

咪咕咖啡竞品 平台及产品调研

2023年5月

平台调研

抖音 | 达人上，放大口碑效应，腰部KOL垂直出圈！内容上，社交内容推动产品升级，产品消费场景多元化！

01



达人共创UGC内容 推动产品升级

创立领航员模式，KOL/KOC共创产品，社交内容推动产品升级。

领航员们是品牌方在各渠道精挑细选出的可以不断在社交媒体产出优质UGC内容的消费者个体，他们不仅承担着打入普通消费者内部进行品牌推广的职责，更会将自己对于咖啡的意见反馈给品牌方。

02



放大口碑效应 腰部KOL/KOC垂直出圈

以腰部及底部KOL达人，做三顿半咖啡的评测种草+场景化种草。

以3秒融化、便携、多场景使用、美食搭配等卖点，强调场景，聚焦美食类、好物分享类KOL，与市场上相同属性的商品做对比，突出产品的特点，让用户更全面的了解商品品牌。

03



精准聚焦用户的 多元化消费场景传播

精准聚焦25-30岁之间用户，周边使用场景玩法+线下“返航计划”线上打卡

三顿半盒子二次利用边花盆、钥匙链等多种玩法在抖音等社交平台传播，构建品牌与用户的互动触点。线下返航计划，用户在带着小罐子返航同时，打卡艺术空间并在社交平台二次传播。

抖音 | 达人上，中腰部KOL集中发力！内容上，从用户“随时随地喝咖啡”需求出发，发挥场景+剧情优势赢得粉丝喜爱！

- 以往投放占比，中尾部KOL为主；
- 抖音平台侧重投放剧情、搞笑、美食、美妆、评测类达人；
- 通过大量场景和剧情的结合。如：办公室、房车旅行、滑雪场、野餐.....抖音达人发挥创意脑洞，将永璞咖啡的便携+精品兼容产品优势，满足用户“随时随地喝咖啡”的需求展现出来。

视频内容热词：围绕“满足日常口粮需求”，除了口味、口感外，赠送的高颜值永璞浮雕杯也出圈，成为更多用户购买原因之一！

醇厚风味 口味 浮雕 味道 黑巧风味 薄荷美式 黑咖啡 永璞咖啡 风味咖啡 黑巧口味 草莓 咖啡 口感 口粮 咖啡

房车场景植入
记录生活乐趣



办公室场景植入
表演真实到位



场景+剧情

野餐场景植入
剧情诙谐搞笑



滑雪场景植入
高端咖啡之旅



抖音| 达人上，潜力博主与肩腰部KOL为主，内容围绕“锁鲜”产品力，挖掘咖啡在日常生活
中的饮用场景、展现咖啡与生活关联的乐趣的方式，构建出与品牌相关的生活方式，将精致生
活和精品咖啡紧密连接起来，提升品牌与用户的交互参与感



近30天关联直播[视频]达人数据：

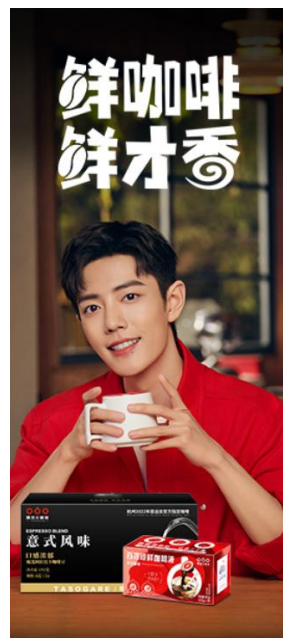


小店	抖音 销售额	推广 商品	关联视频 销售额	关联直播 销售额
隅田川官方 旗舰店	1000w-2500w	62件	500w-750w	250w-500w

2023.4.5—5.4期间，小店共投放1125位达人，
带货商品50元以下为主占比55%。其中直播达人
285位，视频带货达人897位。以潜力博主与肩
腰部KOL为主

KOL类型以美食、健康、生活类达人为主；种草、
母婴、美女、情感、时尚等多圈层达人也有分布。

天猫店铺 | 隅田川咖啡定位“新鲜超酷”，“让每个中国人都喝上健康好咖啡”是其品牌使命。天猫店铺，通过明星代言人展示，突出“鲜咖啡，鲜才香”的诉求，店铺整体色调蓝白色为主清新。



天猫营销活动 | 打造年轻人喜欢的潮咖音乐节，通过满减、邀请好友、积分兑换、满赠等手段进行用户拉新及产品促销

鲜咖福利!

抽奖送音乐节门票!!

活动时间:
5.04 10:00
5.07 09:59

0000
TASOGARE MUSIC FESTIVAL
隅田川咖啡·17°C新安江
音乐节
2023.5.20-5.21

01. 加入会员
0元抽音乐节门票

02. 会员单笔实付满159
抽音乐节门票

03. 邀请5个好友入会
抽音乐节门票

04. 会员100积分
兑换抽门票机会

点击参与

拍2件赠
赠品3选2

百搭锁鲜咖啡液·2盒
2件到手¥24.5/盒

拍2件赠

意式特浓挂耳咖啡·24杯
2盒领券立减40元

满额赠礼

仅限会员

单笔实付满199元, 赠《工作札记》*1
单笔实付满99元, 赠代言人声纹卡*1

点击参与

*店铺已赠礼记的商品不再叠享满赠礼记

0000 隅田川咖啡

0000 隅田川咖啡

TASOGARE MUSIC FESTIVAL
隅田川咖啡·17°C新安江
音乐节
2023.5.20-5.21

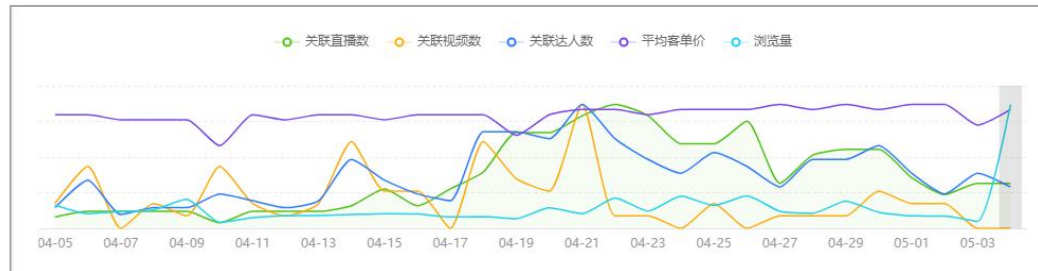
杭州·建德市梅城镇千亩村新影乐园
主办方: 隅田川咖啡

抖音 | 从男模走秀到虚拟主播，多元化的场景+更优惠的价格，玩转抖音直播，促收割！线下多本地达人打卡，抖音线上融合，构建良好闭环！



近30天关联直播|视频|达人数据：

带货达人	直播带货达人	直播带货	视频带货达人	视频带货
96位	45位	227场	54位	71条



小店	抖音总销售额	推广商品	关联视频总销售额	关联直播销售额
瑞幸咖啡官方旗舰店	2500w-5000w	29件	2500-5000	2500w-5000w

2023.4.5—5.4期间，小店共投放96位达人，其中直播达人45位，视频带货达人54位。

KOL类型以本地生活类达人为主；种草、美女、生活、创意、户外、种草等多圈层达人也有分布。

产品调研

三顿半挂耳咖啡——爆款单品详情



关键词【新鲜烘焙】【风味纯净】

✓ 拼配+单品组合；搭配咖啡壶、陶瓷杯组成套装售卖；价格区间59-239元，折扣较少



新鲜烘焙挂耳咖啡包
单品|拼配10g*12包/盒 ¥ 59

新鲜烘焙挂耳；单品直接表现各产区“微气候特征”，追求风味纯净度；醇厚均衡风味。



挂耳咖啡包 世界装
拼配系列+单品系列 ¥ 169 10g*36包



挂耳咖啡大满贯
mini挂耳咖啡壶+陶瓷杯+挂耳咖啡18包 ¥ 239

大满贯系列，为咖啡爱好者提供一套式挂耳解决方案；以新鲜烘焙的产区风格和拼配风味，配合齐备的冲煮器具。

三顿半冻干咖啡——爆款单品详情



关键词【超速溶】【纯咖啡】【原创小杯】

✓ 多种风味产品组合售卖，价格区间54-274元，券后折扣力度较挂耳大，在85-95折扣区间



数字星球系列

多风味可选 3g*15颗 ¥119 券后¥114

全新风味，采用更优质的精品咖啡豆；超速溶；6种风味可选；可参与返航计划，回收每一颗空罐，可兑换新咖啡及周边。

风味意式浓缩咖啡液

20ml*12杯 89元 综合莓果味|坚果味

- 原创对流萃取系统；真正的精品咖啡液；锁鲜咖啡风味。



快饮咖啡系列

2g*12颗 ¥59买二券后¥54/盒

超即溶解于0—100；真风味纯咖啡，0香精，0蔗糖；更便捷随时随地，快手可得；原创风味萃取，智能冻干技术；60颗澎湃安全感，超值性价比，囤货之选。



快饮咖啡澎湃装

2g*60颗 ¥319券后¥274/盒

关键词【新鲜烘培】【SCA80+咖啡豆】【充氮保鲜】

✓ 客单价较三顿半挂耳高，会组合6个小包装售卖，价格区间34.32-130元，折扣力度在89-87折之间



云南限定咖啡威武包
¥99券后¥88，30包



云南限定咖啡威武包
¥39 10g*6包



咖啡威武包
¥149券后¥130，共36包



咖啡小威武挂耳包
10g*6包 ¥39券后¥34.32

好挂耳滤材，耳朵硬；庄园咖啡豆，云南手冲风味；新鲜烘焙，现磨口感；充氮保鲜，便携包装；3秒瞬溶；多种混合装，多种风味轻松享用。

覆盖4种不同烘焙程度 SCA80+咖啡豆，多风味手冲；6种人气风味一应俱全。

关键词【6.0风味新升级】【3秒即溶】【轻享】

✓ 小飞碟和口袋装组合，以2g轻享装组合多个套盒售卖，价格区间在54-149元，折扣力度在89-78折之间



永璞轻享装6.0冻干即溶咖啡
飞碟装| 口袋装2g*12杯，¥59券后¥54

6.0风味新升级 更香更浓更易溶，还原现磨咖啡口感；
口袋环保装，口感更醇厚；0糖0添加，冷热3秒即溶；
100%阿拉比卡咖啡豆

飞碟即溶精品冻干意式咖啡
2.8g*12杯 ¥99券后¥80

- 媲美咖啡店专业意式萃取；100%阿拉比卡咖啡豆，经典口味，0糖更轻松



永璞轻享装6.0冻干即溶咖啡
意式风味 2g*18杯 ¥88券后¥69

原创冻干即溶咖啡，醇香意式黑咖，还原现磨口感；0糖0添加，冷热3秒即溶；
轻松DIY风味独特；超值囤货装，常温锁鲜365天



轻享装冻干即溶咖啡
2g*36杯；¥169券后¥149

隅田川挂耳咖啡—爆款单品详情



关键词【0蔗糖0香精0防腐剂】【口感浓郁醇香】

✓ 产品商品卡主打肖战代言，挂耳平均单价在3元-3.7元/7g*包，低于三顿半和永璞挂耳，折扣力度在8-76折之间

肖战同款
进口意式现磨手冲挂滤挂耳咖啡



24杯，¥75 券后¥57

现磨挂耳咖啡
手冲黑咖啡粉美式



16杯，¥80

0.8%锁鲜小红袋意式挂耳咖啡
现磨手冲咖啡粉黑咖啡



24杯，¥75 券后¥57

京鬼系列特浓挂耳咖啡进口
意式现磨纯黑咖啡粉

均衡醇香 0蔗糖
京鬼系列挂耳咖啡·24杯



24杯，¥75 券后¥60

隅田川进口挂耳咖啡手冲特浓
意式曼特宁黑咖啡现磨咖啡

黑咖啡 0蔗糖
经典系列挂耳黑咖啡·10杯



10杯，¥35

进口挂耳咖啡现磨特浓浓缩
挂黑咖啡粉



40杯，礼盒包装¥168 券后¥128

瑞幸挂耳咖啡——爆款单品详情



关键词【原创设计】【精益品质】【100%阿拉比卡】

✓ 产品商品卡主打肖战代言，挂耳平均单价在3元-3.7元/7g*包，低于三顿半和永璞挂耳，折扣力度在94-74折



吸猫挂耳咖啡2.0

原价¥79券后¥61*20包 / ¥39.9*6包
¥29.9*3包 / ¥239券后¥179*60包

可爱吸猫外包盒；0蔗糖0香精；100%阿拉比卡咖啡豆；氮气锁鲜；日本进口无纺滤袋，高效渗透



原产地精品挂耳

¥44.9-49.9 券后¥41.9-46.9
7袋/盒

瑞幸咖啡×潘虎原创设计外观；100%阿拉比卡咖啡豆；国际咖啡品质鉴定师品质把控；醇享黑咖啡



瑞幸新运礼盒 ¥198券后¥178
元气单2g*18+原产地MIX10g*8袋+琥珀六角玻璃杯*1+双嘴玻璃小杯*1

爆款双星，一盒尽享；称手器具调配称意咖啡；

瑞幸冻干咖啡——爆款单品详情



关键词【-40℃冻干】【冷萃工艺】【100%阿拉比卡】

✓ 爆款元气弹多样组合，并搭配椰浆组合售卖，单价在4.9-4.95元/2g*包，折扣力度在8折左右

元气弹系列2.0



2g*18颗, ¥ 89

元气弹系列2.0
烘焙主题款



2g*21颗, 原价129券后 ¥ 104

风味漫游系列



12颗*3g, 原价99券后 ¥ 81

瑞幸冻干咖啡椰浆组合



2g*36颗+12盒椰浆 ¥ 279

竞品冻干粉/挂耳咖啡—小结

品牌名称	三顿半	永璞	隅田川	瑞幸
平台玩法	- 创立领航员模式，达人共创产品，推动产品升级； - 腰部KOL垂直出圈，评测+场景化种草；	- 中腰部KOL集中发力，从用户“随时随地喝咖啡”需求出发； - 发挥场景+剧情优势赢得粉丝喜爱！	- 潜力博主与肩腰部KOL为主； - 天猫抖音都围绕“锁鲜”产品力发散内容，调性统一； - 挖掘日常生活饮用场景，将精致生活和精品咖啡紧密连接起来	- 从男模走秀到虚拟主播，多元化的场景+更优惠的价格，玩转抖音直播，促收割！ - 线下多本地达人打卡，抖音线上融合，构建良好闭环！
天猫店铺 开店时间与 粉丝量	2018-6-11 177万	2018.1.12 187万	2016.2.2 352.8万	2021.1.28 83万
用户画像	女：75.48% 18-24岁占比27% 25-29岁占比22% 30-34岁占比20%	女：72.72% 18-24岁占比31% 25-29岁占比24% 30-34岁占比19%	女：69.54% 18-24岁占比29% 25-29岁占比21% 30-34岁占比19%	女：82.08% 18-24岁占比31% 25-29岁占比30% 30-34岁占比29%
价格带/ 平均单价	挂耳59-239元，4.9元/10g*包 冻干54-274元，4.5元/2g*包	挂耳34.32-130元，5.7元/10g*包 冻干54-149元，4.5元/2g*包	挂耳59.8-148元，3.5元/7g*包 冻干54-274元，4.5元/2g*包	挂耳39.9-179元，5.9元/10g*包 冻干81-279元，4.9元/2g*包

注：三顿半，瑞幸用户年龄更大；永璞，隅田川用户更年轻；隅田川挂耳平均单价最低；瑞幸挂耳平均单价最高

竞品冻干粉/挂耳咖啡—建议

分析建议

品牌/产品

竞品借鉴

- 产品卖点大致相同（冻干和挂耳卖点集中于新鲜、醇厚、速溶、0蔗糖0香精0防腐剂等）
- 产品背后的价值观及品牌定位略有不同 如三顿半冻干的原创小杯和返航计划；隅田川将精致及仪式感表现出来，满足大家对咖啡的调性期待；瑞幸有更吸精的原创设计.....

- 品牌定位 -

细分人群颗粒度，
精准打造差异化
定位

- 产品创新 -

产品卖点大致
趋同，可进行
针对新品趋势
洞察和推广

- 人群拓新 -

结合云图等工具从
更广的分析维度，
形成人群消费偏好
洞察，精准捕捉增
量人群

如何致胜

平台

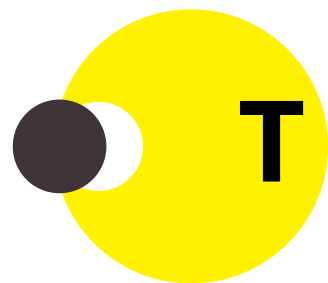
- 各品牌都通过内容种草+小黄车+直播带货的形式提升销售额，用低客单在抖音引导购买，并集中性价比高的腰部及潜力达人种草；
- 内容营销上各有不同的细分场景指向。如三顿半聚焦美食类、好物分享类KOL，探索周边使用场景玩法；永璞侧重剧情达人，营造“随时随地喝咖啡”多元化场景；隅田川侧重美食、生活、健康达人挖掘日常生活饮用场景，将精致生活紧密连接起来

- 精准营销 -

多维度地圈定人群，进行精
准营销，对抖音的投放内容，
达人类型等定期迭代测试优
化投放效果

- 细分场景 -

根据人货匹配，精细化场
景，并阻隔竞品场景，形
成差异化认知



 **THANKS**

