啡混合。花田萃是市面上首家开创新中式即溶茶咖的企业。

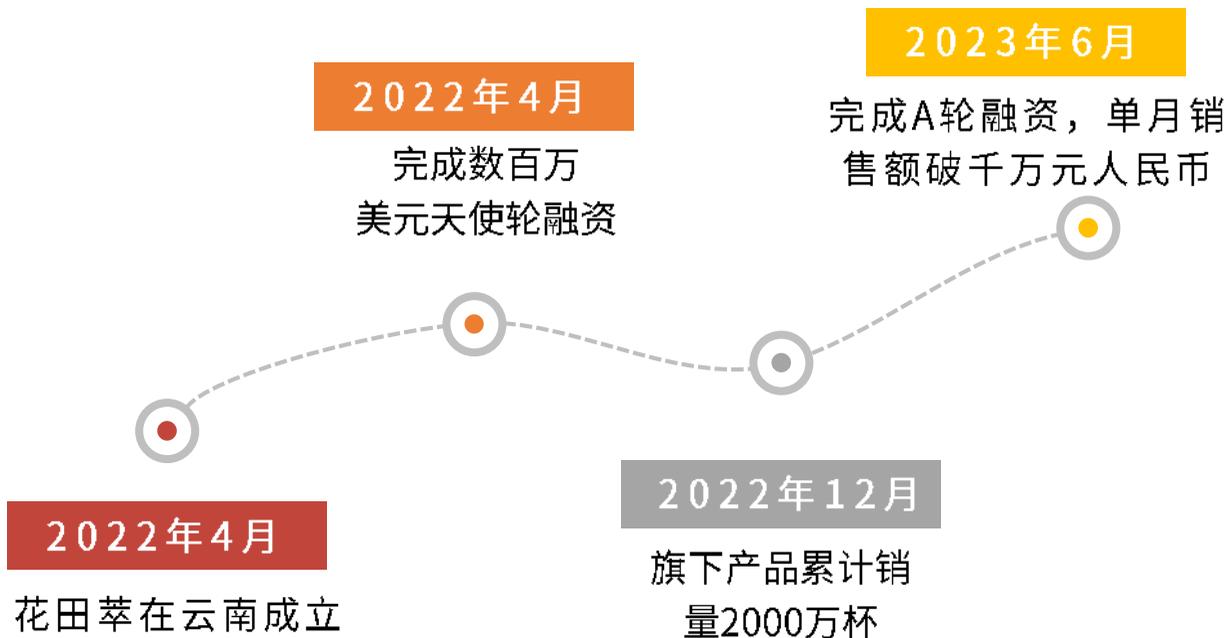
即溶茶咖不同类型特点		
类型	代表品牌	特点
新中式即溶茶咖	花田萃	指将中国茶文化与咖啡结合的咖啡制品，以咖啡为基础，融入牛奶和冻干茶、花、果元素，呈现粉末状、颗粒状或块状，可直接冲泡饮用。
传统即溶茶咖	传统速溶咖啡品牌	一般是茶和咖啡混合，风味表现及风味类型较为单一，苦涩味较重。

茶咖产品标杆案例研究：花田萃（发展历程）



2022年，定位“新中式风味咖啡”的花田萃在云南成立。花田萃拥有稳定的供应商资源与一家全资控股的自建工厂，采用的是云南本地种植的高山阿拉比卡种卡蒂姆咖啡豆，与大多数云南咖啡庄园都建立了长期稳定合作。当前以美式咖啡、摩卡等风味为代表的传统咖啡在体验上近似单一，面对消费者不同的咖啡口感体验需求，花田萃采用“西式中做”的方式，将中国茶与咖啡融合，以好喝，更健康为产品理念，研发出多款深受国人喜爱的新中式茶香咖啡。

花田萃发展历程



茶咖产品标杆案例研究：花田萃（产品介绍）

花田萃目前产品主打即溶茶咖，包括厚乳茶咖系列和茶香黑咖两大方向系列产品。与传统速溶咖啡相比，花田萃在原材料等方面进行了品质升级，放弃了传统三合一速溶咖啡中使用的植脂末（奶精）、白砂糖等配料，替换为牛乳粉和代糖。花田萃旗下产品主打0蔗糖、0植脂末、0防腐剂，能够满足消费者好喝、健康、低热量的咖啡需求。作为新中式风味咖啡品牌，花田萃通过咖啡中融合中国茶的产品概念风靡抖音、小红书、天猫、京东等各大电商平台，上线仅一年GMV就突破1亿元，产品复购率超40%。

花田萃旗下产品（部分）

花田萃产品特点

厚乳茶咖系列



茶香黑咖系列



原料保证

- ✓ 高山咖啡豆
- ✓ 甄选原叶茶
- ✓ 高质牛乳粉

品质把控

- ✓ 智能烘焙
- ✓ 超微研磨
- ✓ 8h低温初萃
- ✓ 真空冻干

健康0添加

- ✓ 0%蔗糖
- ✓ 0%植脂末
- ✓ 0%防腐剂

茶咖产品标杆案例研究：花田萃（即溶茶咖）

花田萃于2022年正式上线茶咖系列产品，是首个在速溶咖啡大类中开创“新中式茶咖”的品牌。作为国内新中式即溶茶咖品牌代表，花田萃发展势头迅猛。自上线以来，花田萃受到广大消费者的喜爱。研究数据显示，2022年1月-2023年8月，中国即溶茶咖品牌销量市场份额分布中，花田萃占比达39.7%，销量为全国第一。

花田萃—新中式即溶茶咖开创者



2022年1月-2023年8月中国即溶茶咖品牌销量市场份额分布

Market share distribution of instant tea and coffee brand sales in China from January 2022- August 2023



注：此处销量数据以2022年1月-2023年8月中国即溶茶咖线上及线下市场的销量数据进行统计，销量计算口径以袋为单位，通过艾媒大数据监测与分析系统CMDAS监测，结合专家访谈数据。

03

中国速溶咖啡行业消费行为调研分析

中国速溶咖啡行业消费者画像



女性群体为主

速溶咖啡消费者主要是女性消费群体为主，占比63.9%



中等收入群体居多

有26.1%的速溶咖啡消费者收入在5000-7999元



职场人士为主力军

49.3%速溶咖啡的消费群体是企业职员，政府机构/事业单位工作人员占比21.1%



青年群体为主

速溶咖啡消费者青年群体的比例超过60%，年龄在26-35岁

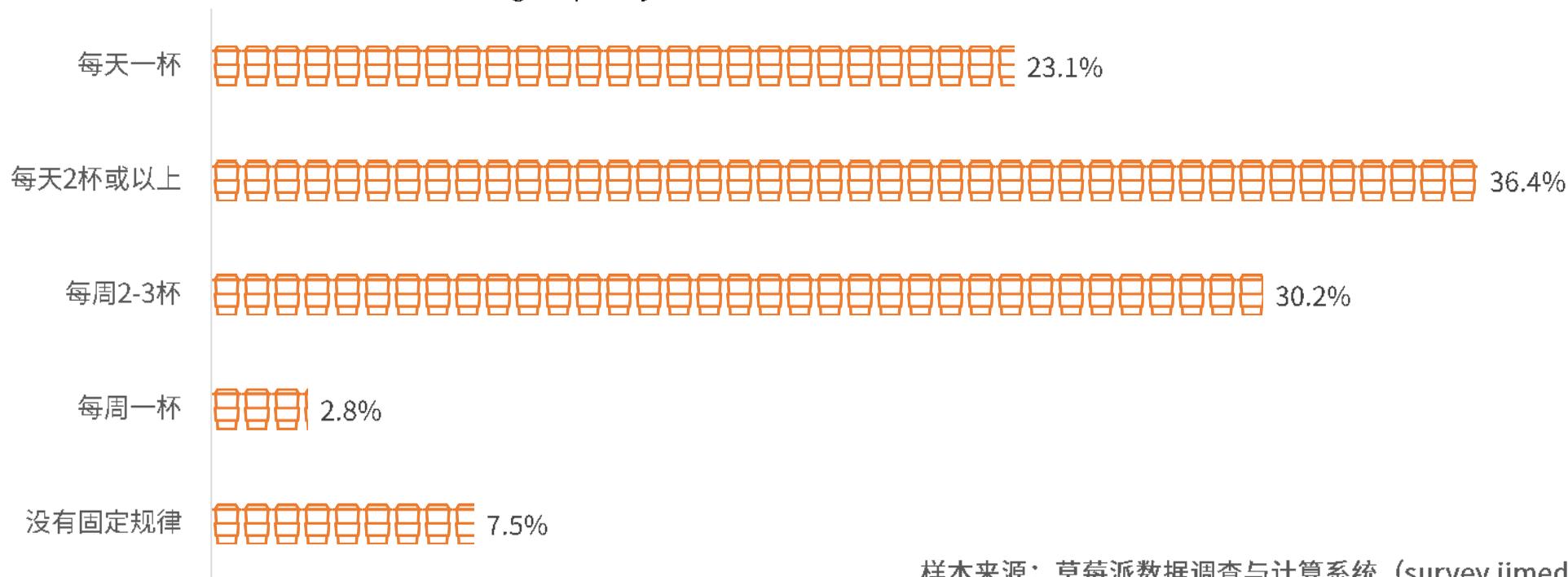


9成速溶咖啡消费者每周至少会饮用一杯速溶咖啡

iiMedia Research（艾媒咨询）调研数据显示，速溶咖啡消费群体中每天饮用速溶咖啡的比例达59.5%，其中每天饮用2杯或以上的占比达36.4%；超9成的速溶咖啡消费者每周至少会饮用一杯速溶咖啡。艾媒咨询分析师认为，随着人们生活节奏加快和工作压力的不断加大，方便快捷、冲泡方便的速溶咖啡成为职场人士提神醒脑、纾解压力的优选。近年来，速溶咖啡的口感和品质不断提升，大大提高了消费者的购买欲望。

2023年中国速溶咖啡消费者的饮用频率

The drinking frequency of Chinese instant coffee consumers in 2023



样本来源：草莓派数据调查与计算系统 (survey.iimedia.cn)

数据来源：艾媒数据中心 (data.iimedia.cn)

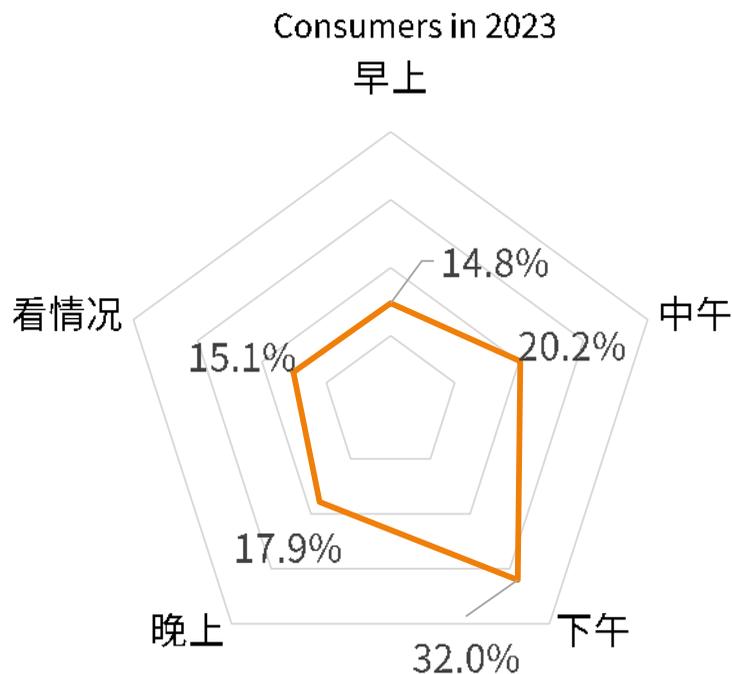
样本量：N=2820；调研时间：2023年9月

消费者饮用速溶咖啡的时段和场景

消费者在从事脑力劳动或缓解疲劳时饮用速溶咖啡意愿更高。iiMedia Research（艾媒咨询）调研数据显示，有32.0%的受访消费者选择在下午的时间段喝速溶咖啡；超过5成的受访消费者会选择工作/学习、熬夜时饮用速溶咖啡；超3成的消费者选择在驾车或出行途中时饮用速溶咖啡。

2023年中国速溶咖啡消费者喝咖啡时间段调查

Survey of Coffee Drinking Time for Chinese Instant Coffee



2023年中国速溶咖啡消费者饮用场景

Scenarios of Chinese instant coffee consumers drinking in 2023



55.1%

日常工作或学习时



54.7%

熬夜时



32.1%

驾车或出行途中时



16.5%

洽谈业务或开会时

注：本题为多选
样本来源：草莓派数据调查与计算系统 (survey.iimedia.cn)

提神、方便快捷是消费者饮用速溶咖啡的主要原因

iiMedia Research（艾媒咨询）调研数据显示，提神醒脑和方便快捷是受访消费者喝速溶咖啡的主要原因，占比分别为54.1%和53.1%；此外，选择价格相对便宜的占比近4成。艾媒咨询分析师认为，速溶咖啡冲泡简单，无需额外购买器具，相对较低的价格让更多人可以接受，其方便快捷且价格合理的特点受到消费者欢迎。

2023年中国消费者喝速溶咖啡主要原因

The main reasons why Chinese consumers drink instant coffee in 2023



提神醒脑

54.1%



方便快捷

53.1%



喜欢咖啡的味道

45.3%



习惯爱好

43.7%



价格相对便宜

39.1%



作为休闲饮品

26.0%



提高代谢

22.6%



他人推荐

5.0%

注：本题为多选

样本来源：草莓派数据调查与计算系统 (survey.iimedia.cn)

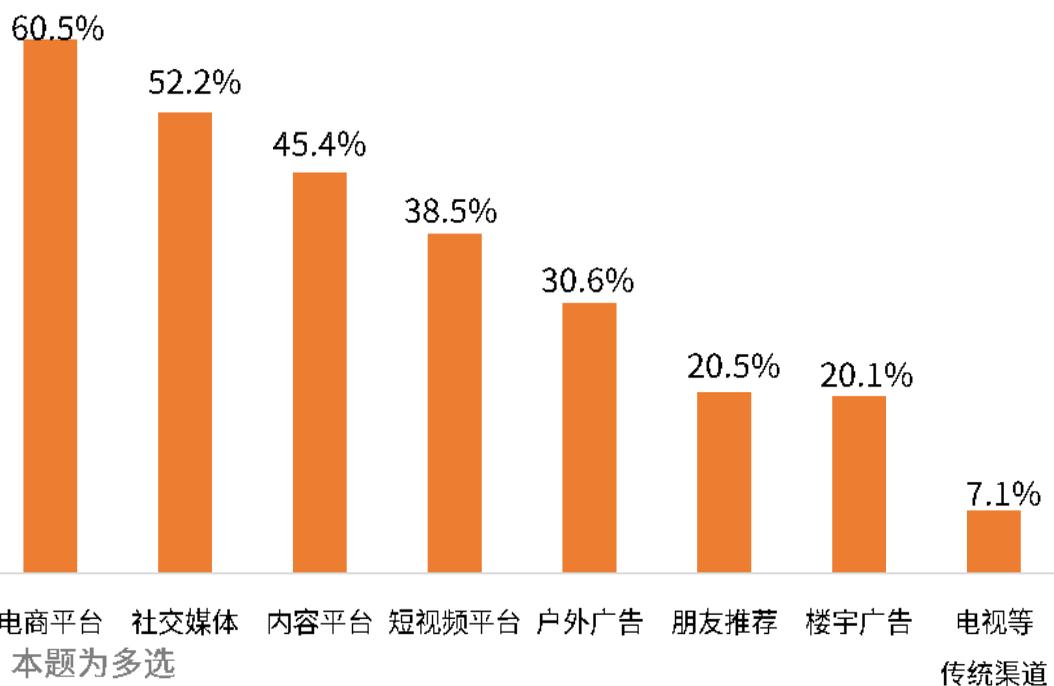
样本量：N=2820；调研时间：2023年9月

线上平台是消费者了解和购买速溶咖啡的主要渠道

iiMedia Research（艾媒咨询）调研数据显示，超过五成的受访消费者在电商平台和社交媒体获取速溶咖啡信息；58.6%的消费者优选在综合电商平台购买速溶咖啡，其次是即时零售平台（51.7%），选择在线下综合超市购买的占比近5成。随着数字时代的快速发展，互联网逐渐成为重要的决策信息渠道，消费者习惯于在电商平台上获取信息、购买商品。

2023年中国消费者了解速溶咖啡渠道

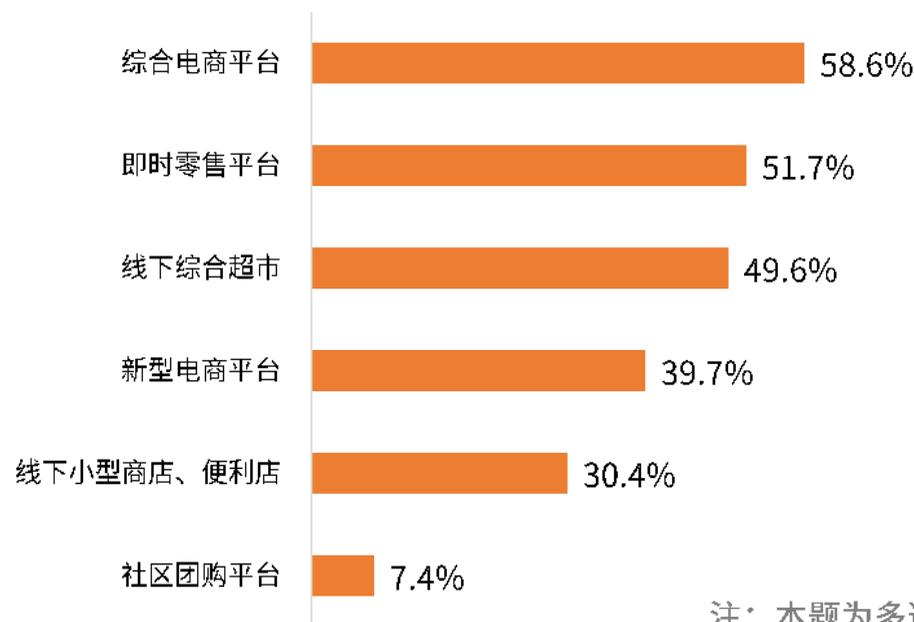
Chinese Consumers Understand the Channel of Instant Coffee in 2023



数据来源：艾媒数据中心 (data.iimedia.cn)

2023年中国消费者购买速溶咖啡渠道

Channels for Chinese consumers to purchase instant coffee in 2023



样本来源：草莓派数据调查与计算系统 (survey.iimedia.cn)

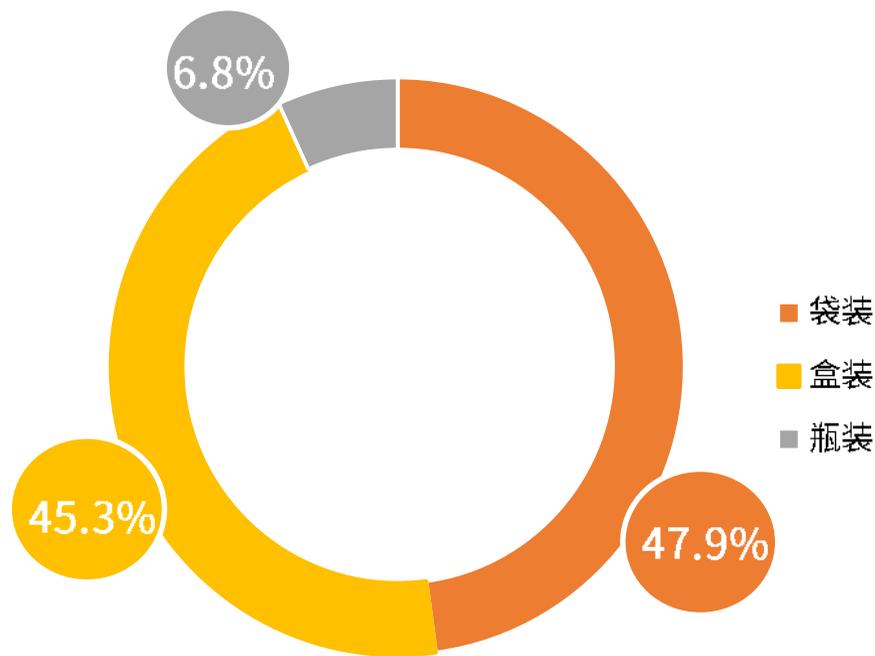
样本量：N=2820；调研时间：2023年9月

价格、口味是消费者主要关注因素

iiMedia Research（艾媒咨询）调研数据显示，消费者通常购买袋装（47.9%）和盒装（45.3%）的速溶咖啡；在购买速溶咖啡关注因素方面，排名前三的分别是价格（61.9%）、口味（57.9%）、份量（49.8%）。当前消费者在消费时更趋于理性，性价比仍是消费者做出购买决策的重要影响因素。此外，消费者对产品口味、包装也有一定的要求，商家研发产品时须综合多方面因素考量。

2023年中国消费者购买速溶咖啡包装偏好

Chinese consumers' preference for instant coffee in 2023



2023年中国消费者购买速溶咖啡关注因素

Factors that Chinese consumers pay attention to when purchasing instant coffee in 2023



样本来源：草莓派数据调查与计算系统 (survey.iimedia.cn)

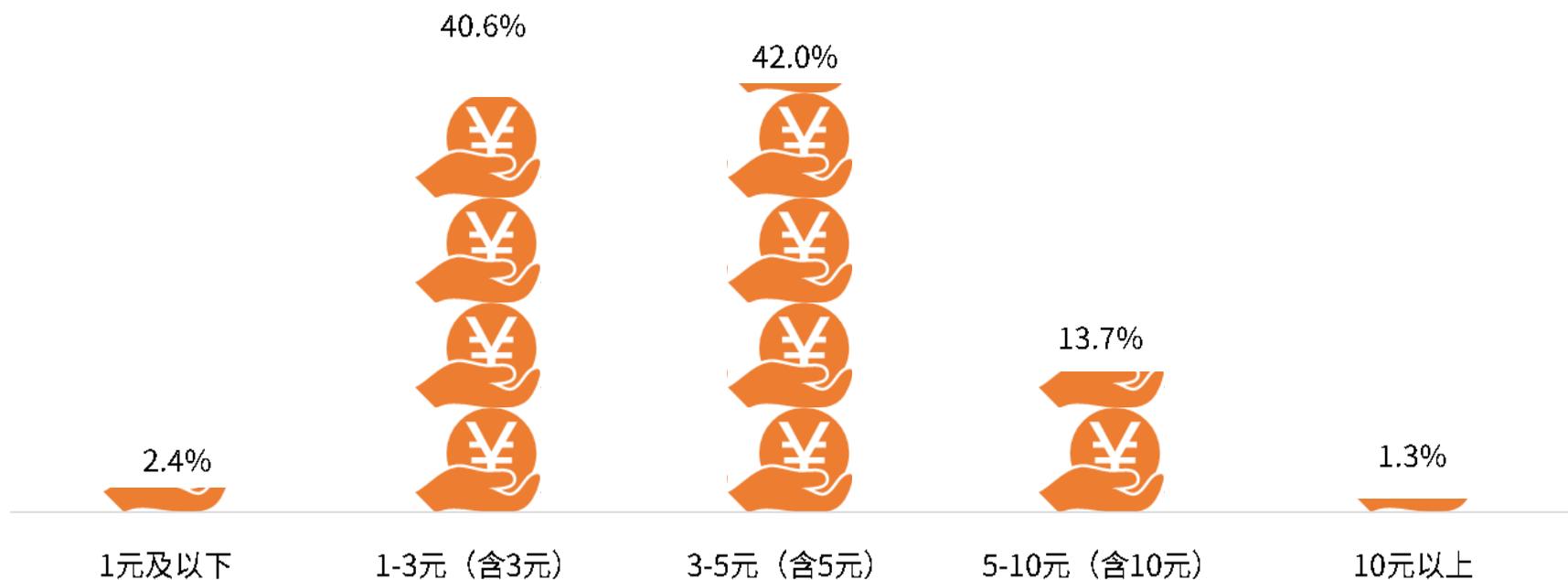
样本量：N=2820；调研时间：2023年9月

消费者购买速溶咖啡单价接受度

iiMedia Research（艾媒咨询）调研数据显示，多数消费者能接受泡一杯速溶咖啡的价格集中在1-3元（40.6%）和3-5元（42.0%），5-10元占比13.7%，10元以上占比仅1.3%。可以看出，5元以下价格带（单杯价）的中低价速溶咖啡更受消费者青睐，追求实惠成为消费趋势。

2023年中国消费者购买速溶咖啡单价接受度（按单杯）

Acceptance rate of unit price for Chinese consumers purchasing instant coffee in 2023 (By single cup)



样本来源：草莓派数据调查与计算系统 (survey.iimedia.cn)

数据来源：艾媒数据中心 (data.iimedia.cn)

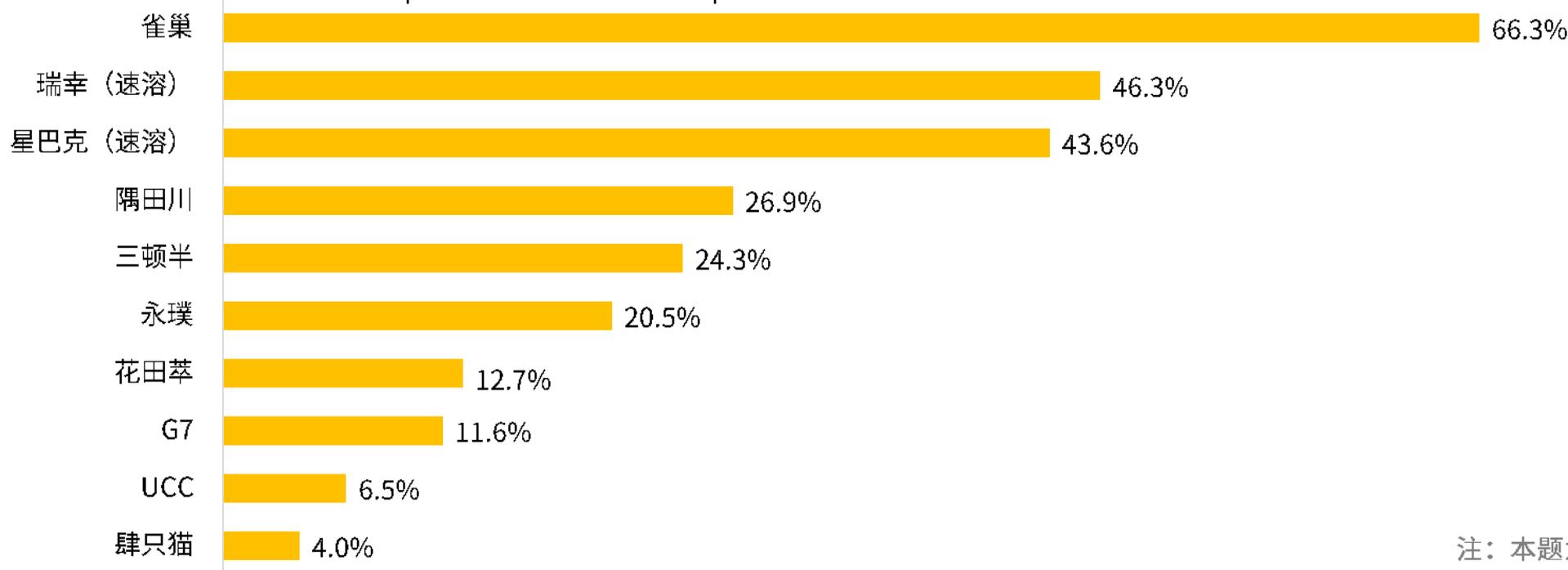
样本量：N=2820；调研时间：2023年9月

消费者购买速溶咖啡品牌偏好TOP10

iiMedia Research（艾媒咨询）调研数据显示，消费者偏好的速溶咖啡品牌前三名依次是雀巢、瑞幸和星巴克；隅田川、三顿半等国产品牌占比分别为26.9%、24.3%。艾媒咨询分析师认为，消费者对老品牌的认知相对稳定。但近几年来，直播电商平台快速发展，成为国产创新品牌突围新阵地，以隅田川、三顿半为代表的新兴品牌逐渐被消费者所熟悉。

2023年中国消费者速溶咖啡品牌偏好TOP10

Top 10 Chinese consumers' preferences for instant coffee brands in 2023



注：本题为多选

样本来源：草莓派数据调查与计算系统 (survey.iimedia.cn)

样本量：N=2820；调研时间：2023年9月

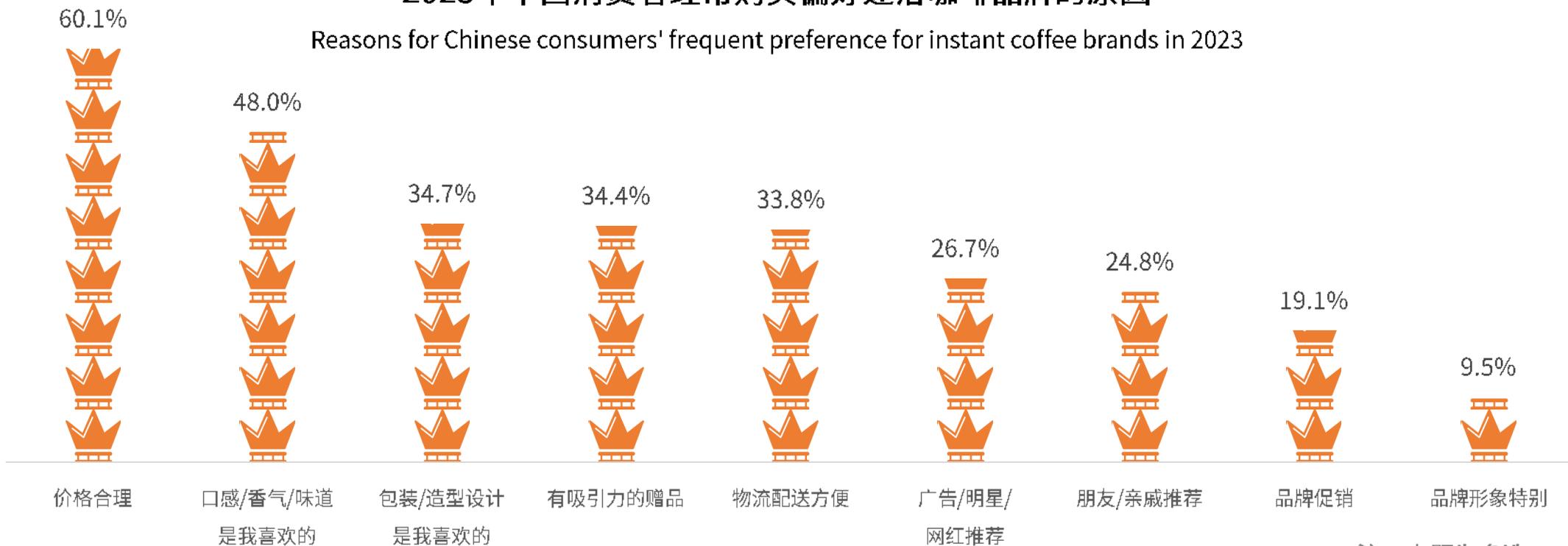
数据来源：艾媒数据中心 (data.iimedia.cn)

口感优化是速溶咖啡品牌制胜的关键

iiMedia Research (艾媒咨询) 调研数据显示,有六成的消费者因价格合理选择购买其品牌,其次是口感/香气/味道(48.0%),超过3成消费者喜欢包装/造型设计而购买其品牌。艾媒咨询分析师认为,理性化消费心态让消费者更喜欢高性价比的咖啡,口感/味道是消费者选择速溶咖啡的重要因素,商家应在提升速溶咖啡口感的前提下,再通过产品外在包装、赠品、品牌促销等方式来赢得更多的顾客。

2023年中国消费者经常购买偏好速溶咖啡品牌的原因

Reasons for Chinese consumers' frequent preference for instant coffee brands in 2023



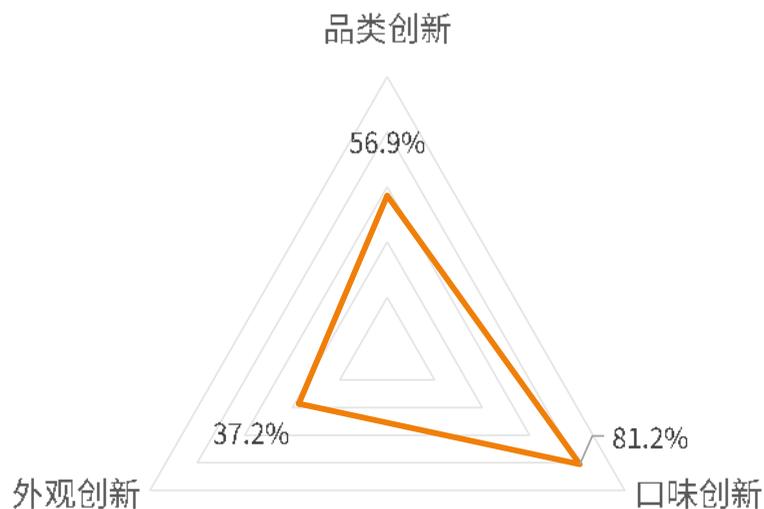
注:本题为多选
样本来源:草莓派数据调查与计算系统 (survey.iimedia.cn)

茶和咖啡跨界融合成为消费者首选

iiMedia Research (艾媒咨询) 调研数据显示, 超八成消费者期待速溶咖啡口味创新, 期待品类创新的占比达56.9%。在品类创新方面, 有81.3%的消费者更偏好茶和咖啡的搭配方式。随着消费者口味多元化, 咖啡的传统口味已经不能满足大众, 新颖性、创新性的咖啡定位更能吸引消费者的眼球。

2023年中国消费者对速溶咖啡的创新期待

Innovative Expectations of Chinese Consumers
for Instant Coffee in 2023

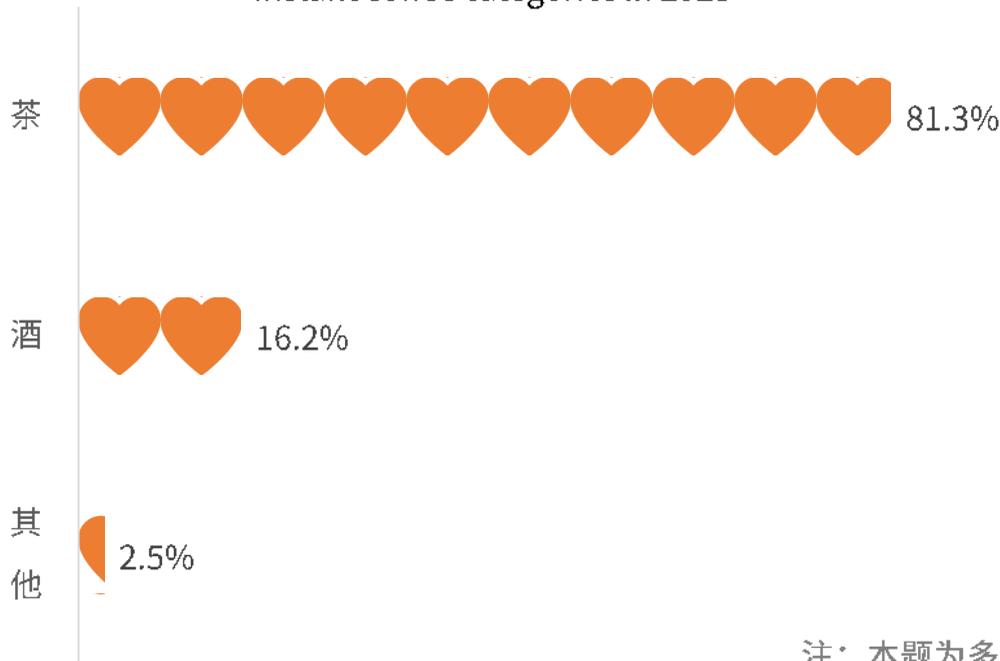


注: 本题为多选

数据来源: 艾媒数据中心 (data.iimedia.cn)

2023年中国消费者对速溶咖啡品类搭配偏好

Chinese consumers' preference for matching
instant coffee categories in 2023



注: 本题为多选

样本来源: 草莓派数据调查与计算系统 (survey.iimedia.cn)

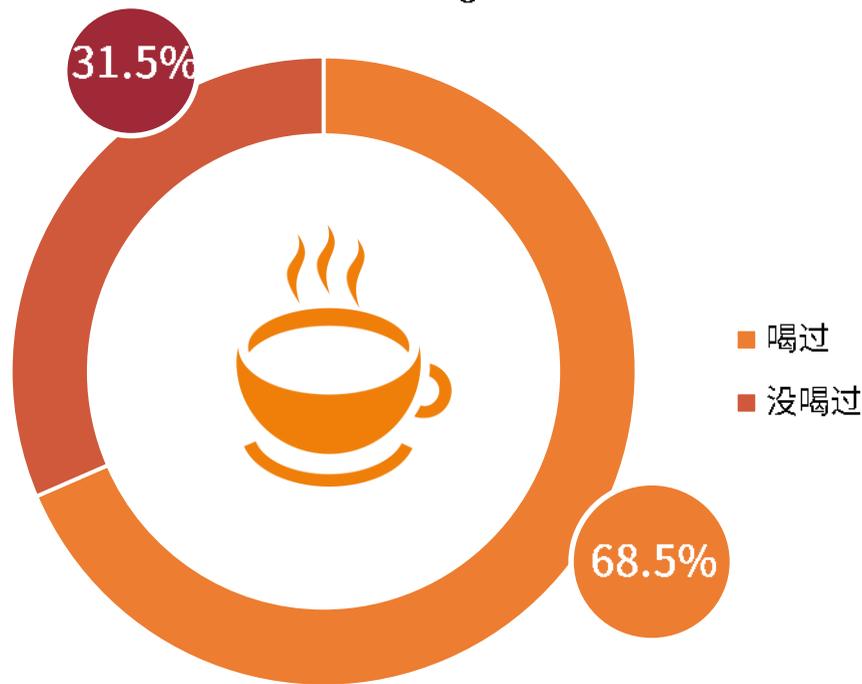
样本量: N=2820; 调研时间: 2023年9月

超7成消费者认为茶咖相对健康

iiMedia Research（艾媒咨询）调研数据显示，有68.5%的消费者喝过茶咖，超过七成的消费者认为喝茶咖相对健康，55.1%的消费者认为味道好。艾媒咨询分析师认为，消费者对新颖品类咖啡接受度较高，创新性的产品为消费者带来更多的新鲜感。快节奏的生活让更多人关注健康养生的重要性，迎合中国人口味的“中式咖啡”——茶咖更符合现代人的健康理念。

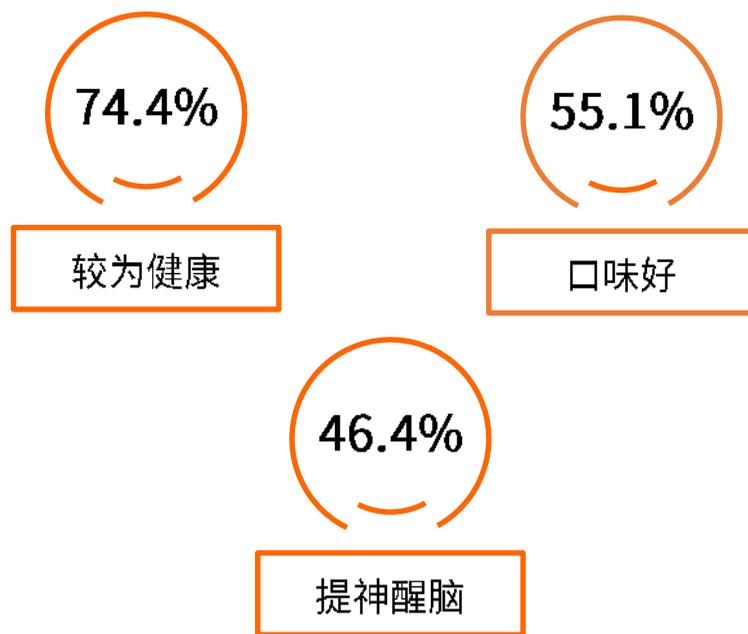
2023年中国消费者饮用茶咖比例

Proportion of Chinese Consumers Drinking Tea and Coffee in 2023



2023年中国消费者购买茶咖的原因

Reasons for Chinese Consumers to Purchase Tea and Coffee in 2023



注：本题为多选

样本来源：草莓派数据调查与计算系统 (survey.iimedia.cn)

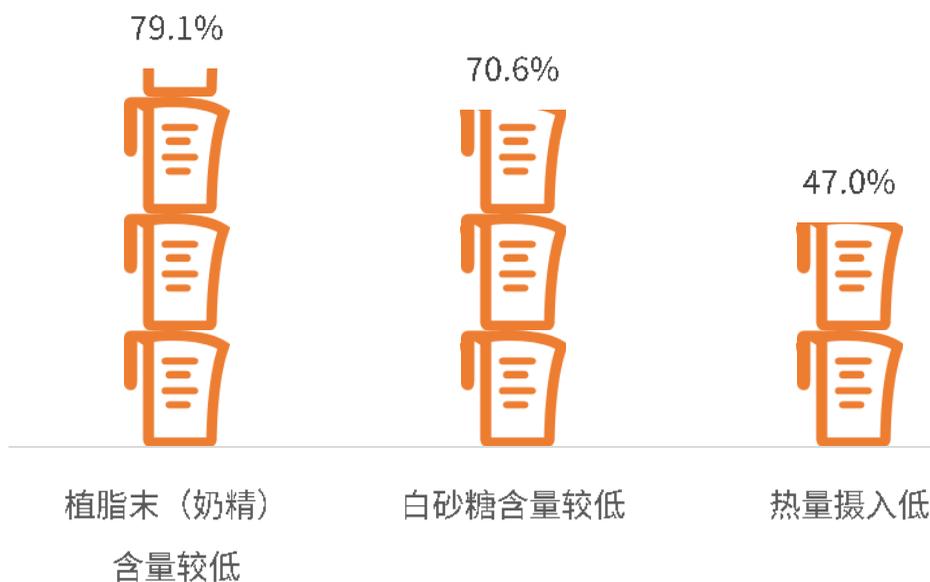
样本量：N=2820；调研时间：2023年9月

消费者对茶咖的满意度调查

iiMedia Research（艾媒咨询）调研数据显示，与传统的速溶三合一咖啡相比，消费者认为茶咖植脂末（79.1%）和白砂糖（70.6%）的含量相对较低，近半数消费者对当前的茶咖产品较为满意。艾媒咨询分析师认为，健康生活的观念逐渐深入人心，低脂低糖成为大众选择饮品的重要因素。茶咖上市时间短，仍需要不断提升其品质来增加消费者满意度。

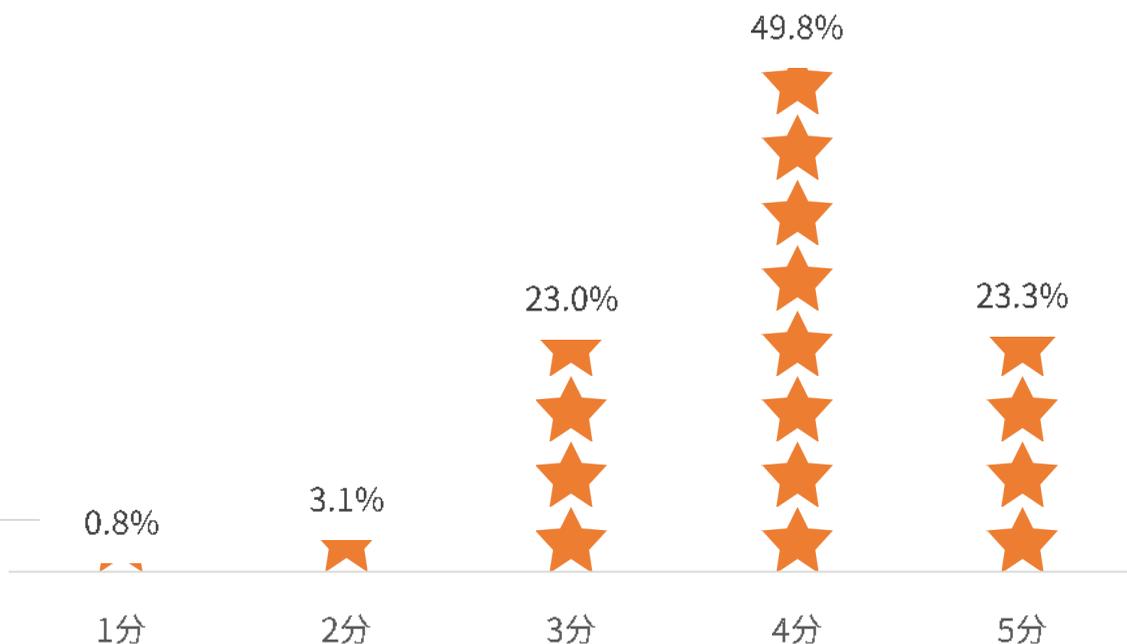
2023年中国消费者认为茶咖健康的原因

Reasons why Chinese consumers believe that tea and coffee are healthy in 2023



2023年中国消费者对茶咖的满意度调查

Survey of Chinese Consumers' Satisfaction with Tea and Coffee in 2023



注：本题为多选

数据来源：艾媒数据中心 (data.iimedia.cn)

注：1分非常不满意；2分不太满意；3分一般，4分较为满意；5分满意

样本来源：草莓派数据调查与计算系统 (survey.iimedia.cn)

样本量：N=2820；调研时间：2023年9月

04

中国速溶咖啡行业发展趋势



咖啡市场进一步下沉，带动速溶咖啡市场规模增长

数据显示，2022年中国人均咖啡消费量为11.3杯/年，远低于全球人均咖啡消费量75.2杯/年，中国咖啡市场整体渗透率较低，国人的人均咖啡消费水平仍有很大的提升空间。随着人们生活节奏不断加快，方便快捷的速溶咖啡成为大众尤其是职场人士的首选，未来咖啡市场将从一二线城市下沉到三四线城市，消费人群逐渐扩大，速溶咖啡市场的需求将会不断增加，进一步带动速溶咖啡市场规模增长。

速溶咖啡品质提升，品类趋精品化、小众化

随着咖啡行业生产加工技术的升级，速溶咖啡的品质和口感也在不断提升。部分企业通过自主研发和合作研发，推出了口味多样，口感香醇的高品质速溶咖啡，浓缩咖啡、冻干咖啡等多种形式的精品速溶咖啡呈现在消费者面前。传统的速溶三合一咖啡不再是消费者的首选，精品化、小众化的新兴国产咖啡品牌吸引了不少年轻消费者。



个性化需求提升，消费者口味趋多元化



随着咖啡口味多元化需求提升，咖啡的传统口味已经不能满足消费者。iiMedia Research（艾媒咨询）调研数据显示，超八成消费者期待速溶咖啡口味创新，期待品类创新的占比达56.9%，新颖、创新性的咖啡能吸引消费者的眼球。未来速溶咖啡市场将更加注重口味的多样化与独特性，以满足消费者个性化的口味需求。

健康需求提升，茶咖引领行业新风向

近年来，年轻消费者对国潮越发喜爱，新中式风也在咖啡行业兴起，不少品牌将茶元素融入咖啡，推出创新品类茶咖产品。从市场表现来看，茶咖受到大众的认可 and 喜爱，超过七成的消费者认为喝茶咖相对传统速溶咖啡较为健康。随着消费者健康意识的提升，他们更倾向于选择低糖、低热量的食品和饮品，茶咖的独特风味和健康属性在消费者尤其是年轻群体中掀起新的时尚潮流。



艾媒食品研究院的来源：艾媒食品研究院是艾媒研究院（iiMedia Institute）的一部分，中心针对该领域商业模式与投资决策两项最重要的问题进行深入研究，并围绕当前企业面对的复杂挑战提出了新思路。

先进的大数据监测手段，尖端的研究和深刻的洞察分析为我们的客户提供了他们所需的见解和决策资讯，令他们可以借助新经济时代的互联网思维重新审视当前的社会环境和产业结构，选择最有效的方式应对不断变化的环境。

需要了解有关iiMedia Research（艾媒咨询）和更多研究，请访问<https://www.iimedia.cn>。

本报告是艾媒咨询研究成果的一部分，后续我们将继续在新技术、新消费及新业态开展相关研究，敬请关注。

艾媒大数据监测与分析工具矩阵

POiiMedia (艾媒舆情) 艾媒商情舆情数据监测系统 (yq.iimedia.cn)

通过先进的文本分析挖掘技术，全面满足客户各类需求，危机预警追踪。

DataiiMedia (艾媒北极星) 移动应用运营监测 (bjx.iimedia.cn)

科学统计分析流量来源，透视用户活跃留存流失，提升推广效率降低成本。

SurveyiiMedia (草莓派) 用户感知与体验监测 (survey.iimedia.cn)

增加精准用户画像维度，了解用户主观消费意愿，获取用户客观服务评价。

SocialiiMedia 微信微博媒体监测 (SocialiiMedia)

及时发现机器造假刷量，评估公众号的传播实力，识别受众兴趣与偏向。

RankingiiMedia (艾媒金榜) 权威消费品牌评价监测 (ranking.iimedia.cn)

独有的iiMedia大数据评价模型，结合多个维度实现品牌价值评价与排名；提供中立、客观的品牌信息及购物消费指南。

ADiimedia 移动广告效果监测 (www.adiimedia.com)

ATC独家防作弊算法，全流程用户行为跟踪，投放策略建议与优化。



权利声明

本报告由iiMedia Research（艾媒咨询）制作，文件所涉及的文字、图片、商标、表格、视频等均受中华人民共和国知识产权相关法律保护，经许可引用时请注明报告来源。

未经艾媒咨询许可，任何组织或个人均不得以任何形式擅自使用、复制、转载本报告或向第三方实施许可，否则，艾媒咨询将保留追究其一切法律责任之权利。艾媒咨询允许媒体和学术研究机构部分引用本报告数据和相关内容，但是必须标注出处。

免责声明

本报告所涉之数据，主要由行业访谈、用户调研、市场调查、桌面研究等样本数据，结合专业人员分析及艾媒咨询大数据系统监测、艾媒相关数据分析模型科学计算获得。由于调研样本及计算模型的影响与限制，统计数据仅反映当前调研样本及模型计算的基本情况，未必能够完全反映市场客观情况。报告所载的资料、意见以及推测仅反映艾媒咨询于报告发布当日的判断，相关预判可能会随着社会以及政治、法律、技术等环境的变化而发生改变，艾媒咨询不保证本报告所载信息为读者阅读时的最新状态。鉴于上述情形，本报告仅作为市场和学术研究的参考资料，不作为投资决策依据，艾媒咨询不因本报告（包括但不限于统计数据、模型计算、观点等）承担法律责任。若确有必要，艾媒咨询保留对本报告所载信息在不发出通知的情形下做出补充和修改的权利，阅读者可自行关注艾媒官网上相应的修改或更新。

阅读、使用本报告前，应先审慎阅读及充分理解上述法律声明之内容。阅读、使用本报告，即视为已同意上述法律声明；否则，请勿阅读或使用本报告。



· iiMedia Research（艾媒咨询）是全球新经济产业第三方数据挖掘和分析机构，始于2007年。秉承“用数据让所有决策都有依据”的使命，艾媒咨询聚焦新技术、新消费及新业态，通过“大数据挖掘+研究分析”双引擎，以市场地位、消费洞察、商业趋势研究为核心，服务客户的整个成长周期。iiMedia Ranking（艾媒金榜）是艾媒咨询旗下中国新消费品牌评价机构，依托iiMeval大数据评价模型，为消费者提供客观的品牌信息及购物消费指南。艾媒咨询通过深度大数据挖掘与分析，输出有数据、有观点、有理论支撑的大数据研究成果，每年公开或定制发布新经济前沿报告超过2000份；艾媒咨询的数据报告、榜单、分析师观点平均每天被超过100家全球主流媒体，1500家(个)自媒体、行业KOL引用，覆盖语言类型包括中、英、日、法、意、德、俄、阿等约二十种主流官方版本。

· 艾媒是中国科协九大代表优秀重点研究项目承担单位、广东省大数据骨干培育企业、广州市创新标杆企业、广州市首批人工智能入库企业、广州市“两高四新”企业。基于公司自主研发的“中国移动互联网大数据挖掘与分析系统(CMDAS)”（广东省科技计划重大专项），艾媒建立了互联网运营数据、企业舆情和商情、消费者属性和行为偏好、零售数据挖掘、广告效果、商业模式与商业趋势等多维度的数据监测体系，累计成功为超过3800家政企机构提供常年大数据咨询服务。艾媒也是广州市先进制造业创新发展项目、广州市建设国家级科技思想库研究课题等重大课题的承担单位。



更多报告请登录艾媒公众号



全球新经济产业第三方数据挖掘与分析机构

市场地位 | 消费洞察 | 商业趋势