

サマリ版

Coffee

「コーヒー」に関するトレンド集

Trend-Hunt Report

*Up-to-date Market Trends
in China*

MAY
2021



OBJECTIVE

具体的な「行動/事象/情報（＝点）」から、
市場やTAの概況やインサイト（＝線/面）を把握し、
商品開発やブランド規定に資す

中国の微博、小紅書、TikTokなどのSNS、大手ニュース記事APPでの話題になった行動/事象/情報を集め、それらを俯瞰して見渡すことから「新しい意識や行動のうねり」を見出していく。
統計データや定量的な数字では見出せない、「新しい気づき」を提供することが、本手法の目的

Quick Summary

Pick Up
抽出する



**New
Keywords**
注目されるキーワード

Conceptualize
抽象化する



**Big
Trends**
トレンド理解



Quick Summary | 抽出する (選り出す)

New Keywords

注目ワード

- | | | | | | |
|---|--------|----|-----------|----|----------|
| 1 | 咖啡之都 | 9 | 永璞咖啡液 | 17 | 手冲咖啡冲煮技巧 |
| 2 | 咖啡展 | 10 | 咖啡鄙视链 | 18 | 甜甜圈挂耳咖啡 |
| 3 | 仪式感 | 11 | 电影「一点就到家」 | 19 | 冷萃咖啡 |
| 4 | 办公室咖啡 | 12 | 云南咖啡豆 | 20 | 纸棒咖啡 |
| 5 | Z世代 | 13 | 运动前喝黑咖啡 | 21 | 小包分装 |
| 6 | 三顿半 | 14 | 消除水肿 | 22 | 礼物化 |
| 7 | 隅田川 | 15 | 冻干速溶咖啡 | 23 | 咖啡拉花 |
| 8 | 农夫山泉咖啡 | 16 | 电视剧「安家」 | 24 | 家中咖啡馆 |



Quick Summary | 抽象度を上げる（解釈する）

Big Trends

トレンド理解

1 「3000億円」の市場は「場」「人」を広げて成長中

「スターバックス」や中国の「瑞幸」「Manner Coffee」などのチェーン店がカフェ文化を広げ、コーヒーは3000億を超える巨大市場へ成長。25年には1兆元という試算もされている。「カフェ」文化が定着したことで、「家ナカ」「オフィス」などのシーンの拡大、また、「Z世代」「ホワイトカラー」などの人の拡大に繋がり、成長が続いている

2 「こだわりコーヒー」が上質な生活のアイコン化

ハンドドリップやオシャレパッケージのコーヒー、フルーツやデザートを組み合わせた創作系コーヒーなど、特にSNS上でコーヒーへの「こだわり」をアピールするような風潮が感じられる。持っているモノ/コトなどでの面子意識が薄れ、また、コーヒーが多くの人が取るようになったからこそ、「こだわりのコーヒー」が「上質な生活」を送っているアイコン化し、使われるようになっている

3 中国ならではの進化系コーヒー

ドーナツ型のコーヒーエッセンスや、「紙棒コーヒー」など、中国独自と言えそうな商品群も見られ始めている。どの程度それぞれが定着するかどうかは未知数であるものの、市場成長を背景とした投資もあり、今後も「中国独自のコーヒー文化」が生まれ、広がっていく可能性がある



FULL REPORT

- 企業様向けには、完全版として、計35枚の「トレンドシート」を含めたレポートの販売を行っております
 - ・ コンサルタントによる解説/質疑と併せてご納品することも可能となります
- レポートに関するお問い合わせ、また、類似調査についてのご相談は、info@lemming.ltd、もしくは、会社ウェブサイト www.lemming.ltd からご連絡下さい



× 35 枚

⋮

