

经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

茶与咖啡引领饮品消费时尚

说数

□ 本期点评 董菲

近年来,茶和咖啡凭借各自独特的味道口感、文化底蕴与社交因素,让消费者“手不释杯”。有些人喜欢茶的清香,有些人则喜欢咖啡的浓郁;有些人通过茶或咖啡感受不同文化的魅力与内涵,有些人则更喜欢通过它们来开展社交活动。茶与咖啡正携手引领新的饮品消费时尚。

茶文化是中国文化的重要组成部分,一直深受消费者青睐。近两年,喝茶这件事更是凭借围炉煮茶火出了圈,约上三五好友品茶聊天正变得越来越流行,这也让茶文化的社交属性越来越突出。接下来,相关茶企业要从围炉煮茶中汲取经验,加快对茶文化的宣传和推广,逐步从社交、器具、氛围等方面着手,创新品茗饮茶方式,实现茶文化迭代升级。

虽然咖啡文化已经成为一种全球性的生活方式、社交方式和文化表达途径,但在本土化上还有很大的发展空间。从线上消费趋势来看,在冲调饮料消费中,咖啡的消费者数量占比由去年同期的6.7%提升至今年的9.2%,是冲调饮料中占比增幅最高的品类。其中,胶囊咖啡、咖啡液、挂耳咖啡等细分产品更容易获得消费者青睐。这也为咖啡企业指明了发展方向,在细分赛道寻找更多增量。

不同地域的品茗和饮咖特色十分鲜明,呈现出“小城咖大城茶”的消费趋势特征,即三四线城市及县域农村地区消费者选购了更多咖啡产品,而一二线城市消费者则更偏爱茗茶。数据显示,在购买茗茶的消费者数量上,一线城市消费者占比达21.2%;在购买咖啡的消费者数量上,县域农村地区消费者占比为23.4%。对于相关企业而言,要积极迎合这一消费趋势,针对不同地区消费者推出不同产品,这样才能有效拓展市场。

随着互联网加速普及,以及物流设施不断完善,无论是茗茶还是咖啡,消费者都能做到“触手可及”,茶文化与咖啡文化正在引领饮品消费浪潮,为消费者带来不一样的体验。

(点评人:京东消费及产业发展研究院高级研究员)



最近一段时间,围炉煮茶等新兴吃茶方式风靡全国,消费者赋予传统茶文化新玩法,彰显了传统茶文化的深刻影响。建议相关企业加大茶文化的推广,以吸引更多消费者关注。同时,在饮茶器具、饮茶方式等方面有所创新,赋予茶文化更多活力。

随着咖啡文化的兴起和咖啡品质的不断提高,越来越多的消费者喜欢喝咖啡。建议相关企业更加注重咖啡产品的多样性,加快为消费者提供不同风味的产品,推出方便快捷的冲泡饮用模式,方便消费者根据自身喜好和需要进行选购。

随着互联网的普及与基础服务设施的不断完善,消费者的生活方式和消费习惯也发生了变化,如城市消费者更爱品茗,县域农村地区消费者更青睐咖啡产品。相关企业要顺应潮流,做好市场调查,通过数据分析,有针对性地推出更具符合消费者需求的产品。

3 地域消费特征

咖啡产品在农村及县域市场迅速普及,消费者数量占比达到 23.4%

在咖啡的消费中,农村及县域市场是人均增速最快的市场,人均消费金额增速比一线市场高出 26%

咖啡液是农村及县域市场增速最快的咖啡产品,消费者数量同比增长 110%

在农村及县域市场,胶囊咖啡的人均消费金额最高 超160元



数据周期: 2023年一季度

更多内容 扫码观看

1 茗茶总体消费趋势

▼ 消费者数量同比增长TOP5品类



在红茶品类中

超60%的消费者 购买金骏眉和正山小种

在绿茶品类中

超40%的消费者 购买毛尖和碧螺春

在白茶品类中

超60%的消费者 购买寿眉和白牡丹

在乌龙茶品类中

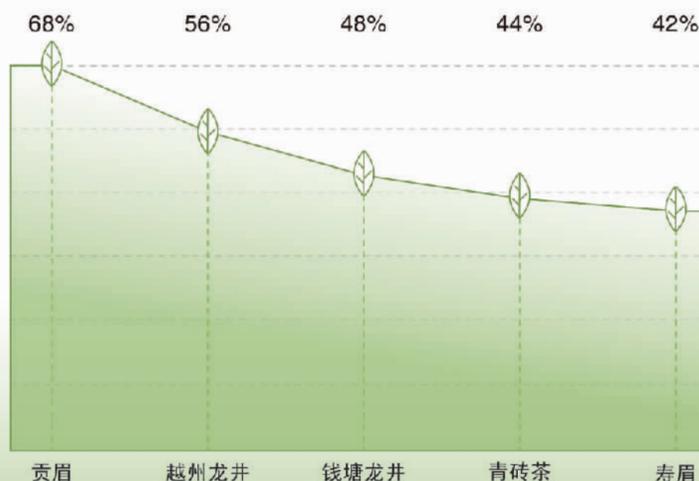
超60%的消费者 购买大红袍和单枞

▼ 茶味衍生产品消费者数量同比增长情况



一线城市消费者更爱买茗茶,消费者数量占比达21.2%

▼ 各细分产品的一线城市消费者数量同比增长情况



2 咖啡总体消费趋势

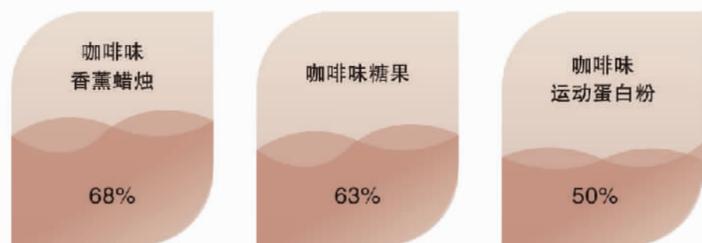
▼ 细分产品消费者数量占比增长情况



在冲调饮料消费中,咖啡是占比增幅最高的品类

咖啡的消费者数量占比由去年同期的6.7% 提升至今年的9.2%

▼ 咖啡味衍生产品消费者数量同比增长情况



▼ 各细分产品的一线城市消费者数量占比情况

