

中国咖啡行业市场发展分析与发展前景预测及投资咨询研究报告(2024-2029版)

报告简介

中国市场以饮用速溶咖啡产品为主，与全球以饮用现磨咖啡为主的消费结构有极大差异。速溶咖啡是在工厂中将咖啡豆里的可溶物质提取出来，干燥之后做成颗粒。干燥是速溶咖啡粉的成形过程，经过多次高温的操作环境，咖啡的香气、营养成分和保健的功效基本损失，更失去了厚重的文化品位和氛围。而现磨咖啡是指将已烘焙的咖啡豆现场磨成咖啡粉并马上制作成的咖啡，最大的特点就是新鲜，最大地保留咖啡原有的原始风味和香气。随着消费升级，人们对咖啡味道、功效和文化的追求都在提升，未来国人咖啡消费结构将逐渐优化。

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

目前，中国咖啡消费市场规模约1000亿元左右，其中速溶咖啡占72%，现磨咖啡占18%，即饮咖啡占10%。与美日等发达国家相比，中国咖啡消费仍处于初期阶段。据美国农业部(USDA)统计，2019/2020咖啡年度中国咖啡消费量19.50万吨，通过计算，一吨为2204.62磅，一磅咖啡豆可制作约40杯咖啡，2019年我国14亿人口，计算出目前我国人均咖啡消费量为12.3杯/年。

根据速溶咖啡、即饮咖啡和现磨咖啡价格的加权平均，初步估算2019年我国咖啡的市场消费均价为5元/杯，计算出2019年我国咖啡行业的市场规模在860亿元左右。

随着我国经济的快速发展以及人们消费观念、消费习惯的变化,咖啡消费越来越成为一种时尚生活方式,而且中国咖啡市场也在快速增长。在当前互联网新零售背景下,咖啡市场的竞争愈演愈烈,传统咖啡企业,例如星巴克、连咖啡等品牌也在不断探索试图进行转型升级,以此来应对市场新挑战、顺应咖啡新零售潮流,由此可以看出未来的咖啡业势必会掀起一场更大的新零售商业模式变革。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家工信部、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国咖啡工程研究中心、中国咖啡豆分会、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对中国咖啡行业及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了中国咖啡行业发展状况和特点，以及中国咖啡行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球咖啡行业发展态势作了详细分析，并对咖啡行业进行了趋向研判，是咖啡生产、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前咖啡行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 咖啡行业发展综述

第一节 咖啡行业定义及分类

- 一、咖啡的功能及特性
- 二、咖啡的种类及特点
- 三、咖啡的发展历史及文化

第二节 最近3-5年中国咖啡行业经济指标分析

- 一、赢利性
- 二、成长速度
- 三、附加值的提升空间
- 四、进入壁垒/退出机制
- 五、风险性
- 六、行业周期
- 七、竞争激烈程度指标

第二章 咖啡行业市场环境及影响分析 (pest)

第一节 咖啡行业政治法律环境(p)

- 一、行业管理体制分析
- 二、行业主要法律法规
- 三、咖啡行业标准
- 四、行业相关发展规划
- 五、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析(e)

- 一、宏观经济形势分析
- 二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析(s)

- 一、咖啡产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

三、咖啡产业发展对社会发展的影响

第四节 行业技术环境分析(t)

一、行业种植技术发展水平分析

二、咖啡生产工艺水平分析

三、咖啡生产技术的发展趋势分析

四、技术环境对行业的影响

第三章 国际咖啡行业发展分析及经验借鉴

第一节 全球咖啡市场总体情况分析

一、全球咖啡行业的发展特点

二、全球咖啡产量市场结构

三、全球咖啡消费市场结构

四、全球咖啡行业竞争格局

五、全球咖啡市场区域分布

第二节 全球主要咖啡消费国家(地区)市场分析

一、欧洲咖啡市场分析

1、欧洲咖啡行业发展概况

2、欧洲咖啡市场结构及产销情况

3、欧洲咖啡占全球市场份额分析

4、欧洲咖啡市场发展趋势分析

二、美国咖啡市场分析

1、美国咖啡行业发展概况

2、美国咖啡市场结构及产销情况

3、美国咖啡占全球市场份额分析

4、美国咖啡市场发展趋势分析

三、日本咖啡市场分析

1、日本咖啡行业发展概况

2、日本咖啡市场结构及产销情况

3、日本咖啡占全球市场份额分析

4、日本咖啡市场发展趋势分析

第三节 全球主要咖啡生产国家市场分析

一、巴西

二、越南

三、哥伦比亚

四、印度尼西亚

五、埃塞俄比亚

第二部分 行业深度分析

第四章 中国咖啡行业运行现状分析

第一节 中国咖啡行业发展状况分析

一、中国咖啡行业发展概况及特点

二、中国咖啡行业发展存在的问题

1、咖啡市场基础薄弱

2、非商业驱动的个体创业者，忽视商业基本功

3、细分市场供需不匹配

三、中国咖啡行业商业模式分析

第二节 咖啡行业发展现状分析

一、中国咖啡消费总金额分析

二、中国咖啡行业市场规模分析

三、中国咖啡行业市场结构分析

四、中国咖啡行业利润总额分析

第三节 中国咖啡行业企业发展分析

一、咖啡生产企业数量及增长分析

二、咖啡馆数量及增长分析

三、咖啡行业从业人员数量分析

第四节 中国咖啡市场价格走势分析

一、咖啡市场定价机制组成

二、咖啡市场价格影响因素

三、2019-2023年咖啡产品价格走势分析

四、2024-2029年咖啡产品价格走势预测

第五章 2024-2029年中国咖啡市场供需形势分析

第一节 咖啡行业生产分析

一、产品进口、自有比例

二、国内产品生产基地分布

三、产品产业集群发展分析

第二节 中国咖啡市场供需分析

一、中国咖啡行业供给情况

1、中国咖啡种植面积分析

2、中国咖啡产量分析

3、重点企业产量及占有份额

二、中国咖啡行业需求情况

1、咖啡消费总量及年均消费增长率分析

2、咖啡行业需求结构

3、咖啡行业需求的地区差异

三、中国咖啡行业供需平衡分析

第三节 咖啡市场及需求预测

一、咖啡市场总体需求分析

1、咖啡市场需求特征

2、咖啡市场需求总规模

二、2024-2029年咖啡行业需求量预测

第六章 咖啡行业进出口结构及面临的机遇与挑战

第一节 咖啡行业进出口市场分析

一、咖啡行业进出口综述

1、中国咖啡进出口的特点分析

2、中国咖啡进出口地区分布状况

3、中国咖啡进出口的贸易方式及经营企业分析

4、中国咖啡进出口政策与国际化经营

二、咖啡行业出口市场分析

1、行业出口整体情况

2、行业出口总额分析

3、行业出口产品结构

三、咖啡行业进口市场分析

1、行业进口整体情况

2、行业进口总额分析

3、行业进口产品结构

第二节 中国咖啡出口面临的挑战及对策

一、中国咖啡出口面临的挑战

二、中国咖啡行业未来出口展望

三、中国咖啡产品出口对策

四、咖啡行业进出口前景及建议

1、行业出口前景及建议

2、行业进口前景及建议

第三部分 市场全景调研

第七章 咖啡行业产品链发展分析

第一节 咖啡生产行业发展分析

一、咖啡种植面积

二、咖啡种植技术

三、咖啡种植存在的问题

1、种植面积小而分散

2、生产小型化、分散化、低效化

第二节 咖啡加工行业发展分析

一、咖啡初加工分类及介绍

1、干法加工

2、湿法加工

二、咖啡深加工工艺分析

1、炒磨咖啡加工

2、速溶咖啡加工

3、调味咖啡加工

第三节 咖啡加工产品发展分析

一、咖啡豆产量及市场分析

二、原料咖啡产量及市场分析

三、咖啡粉产量及市场分析

第四节 产业结构发展预测

一、产业结构调整指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、产业结构调整方向分析

第八章 中国咖啡细分市场分析及预测

第一节 中国咖啡行业细分市场结构分析

一、咖啡行业市场结构现状分析

二、咖啡行业细分结构特征分析

三、咖啡行业细分市场发展概况

四、咖啡行业市场结构变化趋势

第二节 速溶咖啡市场分析

一、速溶咖啡工艺发展进程

二、速溶咖啡市场规模分析

三、速溶咖啡市场结构分析

四、速溶咖啡市场竞争格局

五、速溶咖啡市场趋势预测

第三节 现磨咖啡市场分析

一、现磨咖啡技术发展进程

二、现磨咖啡市场规模分析

三、现磨咖啡市场结构分析

四、现磨咖啡市场竞争格局

五、现磨咖啡市场趋势预测

第四节 咖啡饮料市场分析

一、咖啡饮料技术发展进程

二、咖啡饮料市场规模分析

三、咖啡饮料市场结构分析

四、咖啡饮料市场竞争格局

五、咖啡饮料市场趋势预测

第九章 中国咖啡行业市场经营策略分析

第一节 咖啡行业销售渠道分析

一、营销分析与营销模式推荐

1、渠道构成

2、销售贡献比率

3、覆盖率

4、销售渠道效果

5、价值流程结构

6、渠道建设方向

二、咖啡营销环境分析与评价

三、销售渠道存在的主要问题

四、营销渠道发展趋势与策略

第二节 咖啡行业市场营销状况分析

一、咖啡市场主力消费群分析

1、消费者年龄结构

2、消费者性别比例

3、消费者职业特点

4、消费者收入水平分析

二、最受欢迎的咖啡产品排名

三、消费者对糖和奶的喜好分析

四、最受欢迎的烘焙类产品排名

五、线上咖啡品牌排名

六、咖啡馆品牌销售排名

第三节 咖啡行业市场营销策略分析

一、咖啡行业市场定位策略

二、咖啡行业市场产品策略

三、咖啡行业市场价格策略

四、咖啡行业市场渠道策略

五、咖啡行业市场促销策略

第四节 咖啡行业市场营销深度分析

一、咖啡行业市场品牌营销

二、咖啡行业市场文化营销

三、咖啡行业市场营销创新

四、咖啡行业市场电商营销

五、二三四级市场营销分析

第五节 高端咖啡经营策略分析

一、高端咖啡市场细分策略

二、高端咖啡市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、高端咖啡新产品差异化战略

第十章 新零售背景下咖啡行业商业模式转变与转型升级分析

第一节 新零售模式的内涵与背景

一、新零售的内涵

二、新零售的发展背景

三、新零售模式

第二节 新零售模式下咖啡业面临的机遇与挑战

一、新零售中蕴藏的机遇

1、中国零售业和消费的转型

2、不断演变发展的咖啡文化

二、国内主要的咖啡连锁店

三、新零售背景下咖啡业遇到的挑战

第三节 咖啡业在新零售背景下的商业模式探索——以瑞幸咖啡为例

一、瑞幸咖啡在新零售背景下的商业模式探索

1、精准投放广告和打造微信生态为品牌造势

2、精准投放广告和打造微信生态为品牌造势

3、精准投放广告和打造微信生态为品牌造势

二、互联网时代背景下咖啡新零售的特点

1、互联网思维下定位消费主体

2、舆论宣传性愈盛, 机遇与风险并存

3、零售渠道拓宽, 合作创造价值

4、消费体验多样化, 消费场景无限性

5、自建品牌竞争激烈, 用户数据精准分析

第四节 星巴克和连咖啡商业模式对比

一、新零售模式下星巴克和连咖啡运营模式分析

1、连咖啡

2、星巴克咖啡

二、星巴克和连咖啡商业模式对比

- 1、价值主张
- 2、价值传递
- 3、价值实现

第五节 “新零售”模式下咖啡业的转型与升级

一、人

- 1、同类线下零售合作打通线上销售
- 2、延伸和拓展基于深度用户画像的会员体系和价值
- 3、营销越来越精准化

二、货

- 1、货和仓库离用户越来越近
- 2、商品和服务的供应链更加透明、高效
- 3、品牌在新零售中有着举足轻重的地位

三、场景

- 1、消费场景无处不在
- 2、产品和服务制作形态越来越个性化、多样化
- 3、支付越来越便捷

第六节 新零售背景下咖啡行业的发展建议

- 一、挖掘用户深层次需求, 提高用户增值服务体验
- 二、创新产品特性, 满足用户多元/复合需求
- 三、提供多元消费场景, 拉近产品与用户距离

第四部分 竞争格局分析

第十一章 咖啡行业区域市场分析

第一节 中国咖啡重点区域市场分析

一、市场区域结构总体特征

二、市场区域分布特点分析

三、市场企业数量的区域分布

第二节 北京咖啡市场分析

一、咖啡馆数量分析

二、咖啡消费者覆盖率

三、咖啡市场销售规模

四、咖啡产品市场结构

五、咖啡市场发展趋势及前景

第三节 上海咖啡市场分析

一、咖啡馆数量分析

二、咖啡消费者覆盖率

三、咖啡市场销售规模

四、咖啡产品市场结构

五、咖啡市场发展趋势及前景

第四节 广州咖啡市场分析

一、咖啡馆数量分析

二、咖啡消费者覆盖率

三、咖啡市场销售规模

四、咖啡产品市场结构

五、咖啡市场发展趋势及前景

第五节 深圳咖啡市场分析

一、咖啡馆数量分析

二、咖啡消费者覆盖率

三、咖啡市场销售规模

四、咖啡产品市场结构

五、咖啡市场发展趋势及前景

第六节 厦门咖啡市场分析

一、咖啡馆数量分析

二、咖啡消费者覆盖率

三、咖啡市场销售规模

四、咖啡产品市场结构

五、咖啡市场发展趋势及前景

第七节 成都咖啡市场分析

一、咖啡馆数量分析

二、咖啡消费者覆盖率

三、咖啡市场销售规模

四、咖啡产品市场结构

五、咖啡市场发展趋势及前景

第八节 武汉咖啡市场分析

一、咖啡馆数量分析

二、咖啡消费者覆盖率

三、咖啡市场销售规模

四、咖啡产品市场结构

五、咖啡市场发展趋势及前景

第十二章 2024-2029年咖啡行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、咖啡行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

二、咖啡行业swot分析

1、咖啡行业优势分析

2、咖啡行业劣势分析

3、咖啡行业机会分析

4、咖啡行业威胁分析

第二节 咖啡行业竞争格局分析

一、产品竞争格局

二、企业竞争格局

三、品牌竞争格局

第三节 咖啡行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第四节 中国咖啡行业竞争力分析

一、中国咖啡行业竞争力剖析

二、中国咖啡企业市场竞争的优势

三、国内咖啡企业竞争能力提升途径

第十三章 2024-2029年咖啡行业领先企业经营形势分析

第一节 雀巢(中国)有限公司

一、企业发展概况分析

- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业销售渠道及网络
- 五、企业产品定位分析
- 六、企业竞争优势分析
- 七、企业产业布局分析
- 八、企业发展动态分析

第二节 星巴克企业管理(中国)有限公司

- 一、企业发展概况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业销售渠道及网络
- 五、企业客户群体定位
- 六、企业竞争优势分析
- 七、企业产业布局分析
- 八、企业发展动态分析

第三节 臻饮贸易(上海)有限公司

- 一、企业发展概况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业销售渠道及网络
- 五、企业客户群体定位
- 六、企业竞争优势分析
- 七、企业产业布局分析

八、企业发展动态分析

第四节 悠诗诗上岛咖啡(上海)有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构分析

四、企业销售渠道及网络

五、企业客户群体定位

六、企业竞争优势分析

七、企业产业布局分析

八、企业发展动态分析

第五节 瑞幸咖啡(中国)有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构分析

四、企业销售渠道及网络

五、企业客户群体定位

六、企业竞争优势分析

七、企业产业布局分析

八、企业发展动态分析

第六节 上海连享商务咨询有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构分析

四、企业销售渠道及网络

五、企业客户群体定位

六、企业竞争优势分析

七、企业产业布局分析

八、企业发展动态分析

第七节 德宏后谷咖啡有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构分析

四、企业销售渠道及网络

五、企业客户群体定位

六、企业竞争优势分析

七、企业产业布局分析

八、企业发展动态分析

第八节 统一企业(中国)投资有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构分析

四、企业销售渠道及网络

五、企业客户群体定位

六、企业竞争优势分析

七、企业产业布局分析

八、企业发展动态分析

第九节 华润怡宝饮料(中国)投资有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构分析

四、企业销售渠道及网络

五、企业客户群体定位

六、企业竞争优势分析

七、企业产业布局分析

八、企业发展动态分析

第十节 海南春光食品有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构分析

四、企业销售渠道及网络

五、企业客户群体定位

六、企业竞争优势分析

七、企业产业布局分析

八、企业发展动态分析

第五部分 发展前景展望

第十四章 2024-2029年咖啡行业前景及趋势预测

第一节 2024-2029年咖啡市场发展前景

一、2024-2029年咖啡市场发展潜力

二、2024-2029年咖啡市场发展前景展望

三、2024-2029年咖啡细分行业发展前景分析

第二节 2024-2029年咖啡市场发展趋势预测

一、2024-2029年咖啡行业发展趋势

二、2024-2029年咖啡市场规模预测

1、咖啡行业市场容量预测

2、咖啡行业销售总额预测

三、2024-2029年咖啡行业应用趋势预测

四、2024-2029年细分市场发展趋势预测

第三节 2024-2029年中国咖啡行业供需预测

一、2024-2029年中国咖啡行业种植面积预测

二、2024-2029年中国咖啡行业产量预测

三、2024-2029年中国咖啡市场销量预测

四、2024-2029年中国咖啡行业需求规模预测

五、2024-2029年中国咖啡行业供需平衡预测

第十五章 2024-2029年咖啡行业投资价值与风险防范分析

第一节 咖啡行业投资特性分析

一、咖啡行业进入壁垒分析

二、咖啡行业盈利因素分析

三、咖啡行业盈利模式分析

第二节 2024-2029年咖啡行业投资价值分析

一、价值投资理论概述

二、价值投资分析方法

三、影响价值投资的主要因素

第三节 2024-2029年咖啡行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、咖啡机行业投资机遇

第四节 2024-2029年咖啡行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、关联产业风险及防范

四、其他风险及防范

第五节 中国咖啡行业投资建议

一、咖啡行业未来发展方向

二、咖啡行业主要投资建议

三、中国咖啡企业融资分析

1、中国咖啡企业ipo融资分析

2、中国咖啡企业再融资分析

第六部分 发展战略研究

第十六章 咖啡行业发展战略研究

第一节 对中国咖啡品牌的战略思考

一、咖啡品牌的重要性

二、咖啡实施品牌战略的意义

三、咖啡企业品牌的现状分析

四、中国咖啡企业的品牌战略

五、咖啡品牌战略管理的策略

第二节 咖啡经营策略分析

一、咖啡市场细分策略

二、咖啡市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、咖啡新产品差异化战略

第三节 咖啡行业投资战略研究

一、2022年中国咖啡企业投资战略

二、2024-2029年咖啡行业投资战略

三、2024-2029年细分行业投资战略

第四节 中道泰和咖啡行业发展建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录

图表：2019-2023年中国咖啡消费总金额分析

图表：2019-2023年中国咖啡行业市场规模分析

图表：2019-2023年中国咖啡行业市场结构分析

图表：2019-2023年中国咖啡行业利润总额分析

图表：2019-2023年咖啡生产企业数量及增长分析

图表：2019-2023年咖啡馆数量及增长分析

图表：2019-2023年咖啡行业从业人员数量分析

图表：2019-2023年中国咖啡种植面积分析

图表：2019-2023年中国咖啡产量分析

图表：2019-2023年重点企业产量及占有份额

图表：2019-2023年咖啡消费总量及年均消费增长率分析

图表：2019-2023年咖啡行业市场容量预测

图表：2019-2023年咖啡行业销售总额预测

图表：2024-2029年中国咖啡行业种植面积预测

图表：2024-2029年中国咖啡行业产量预测

图表：2024-2029年中国咖啡市场销量预测

图表：2024-2029年中国咖啡行业需求规模预测

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/baogao/20210701/216497.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)