



2026现制咖啡生活方式调研报告

洞察用户需求 · 引领行业未来



出品方：AWE组委会、《电器》杂志社 | 中国·北京 | 2026.4

目录



01

现制咖啡用户画像与消费基本特征

核心人群分布与高频消费者特征 | 消费行为与消费场景分析

02

现制咖啡制作行为分析

制作习惯与场景分析 | 自制驱动因素与障碍因素

03

咖啡机用户消费洞察

咖啡机购买决策路径 | 咖啡机消费使用现状

04

咖啡机用户使用体验及优化方向

体验痛点与满意度分析 | 未来需求与产品优化方向 | 创新场景潜力评估

05

从AWE2026咖啡机趋势看用户痛点解决及期待满足

新品对核心用户需求的针对性解决成效 | 新品对用户核心期待的落地程度与完善方向



01

现制咖啡用户画像与消费基本特征



现制咖啡消费核心人群分布画像

核心洞察：现制咖啡消费主力高度集中于**26-35岁**的**企业职工**，主要分布在**一线及新一线城市**，具备中高收入特征。



年龄分布：黄金主力

38.3%

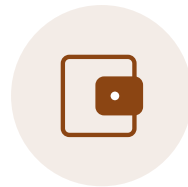
26-35岁是消费核心
远超其他年龄段占比



城市分布：高线聚集

61.2%

一线+新一线合计占比
市场渗透率极高



收入特征：中高产力

51.3%

11-30万家庭年收入区间
消费能力与意愿双高



职业身份：职场中坚

42.8%

企业职工为绝对主力
职场社交需求旺盛

精准定位：锁定“高学历、高收入、高职位”的都市职场新贵，打造专属消费体验

高频消费者画像：年轻高知的都市精英



典型画像：一线城市年轻白领女性



每周饮用5次+的用户占比达**21.9%**

核心特征：26-35岁为主力，集中于一线城市，高收入群体粘性最强。



主力年龄层

26-35岁

高频占比 36%



核心城市

一线城市

高频占比 44%

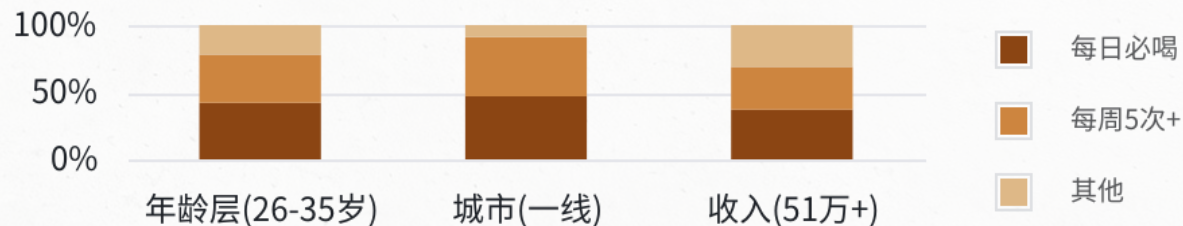


家庭年收入

51万+

每日必喝 37%

高频/每日必喝人群细分占比对比



洞察：咖啡消费粘性与城市等级、年龄层及收入水平呈显著正相关趋势

消费行为分析：已形成高粘性的“常规大众市场”

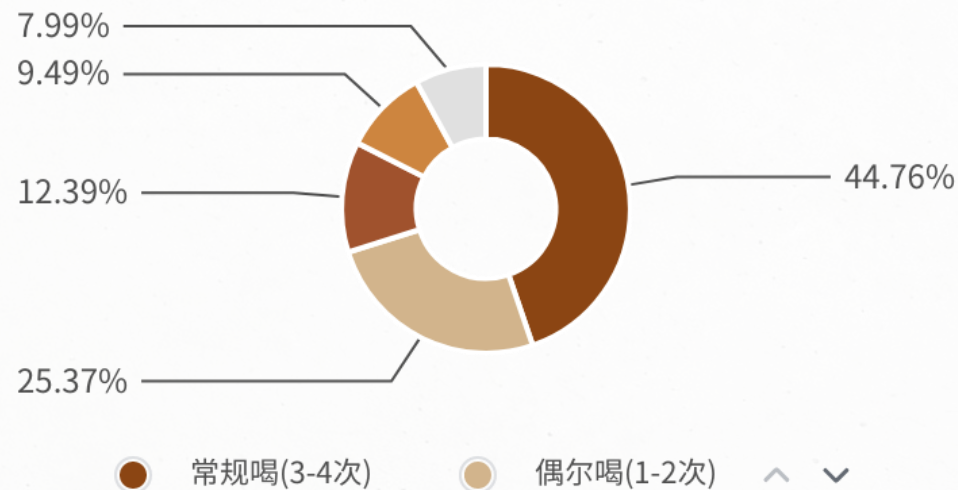


核心洞察：现制咖啡已从尝鲜转变为规律生活方式，近半数用户构成高粘性“常规大众市场”。

数据显示，每周饮用3-4次的“常规喝”人群占比高达**44.8%**，构成了市场的绝对主力。

市场呈现清晰的三级分层：近半数的“常规大众市场”，超过四分之一的“偶尔尝鲜市场”，以及超过20%的“深度依赖市场”（高频喝+每日必喝）。

用户饮用频率分布（每周）



💡 44.8% 的用户保持每周3-4次饮用，消费习惯高度稳定

消费动机：功能、情感、习惯的三元驱动



三元驱动模型

功能需求主导
情感共鸣与生活习惯
共同构成消费核心

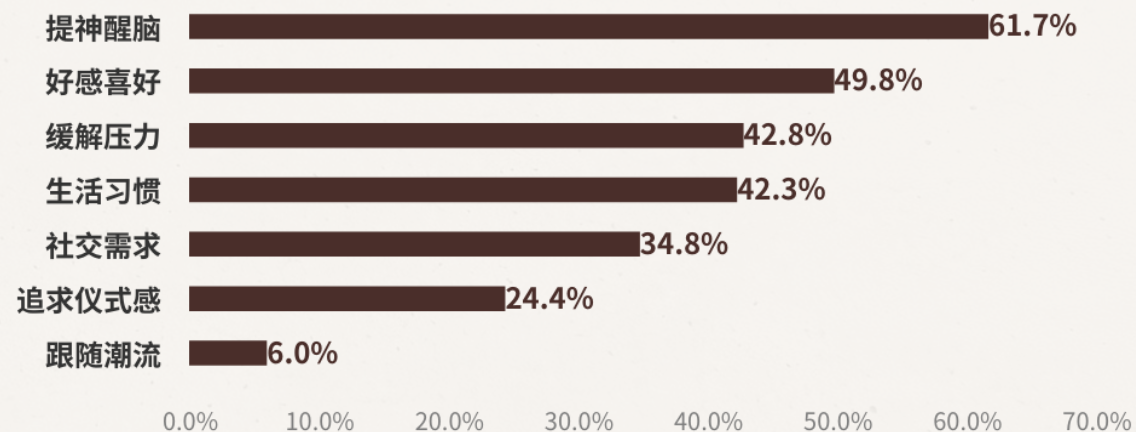
“功能主导、情感与习惯并重”

消费驱动呈现显著的内生性特征

核心洞察：提神与悦己是关键

“提神醒脑”以61.7%的占比位居首位，是最基础的功能需求。同时，“喜好味道”、“缓解压力”及“生活习惯”合计占比极高，说明咖啡已从简单的饮品升华为兼具情感寄托与生活仪式感的日常伴侣。

消费者购买咖啡动机占比 TOP7





02

现制咖啡制作行为分析

制作习惯：外购需求更强劲

数据洞察：消费者饮用频率显著高于制作频率，对外部购买渠道依赖度高



自制咖啡频率

每周0次：9.5%
每周1次及以下：18.4%
每周2-3次：43.8% (主流)
每周4-6次：21.4%
每天1次及以上：7.0%



外购咖啡频率

几乎不喝：8.0%
偶尔喝(1-2次/周)：25.4%
常规喝(3-4次/周)：44.8% (核心群体)
高频喝(5-6次/周)：12.4%
每日必喝(7次+/周)：9.5%

核心结论：消费者依赖外部渠道满足咖啡需求，自制习惯尚在养成初期

自制咖啡场景：聚焦工作休闲时段，功能性导向显著



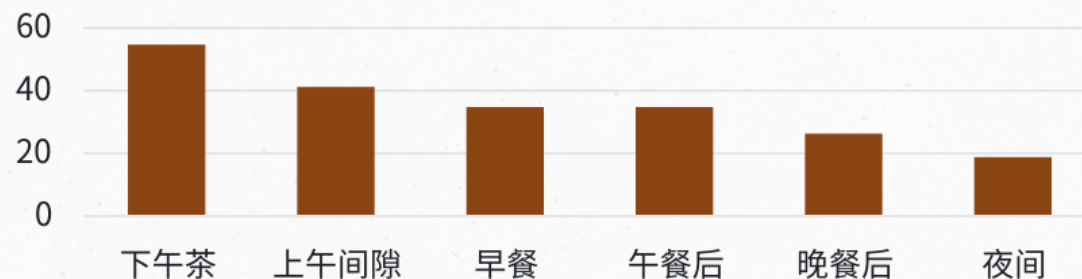
典型居家咖啡角

专为工作间隙与休闲时刻打造的功能空间

核心洞察：制作高峰期集中在“下午茶”与“上午工作间隙”，合计占比超95%，是典型的日间功能型饮品。

数据表明，用户对现制咖啡的需求高度依附于工作与学习节奏。无论是为了上午的专注，还是为了对抗午后的困倦，咖啡已成为提升效率的关键伙伴。

各时段制作场景占比 (%)



自制驱动因素：效率、个性化与乐趣

核心洞察：消费者选择自制，是主动追求高效便捷、个性化口味掌控及制作过程乐趣的综合体验。



家庭咖啡角：沉浸式制作体验

从器具甄选到冲煮出品，享受慢生活的每一个细节



制作方便快捷

57.7%



口味更贴合需求

50.7%



享受制作过程

46.3%



成本更低

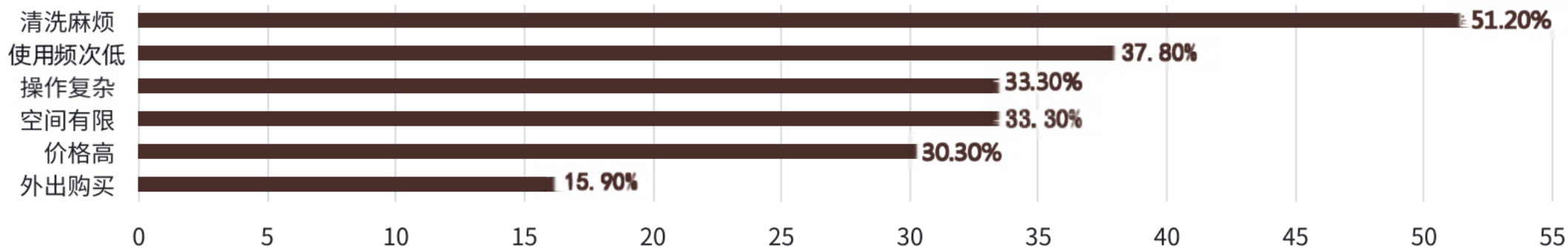
39.3%

自制障碍因素：使用维护麻烦、空间与操作门槛



核心阻碍：用户对“维护繁琐、低频使用、空间占用及操作难度”的顾虑，直接抑制了购买决策。

用户放弃自制咖啡的原因占比 (TOP6)



市场洞察：当前咖啡机产品未能充分解决用户对「省心、省事、省空间」的核心诉求，这是市场拓展的关键瓶颈。

03

咖啡机用户消费洞察



购买决策：品质与品牌是关键，便捷与价格是补充



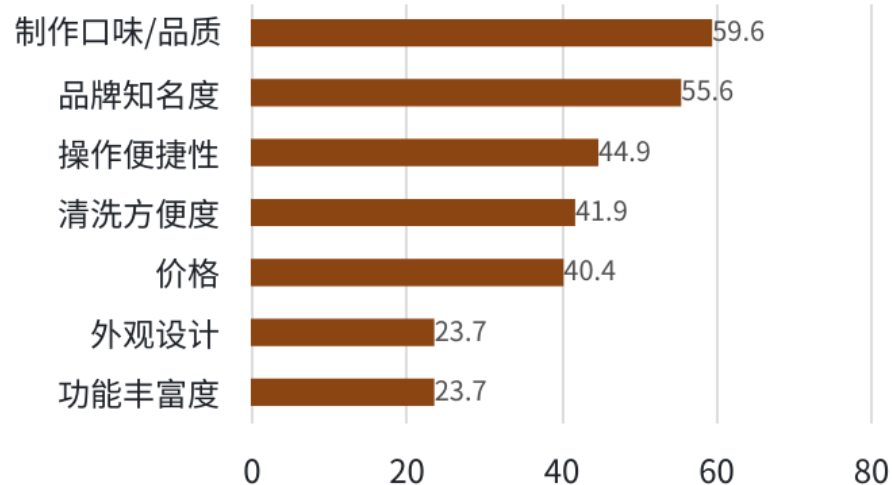
核心洞察：品质与品牌是基石

消费者最看重咖啡制作品质与品牌声誉，二者是决定购买的首要因素。

详细分析：

数据显示，“制作口味/品质”与“品牌知名度”的关注占比均超过55%，远高于其他因素。同时，操作便捷性（44.9%）、清洗方便度（41.9%）和价格（40.4%）也是用户在筛选产品时重要的考量维度。

购买决策因素关注度排行 (%)



品质与品牌是消费者决策的核心驱动力，便捷性与价格起到关键的补充筛选作用

咖啡机购买决策路径：线上渠道主导



信息获取渠道：社交种草为主

社交平台测评 (小红书/抖音) **72.1%**



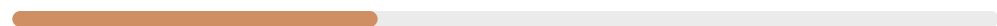
电商平台商品评价 **56.3%**



朋友/家人/同事推荐 **48.7%**



线下门店体验 **37.1%**



购买渠道分布：电商平台主导

综合电商平台 (京东/天猫) **66.7%**



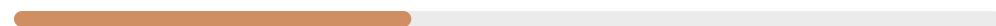
线上品牌官方旗舰店 **63.1%**



线下品牌专卖店 **40.9%**



线下家电卖场 **40.4%**



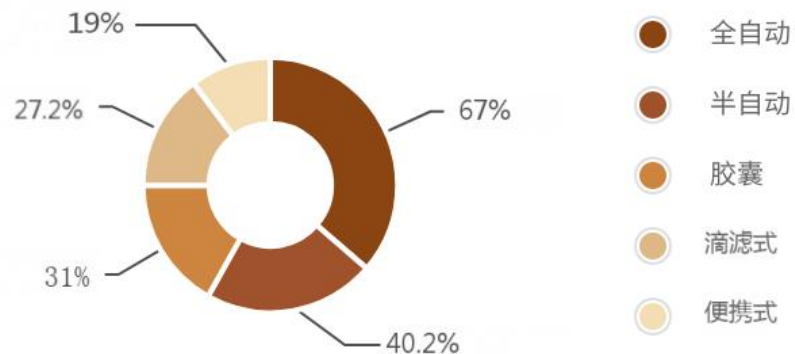
核心洞察：信息获取与购买渠道高度正相关，线上“种草”直接推动线上“拔草”，品牌需重点布局社交口碑建设与电商渠道销售。

全自动咖啡机主导，家庭与办公双场景渗透



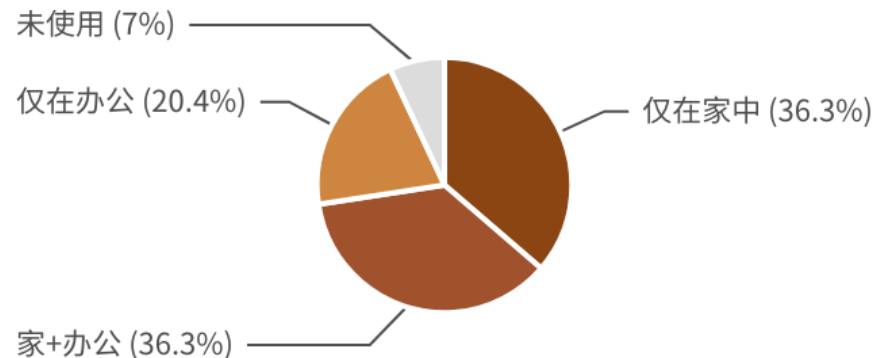
核心洞察：全自动咖啡机渗透率达67%居首，家庭与办公场景各占36.3%，成为双主场。

咖啡机类型分布：全自动绝对主流



注：数据为多选结果，全自动咖啡机凭借便捷性成为用户首选。

使用场景分布：双场景覆盖特征显著



家庭和办公场景是咖啡机的核心应用场景，反映出消费者对咖啡的需求已从单一的办公提神，延伸至家庭日常休闲与品质生活。



04

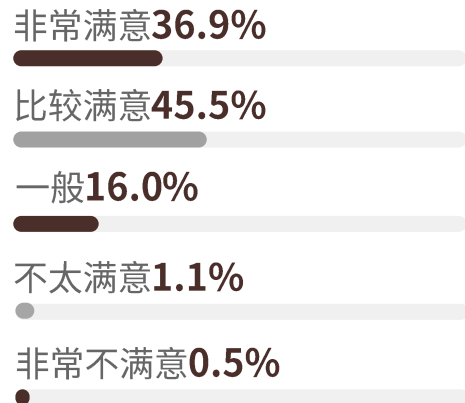
咖啡机用户使用体验及优化方向



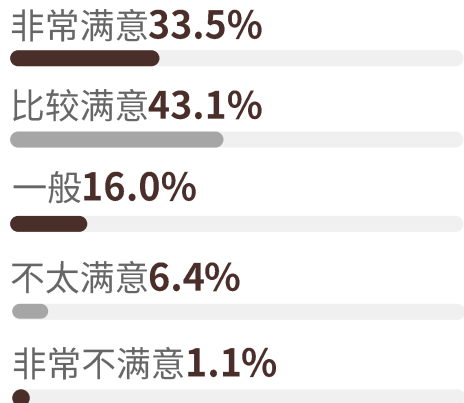
体验痛点与满意度：清洗便捷性满意度最低

核心发现：用户对咖啡机整体表现认可度高（满意度超80%），但清洗便捷性是明显短板，“一般”满意度占比显著高于其他维度。

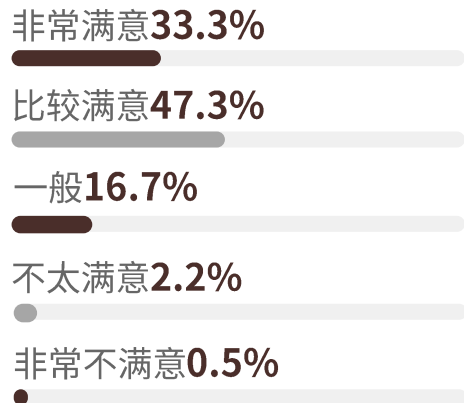
口味/品质满意度



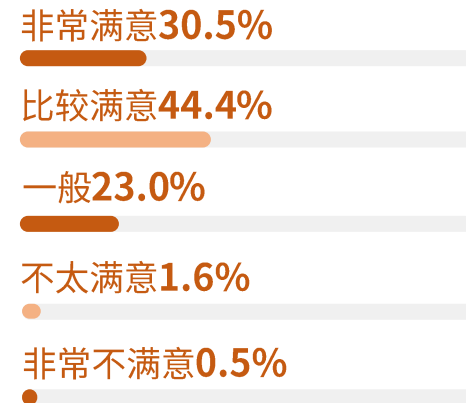
售后服务满意度



操作便捷性满意度



清洗便捷性满意度



⚠️ 一般满意度 23.0% 高)

咖啡机用户体验痛点深度洞察

三大核心抱怨：清洗、奶泡、操作

尽管全自动咖啡机已普及，但用户对“易用性”和“人性化”仍有强烈不满。数据显示，超过30%的用户抱怨集中在清洗困难、奶泡效果差及操作复杂三大维度，反映出产品在体验细节上的短板。

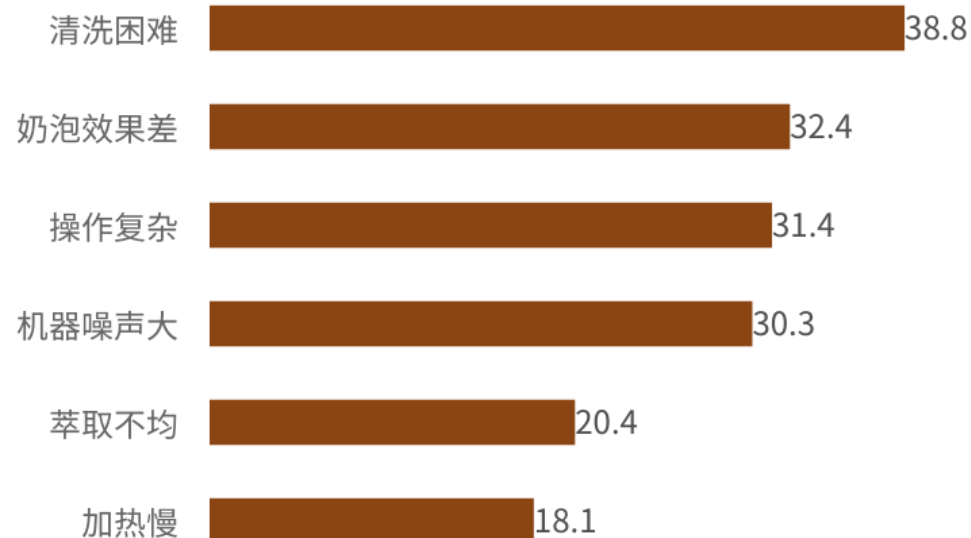


首要痛点：清洗维护困难

用户抱怨占比高达 38.8%，位居首位

💡 优化方向：重点解决“清洁便捷度”与“操作指引”

用户抱怨问题 TOP6 占比分布 (%)



未来需求：优先聚焦操作便捷性与清洁效率

核心策略：易用性优先，兼顾品质体验

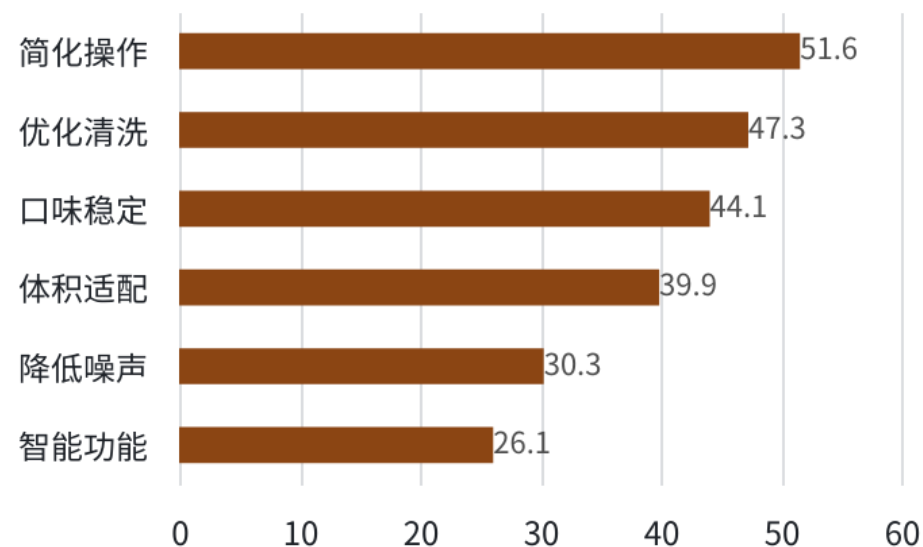
产品迭代应回归基础体验，将“简化操作”与“优化清洗”作为首要突破点，夯实口碑基础。

- **过半用户诉求：**51.6%的用户希望简化流程，降低学习成本。
- **清洁痛点显著：**47.3%的用户关注清洗设计，这是影响复购的关键。
- **进阶需求：**口味稳定性与空间适配紧随其后，需稳步提升。



用户心声：回归本质，把基础体验做到极致

用户需求关注度排行 (%)



创新期待：功能迭代需以“健康+智能+场景”为核心

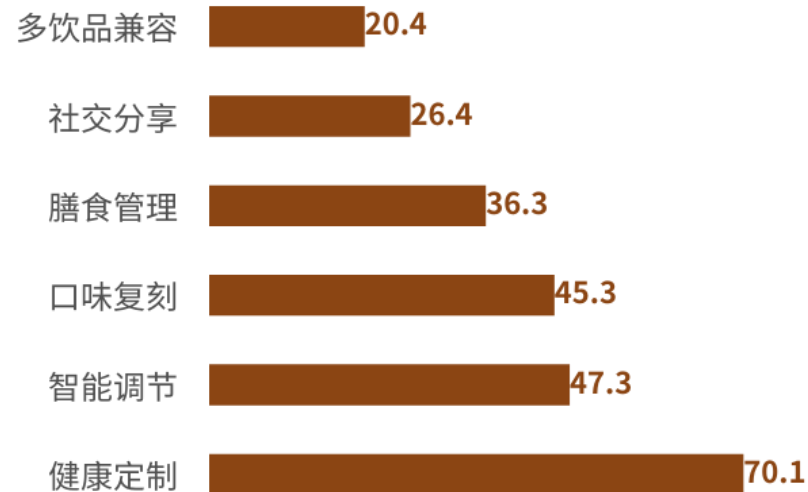


核心趋势：向健康管理升级

需求重构：用户不再满足于单一的饮品制作，转而期待咖啡机成为集健康监测、智能调节、场景适配于一体的生活平台。

数据表明，“健康精准定制”以70.1%的期待值领跑，用户渴望根据自身健康状况（如糖分、卡路里摄入）定制专属咖啡方案。

用户期待的创新功能 TOP6 (%)





05

从AWE2026咖啡机趋势看用户痛点解决及期待满足

痛点解决：自清洁技术破解“清洗麻烦”难题

行业已全面告别手动拆洗时代，自清洁技术成为标配。无论是自动冲洗、可拆洗设计还是智能清洁提醒，各大品牌正通过技术创新大幅弥补咖啡机“清洗便捷性”短板。



摩音 SF1 Ultra

五维易清洁科技，涵盖高频自清洁、日常小清洁及清洁指数实时展示、贴心清洁提醒及增强深度洗。



咖博士 Grace200

内置智能清洁系统，制作奶咖后自动冲洗奶管，告别奶渍残留。



西屋研磨一体意式机

研磨系统整体可拆，结构设计优化，新手无需专业工具就能快速拆卸清洗，彻底解决研磨死角残留问题。

痛点解决：智能化+极简设计降低“操作门槛”

核心洞察：AI智能交互、大屏极简操作、一键预设成为标配，让咖啡制作像使用手机一样简单。



☑ 西门子 EQ900

取消物理按键，采用iSelect触摸显示屏，无需说明书，开机即可快速操作。

。



📍 卡萨帝AI双萃金杯Pro咖啡机

APP拍照识豆，手机APP拍照识别咖啡豆包装，自动调取云端大师配方，无需手动调节参数。



指尖方寸 星光闪耀

⚡ 灿坤 星曜SL2 Pro

触控彩屏交互，内置9+1款预设饮品，一键即可制作拿铁、美式等常见咖啡。

。

“让咖啡制作回归享受，而非技术挑战”

痛点解决：商用技术家用化保障“口感稳定”

核心洞察：各大品牌将商用级萃取技术下放至家用场景，精准解决口感不稳定难题



海氏 C5



恒温恒压萃取，复刻专业金杯口感



海氏 C9 Pro



采用E61纯铜虹吸冲煮头、进口旋转泵与商用双锅炉，高峰时段连续出杯口感依旧稳定



硬核登场 玩家主场

指挥家 IS 10

灿坤 指挥家IS10



PID+NTC动态恒温技术，精准锁定黄金萃取温度区间

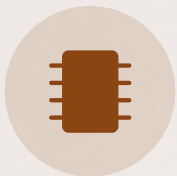


博世 8系极匠



搭载AromaMax纯萃技术，每秒50次动态校对萃取参数，稳定还原金杯级风味

期待满足：智能化定制与全场景覆盖



智能化定制：千人千味的极致体验

利用AI识豆、口味记忆技术，精准匹配用户偏好。



全场景覆盖：从居家到户外的延伸

突破厨房限制，适配多元生活方式。



HCK 哈士奇便携咖啡机

户外露营/房车场景首选



膳魔师二合一咖啡机

小巧便携/差旅办公必备



感谢聆听

洞察用户需求，引领行业未来

