



「单杯咖啡机美国市场」月度简报

数据驱动的跨境电商品牌化转型市场指南

DATA DRIVES DECISIONS!

报告说明

报告标题：亚马逊市场趋势与品牌竞争分析简报

分析日期：Friday, September 26, 2025

撰写方：蔚云出海(广州)企业咨询有限公司

数据来源：本报告所有原始数据来自 亚马逊官方平台（Amazon.com）美国站

分析类目：单杯咖啡机

分析商品数：221个活跃ASIN

覆盖周期：2024年8月 - 2025年8月

特别说明：1) 简报中大部分分析维度统计2025年8月份数据，
2) 部分分析维度呈现近一年，即2024年9月 - 2024年8月。

核心目的

市场基本面诊断

追踪销售额/销量/价位的动态关系，判断市场处于**扩张期、消费升级或降级周期**。

- 通过搜索量VS购买率、新品渗透率，验证**市场创新活力与转化效率**。

竞争格局破译

- 识别头部品牌垄断强度、新品牌颠覆机会，定位**高潜力价格带与差异化赛道**。
- 解析中国卖家的**供应链优势与增长动能**。

精细化运营指南

- 按价格带拆解季节性规律、爆款特征，制定**分阶定价**。

特别说明：

- 误差来源说明**：亚马逊数据受算法估算偏差（如销量/搜索量为模型推算值）及类目定义变动影响，与实际值可能存在差异
- 报告中的**分析结论、图表及解读**版权归蔚云出海(广州)企业咨询有限公司所有
- 本报告基于亚马逊平台公开数据生成，旨在提供市场动态的参考性洞察，不构成直接运营决策建议。使用者需结合自身业务数据及实时市场验证结论，并关注亚马逊政策更新对数据的影响。



报告目录

1、亚马逊平台行业概况

- 市场整体发展态势
- 消费者搜索趋势
- 卖家地域分布

2、亚马逊平台竞争格局

- 品牌格局变化
- 品牌销售排行
- 新品牌概况

3、亚马逊平台价位段分析

- 价位段分布

4、亚马逊平台商品榜

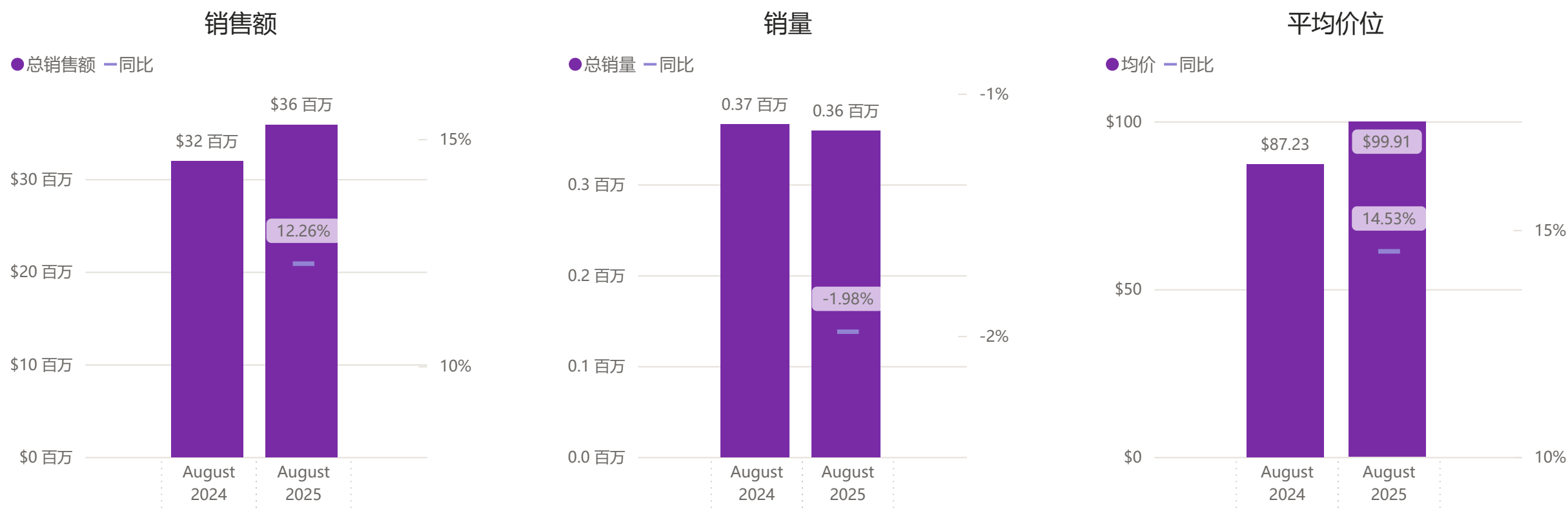
- 商品销售榜单
- 新品销售榜单

5、核心结论

6、关于我们：蔚云出海机构介绍

2025年8月行业销售额为\$35,881,304，同比增长12.3%。

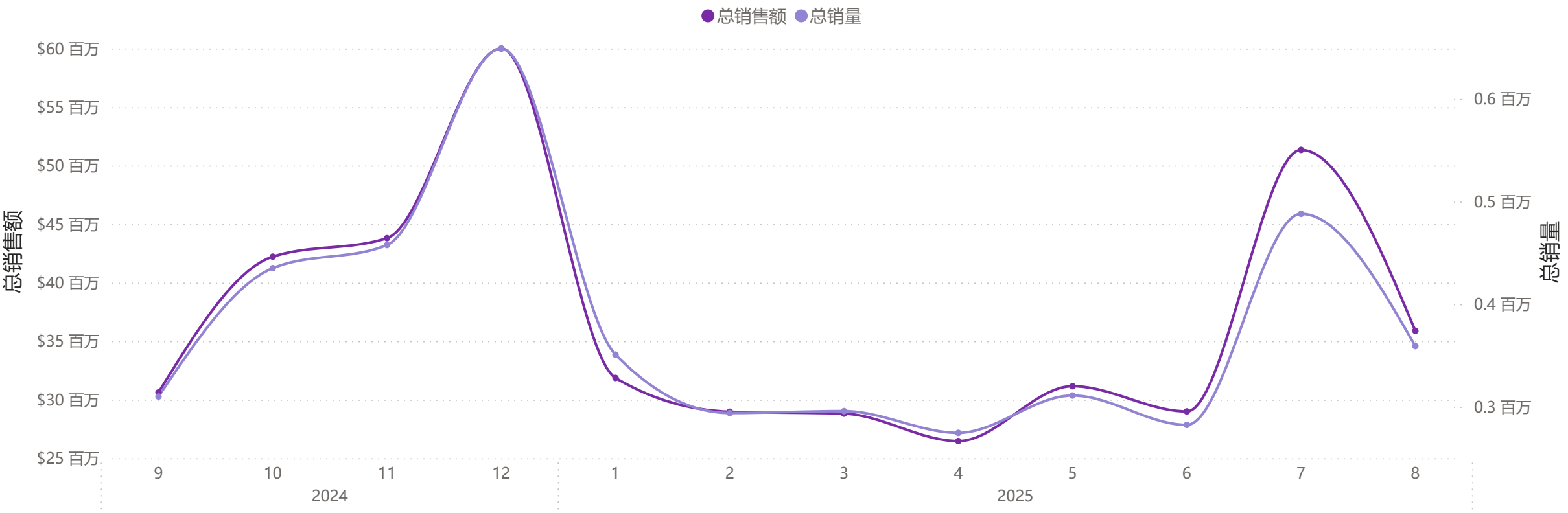
近两年8月份整体变化



统计周期: 2024年8月份和2025年8月份

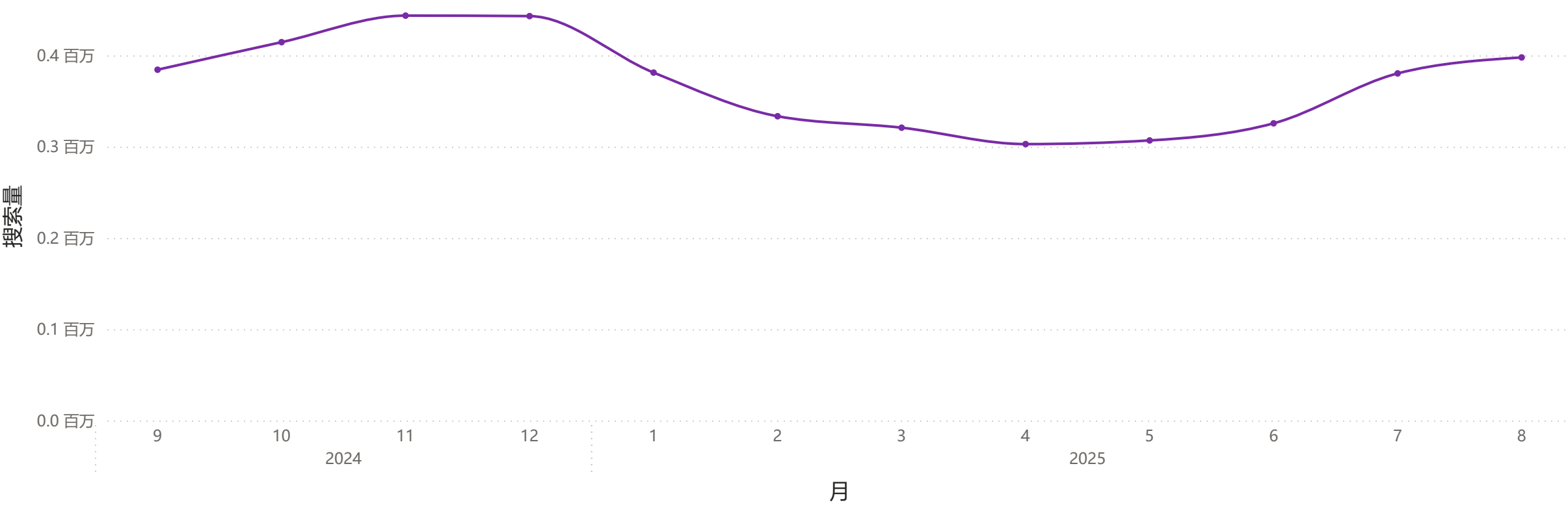
近一年行业销售额最大峰值在2024年12月，销售额达\$59,991,436。

近一年趋势-销售额VS销量



整体上看，2025年的搜索高峰聚焦在8月份。

近一年消费者搜索趋势

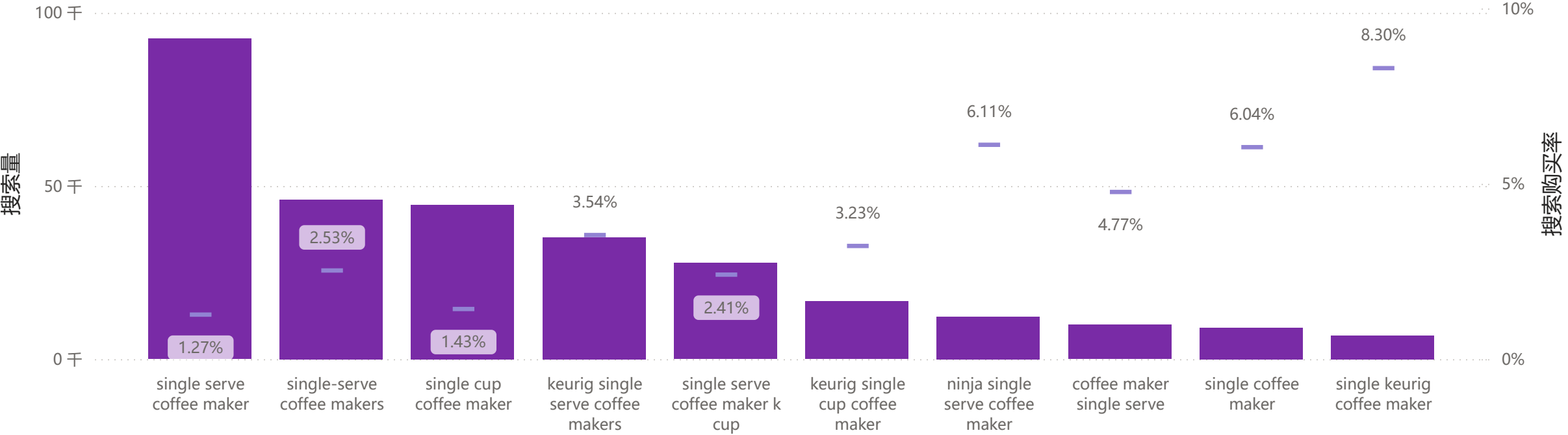


注：汇总行业TOP 50 相关词汇搜索量

single serve coffee maker关键词的搜索量最大，2025年8月搜索量达约92,546；single keurig coffee maker关键词的搜索购买率最高，达8.30%。

行业TOP10搜索词

● 总搜索量 — 搜索购买率

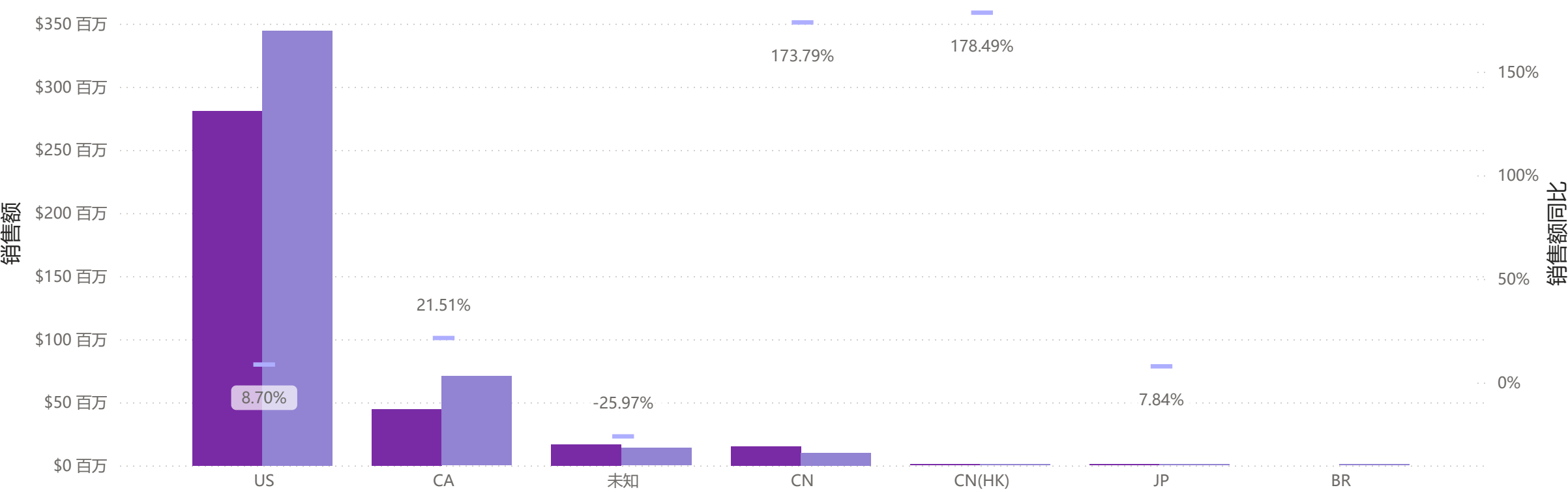


统计周期：2025年8月

2025年8月份从卖家所属的国家上看，US卖家的销售额最大，同比增长8.7%；其次为CA，同比增长21.5%。

在售商品_卖家所属地_销售额同比

● 2024 ● 2025 — 销售额同比



统计周期：2024年8月份和2025年8月份

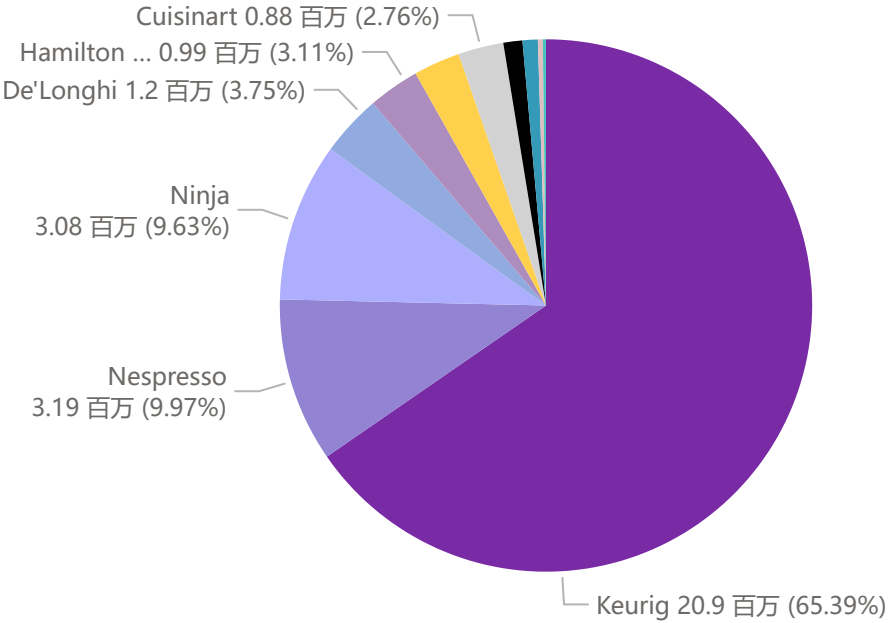
亚马逊平台竞争格局

品牌格局变化

2024年8月，TOP1品牌为Keurig，占65.39%，前三品牌占比77.40%；
2025年8月，TOP1品牌为Keurig，占58.09%，前三品牌占比81.83%。

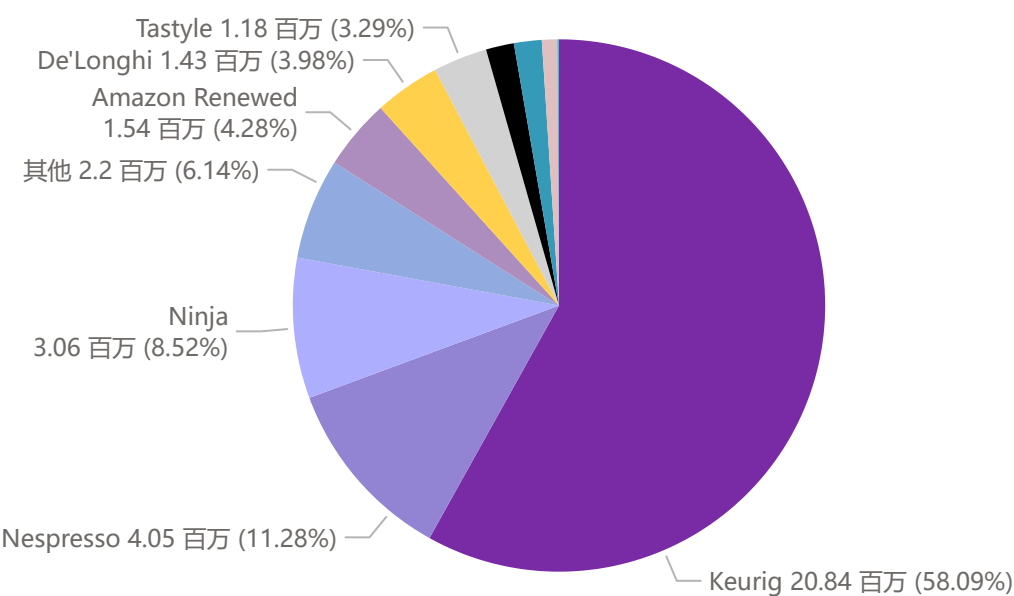
品牌格局（销售额）

2024年8月



品牌格局（销售额）

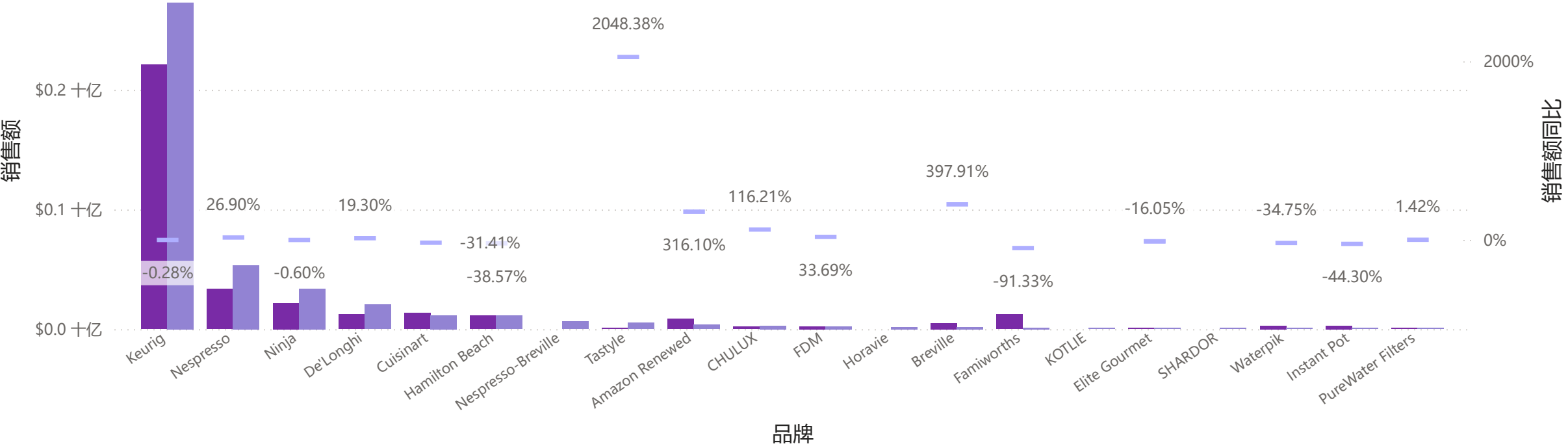
2025年8月



2025年8月销售额TOP1 Keurig，同比下跌-0.3%；TOP2 Nespresso，同比增长26.9%；TOP3 Ninja，同比下跌-0.6%；

销售额TOP20品牌

● 2024 ● 2025 — 销售额同比

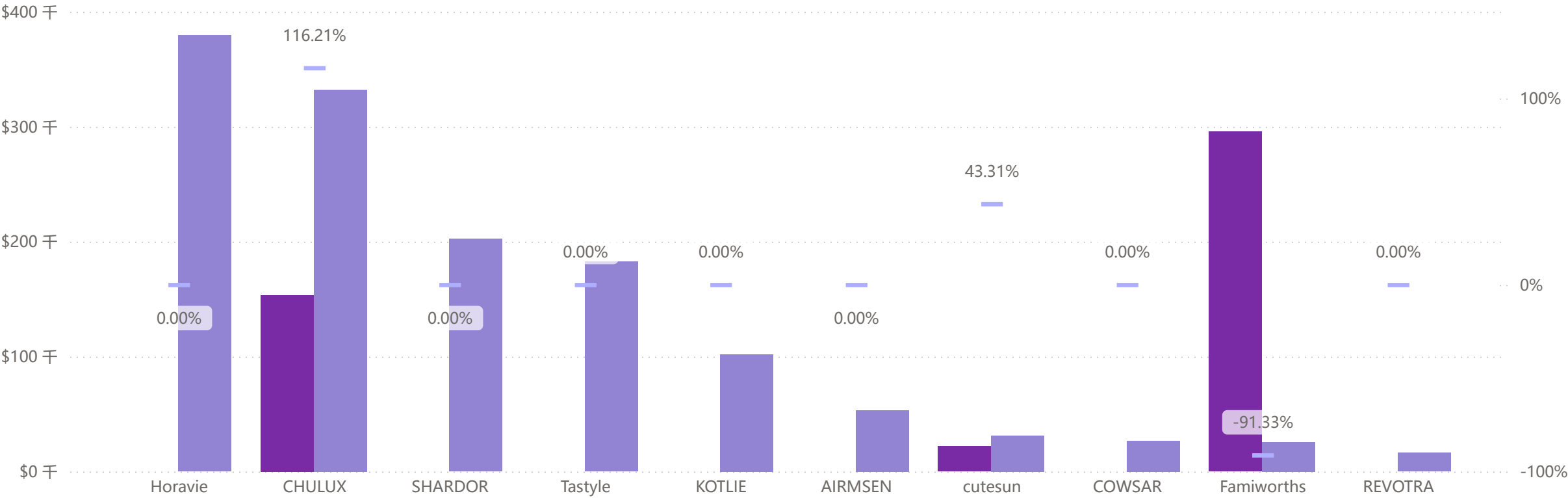


统计周期：2024年8月份和2025年8月份

2025年8月,卖家来自中国的品牌中，前三分别为：Horavie，CHULUX，和SHARDOR。

卖家所属地在中国（CN）TOP 10 品牌（销售额）

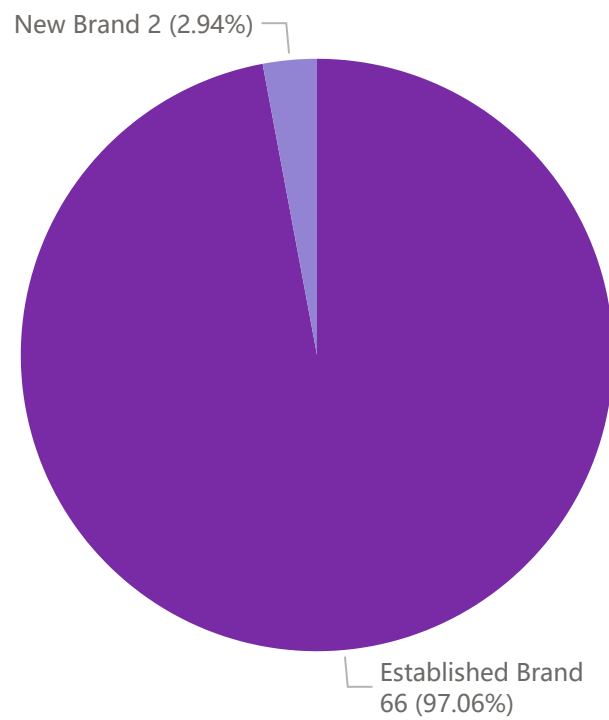
● 2024 ● 2025 — 同比



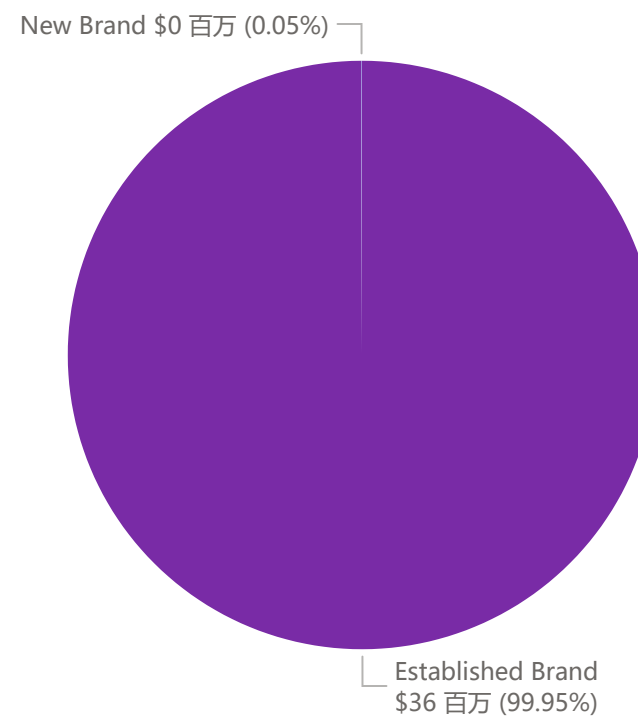
统计周期：2025年8月份

2025年8月新品牌2个，占品牌总数量2.94%，贡献0.05%销售额。

新品牌数量VS旧品牌数量



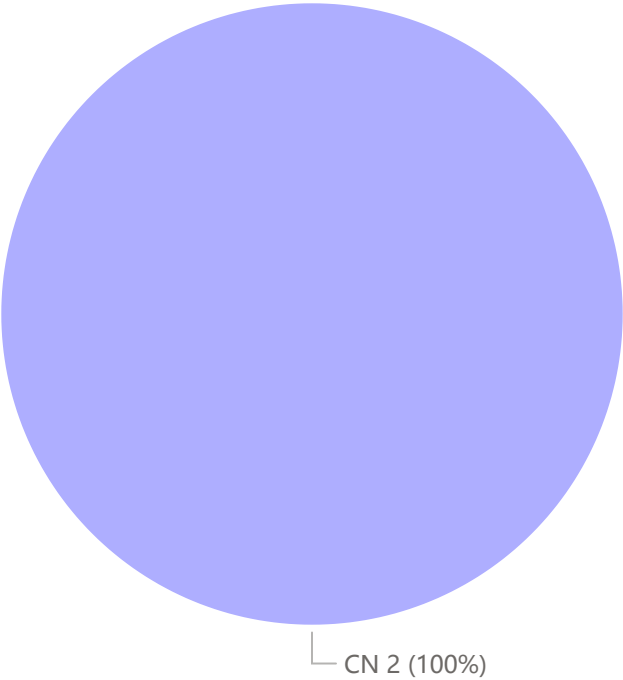
新品牌VS旧品牌销售额



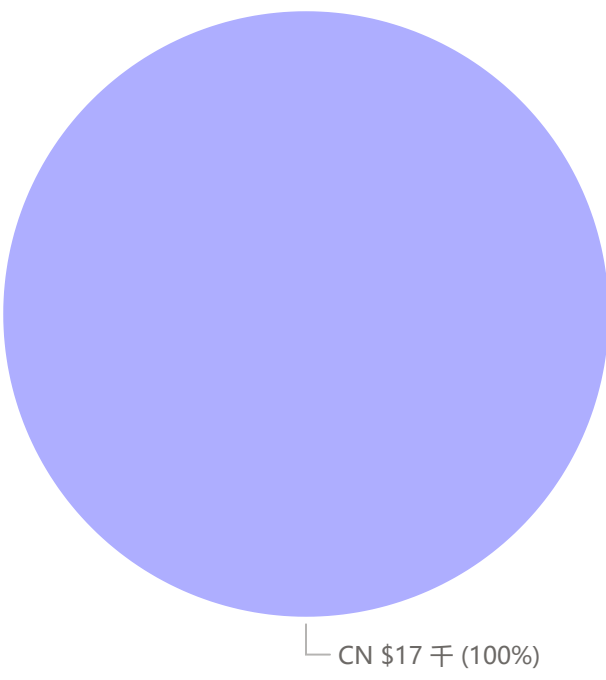
统计周期：2025年8月份，新品牌指在本月有销售且过去一年没有销售的品牌；

2025年8月的新品牌中,有100.00%来自CN, 2025年8月份在新品牌的销售额中占比100.00%。

新品牌地域分布（品牌数量）



新品牌地域分布（销售额）



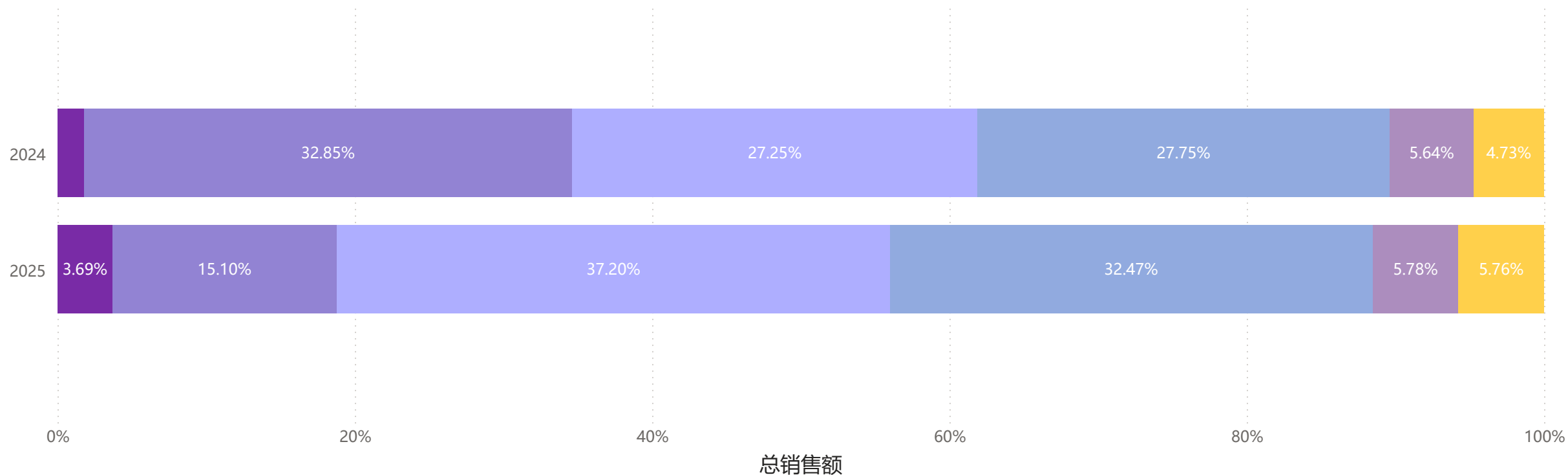
亚马逊平台价位段概况

市场价位格局

从销售额上看，2025年8月份(80,120]价位段占比最大，达37.20%。
份额减少最多的是(40,80]价位段，减少了-17.75个百分点。

价位段份额变化（总销售额）

区间 ● (0,40] ● (40,80] ● (80,120] ● (120,160] ● (160,200] ● 200以上



统计周期：2024年8月份和2025年8月份

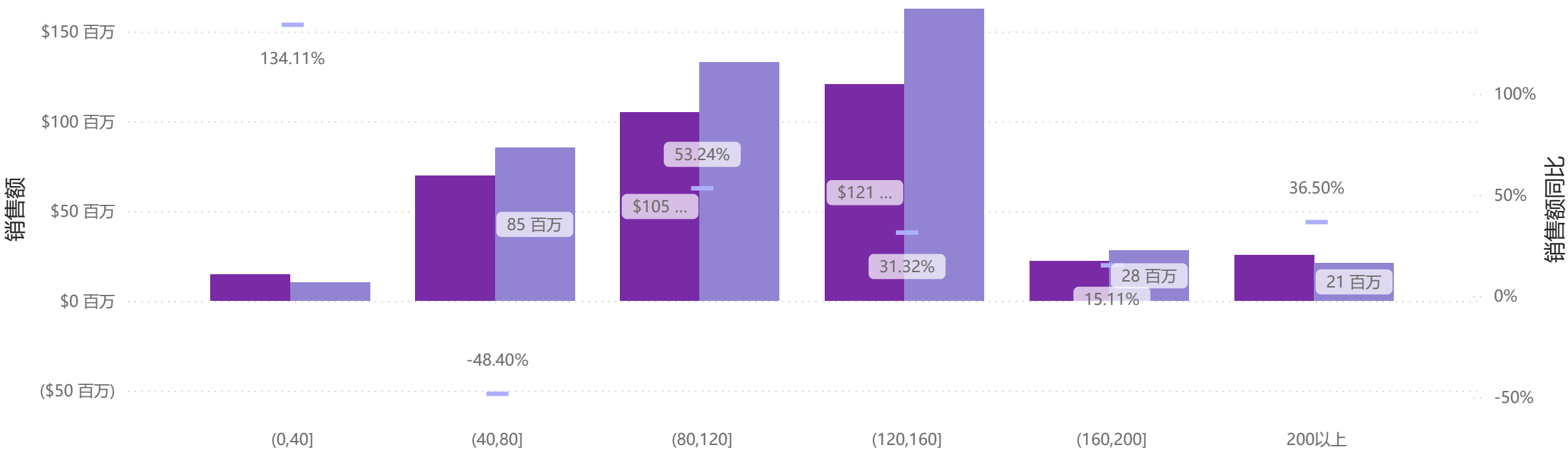
亚马逊平台价位段概况

市场价位趋势

2025年8月份(0,40]价位段销售额同比增幅最大，增长134.1%

价位段同比-销售额

2024 2025 销售额同比



统计周期: 2024年8月份和2025年8月份

亚马逊平台价位段概况

TOP10商品

TOP3商品分别来自品牌：[Keurig](#)

TOP 10 商品 (销售额)

ASIN	商品标题	品牌	上架时间	价格	总销售额
B0CWSKKD5D	Keurig K-Elite Single Serve K-Cup Pod Coffee Maker, with Strength and Temperature Control, Iced Coffee Capability, 8 to 12oz Brew Size, Programmable, Brushed Slate	Keurig	2/25/2018	144.19	\$2,827,504
B0CHYVYHV4	Keurig K-Classic Single Serve K-Cup Pod Coffee Maker, with 3 Brew Sizes, 48oz Removable Reservoir, Black	Keurig	12/1/2015	122.99	\$2,230,301
B0CHZV4KXZ	Keurig K-Express Single Serve K-Cup Pod Coffee Maker, 3 Brew Sizes, Strong Button Feature, 42oz Removable Reservoir, Black	Keurig	8/23/2021	89.99	\$2,198,838
B0D7NQ64H4	Keurig K-Mini Single Serve K-Cup Pod Coffee Maker, 6 to 12oz Brew size, with Cord Storage, Perfect for Small Spaces, Black	Keurig	8/19/2018	79.98	\$1,794,550
B0D8LXRHQ8	Keurig K-Duo Hot & Iced Single Serve & Carafe Coffee Maker, MultiStream Technology, 72oz Reservoir (Gen 2)	Keurig	8/19/2024	129.99	\$1,794,361
B0D7122S2W	Keurig K-Slim Single Serve K-Cup Pod Coffee Maker, Multistream Technology, 3 Brew Sizes, Slim and Sleek Design, 46oz Removable Reservoir, Black	Keurig	2/29/2020	87.46	\$1,654,503
B0CHYWMGWQ	Keurig K-Supreme Single Serve K-Cup Pod Coffee Maker, MultiStream Technology, 4 Brew Sizes, 66oz Dual-Position Removable Reservoir, Black	Keurig	8/22/2020	139.00	\$1,270,126
B0F7G2Z6XJ	Ninja Coffee Maker Single Serve Brew with Coffee Pods & Grounds Compatible with K-Cup Coffee Pods 4 Brew Styles, up to 24oz Cup Sizes & 56oz Removable Reservoir Black PB051	Ninja	5/30/2023	99.95	\$1,243,652
B0D7Q8PDFZ	Nespresso Vertuo Plus Deluxe Coffee and Espresso Maker by De'Longhi, Matte Black	De'Longhi	8/7/2018	139.99	\$1,232,052
B0FQPHCZXT	Nespresso Vertuo Pop+ Coffee and Espresso Maker by Breville with Milk Frother, Coconut White	Nespresso	5/19/2024	179.95	\$952,624

亚马逊平台价位段概况

TOP10新品

2025年8月TOP3新品分别来自品牌：Zordin, TWOMEOW

TOP 10 新品 (销售额)

ASIN	商品标题	品牌	上架时间	价格	总销售额
B0FPB9R8HP	Portable Espresso Machine for Hiking Smart Display, 20 bar Mini Travel Coffee maker, Espresso Coffee Machines with USB-C,3-in-1 Car Coffee Maker Self-Heating, Ground Coffee & Capsule(Ns&DG)	Zordin	7/9/2025	59.99	\$10,085
B0FF1NS5VL	K Cup Coffee Maker With Bold Setting, Single Serve Hot & Iced Coffee Maker for K-Cup and Grounds, 52oz Removable Water Tank, 6 to14oz Brew Sizes, Pod Coffee Machine With Reusable Filter, Gray	TWOMEOW	8/12/2025	54.99	\$6,793

统计周期：2025年8月份，新品指在本月有销售且过去一年没有销售的ASIN；

核心结论

1. 市场整体稳健增长，但呈现结构性变化

- **销售额同比增长12.3%**：2025年8月行业销售额达\$35,881,304，较2024年8月明显增长，反映市场整体扩张势头。
- **销量小幅下降，价格上升**：销量同比减少-1.98%，但平均价增长14.53%至\$99.91，表明市场从销量驱动转向价值驱动，存在消费升级趋势。
- **季节性峰值显著**：近一年销售额最高点在2024年12月（\$59,991,436），结合搜索趋势（2025年8月搜索高峰），显示季节性促销（如假日季）和营销活动对需求拉动作用强。

2. 竞争格局：Keurig主导但份额下滑，中国品牌崛起

- **Keurig仍为龙头但份额降低**：2025年8月，Keurig以销售额\$20.84百万占据58.09%的份额（同比下降0.3个百分点，2024年同期为65.39%），前三品牌集中度略升至81.83%。
- **品牌动态变化大**：Nespresso（TOP2）同比增长26.9%，表现强势；Ninja（TOP3）微跌-0.6%。
- **中国品牌增长迅猛**：中国卖家品牌如Horavie、CHULUX和SHARDOR在销售额榜单中居前，增幅显著（例如Horavie销售额同比暴增116.21%），反映出中国供应链优势及市场渗透力提升。
- **新品牌机会有限但潜力显现**：2025年8月仅新增2个品牌（均来自中国），占总数2.94%，贡献微小销售额(0.05%)，但表明低价段和创新产品（如便携式咖啡机）是入市切入点。

3. 价格段演变：低价带扩张成为主要趋势

- **高价段占比下滑**：2025年8月，(80,120]美元价位段为最大份额（销售额占比37.20%），但份额增幅较小；(40,80]美元段份额同比猛降-17.75个百分点，显示消费偏好转移。
- **低价段增长亮眼**：(0,40]美元价位段销售额同比激增134.1%，表明市场快速向高性价比产品倾斜。低价段新品（如2025年8月上架的Zordin和TWOMEOW品牌）销售良好（\$10,085和\$6,793），验证了该区间的需求潜力。
- **价格段战略意义**：数据显示，品牌需注重分阶定价（例如低价新品引流、高价品牌强化价值），以捕捉下沉市场机会。

4. 消费者与商品动态：搜索与购买效率提升

- **搜索趋势验证活力**：2025年8月为搜索高峰，"single serve coffee maker"是搜索量最大关键词（约92,546），"single keurig coffee maker"搜索购买率最高(8.30%)，表明关键词优化直接影响转化。
- **热卖商品高度依赖龙头品牌**：TOP10销售商品中，Keurig占据7席，如Keurig K-Elite（销售额\$2,827,504），新品则聚焦便携式低价产品（如Zordin旅行咖啡机）。
- **卖家地域分化**：美国卖家主导销售额（占比最大，同比增长8.7%），但中国卖家增长强劲（同比增长21.5%），显示中国品牌在供应链和价格优势下市场份额提升前景良好。

5. 市场启示与风险提示

- **增长动力**：市场进入健康扩张期，但需警惕需求波动（如销量下降）和竞争加剧（品牌垄断减弱、新品涌入）。
- **中国卖家机遇**：低价带（0-40美元）和创新细分（如便携咖啡机）是破局点，但需强化品牌本地化以应对头部品牌压力。
- **数据局限警告**：亚马逊平台数据存在算法估算偏差（如销量模型推值），需结合实时验证，避免直接依赖决策。

About Us
关于我们

市场情报

产品开发

品牌营销



中国出海企业商业咨询机构

蔚云出海是一家专注中国企业海外增长的战略咨询机构，提供市场情报、产品开发及品牌本地化服务，以“扎根式全球化”理念助力品牌在海外市场长期可持续增长。

知己知彼，方能百战不殆

内外三源数据融合，赋能企业把握海外市场

【海外市场研究+蔚云出海互联网AI数据库+企业自身数据】

知名海外市场研究
机构合作伙伴



主流海外
电商&社媒数据



部分市场情报案例

- 《2023-2028全球玻尿酸/透明质酸市场分析》
- 《2022-2024亚马逊咖啡机主流站点市场分析》
- 《2017-2024北美露营市场分析》
- 《2022中国智能投影仪社媒及电商销售监测》
- 《2024亚马逊咖啡机消费者评论分析》
- 《2024北美市场视黄醇及VC眼霜消费者分析》

1-宏观视角

宏观分析关注外部环境对市场的整体影响，核心是识别风险和机遇。主要工具为PESTEL模型
——用于全局预判

2-中观视角

中观分析聚焦行业本身的特征和竞争格局，行业规模+产业链结构+产品生命周期+市场集中度，五力模型。
——动态调整竞争策略

3-微观视角

微观分析聚焦企业自身与市场参与者的互动，常用3C模型（客户、竞争对手、企业自身）
——强调“知己知彼”

远行非掠夺
而是以种子的姿态落地
用时间浇灌信任
让每一寸生长都回应土地的呼吸
让繁荣成为共写的诗篇！

Replace the ship's edge with the form of a Seed.
Rooted deeply in foreign land,
Let growth be a silent whisper,
and fruit a promise of symbiosis.



真正的全球化
从理解一把泥土的温度开始



商业的终极形态
是让所有参与者成为更好的自己



蔚云出海



助力中国企业扎根海外