

云南咖啡豆产业发展报告 2023

蛰伏百年，民族咖啡豆崛起在望

2023

目录

前言	4
一、溯源：漂洋过海而来，孕育本土新品种	6
二、上游：市场价格冲破 10 年纪录，种植端不甘于“陪跑”	9
1. 规模：种植面积和产量占全国 98%，国内咖啡豆看云南	10
2. 竞争格局：地方各展所长，普洱成最大产区	14
3. 咖啡豆涨价潮来袭，价格话语权缺失成痛点	17
(1) 价格：期货价倍数增长，市场价冲破 10 年纪录	18
(2) 困境：产地缺乏定价权，精品化程度不高	20
三、中游：向下游渗透，电商打开流量之门	22
四、下游：咖啡赛道迎黄金发展期，品牌打响“抢豆大战”	27
1. 消费市场需求强劲，产业进入红利期	29
2. 咖啡品牌“抢豆大战”拉开序幕	34
3. 云南咖啡豆与下游市场的“双向奔赴”	40
(1) 云南咖啡豆或成咖啡品牌突围新利器	41
(2) 下游反向推动上游迭代升级	42
五、展望：需求增长，云南咖啡豆崛起在望	43
1. 抓住市场机遇，打造优质原料基地	45
2. 上下游合力提升精品化程度	45
3. 加强全产业链协同，探索定制化新模式	47
4. 塑造民族咖啡豆标签，强化云南的专属风味	48
结语	49

《云南咖啡豆产业发展报告 2023》建立在红餐大数据和公开信息基础上，分析了 2023 年云南咖啡豆产业的发展状况和趋势，结合相关数据从多个视角、多个维度对云南咖啡豆产业的发展，作出深度的解读与剖析。

研究方法

本次研究主要基于红餐大数据和公开信息进行数据分析，并结合深度访谈和桌面研究等方法。

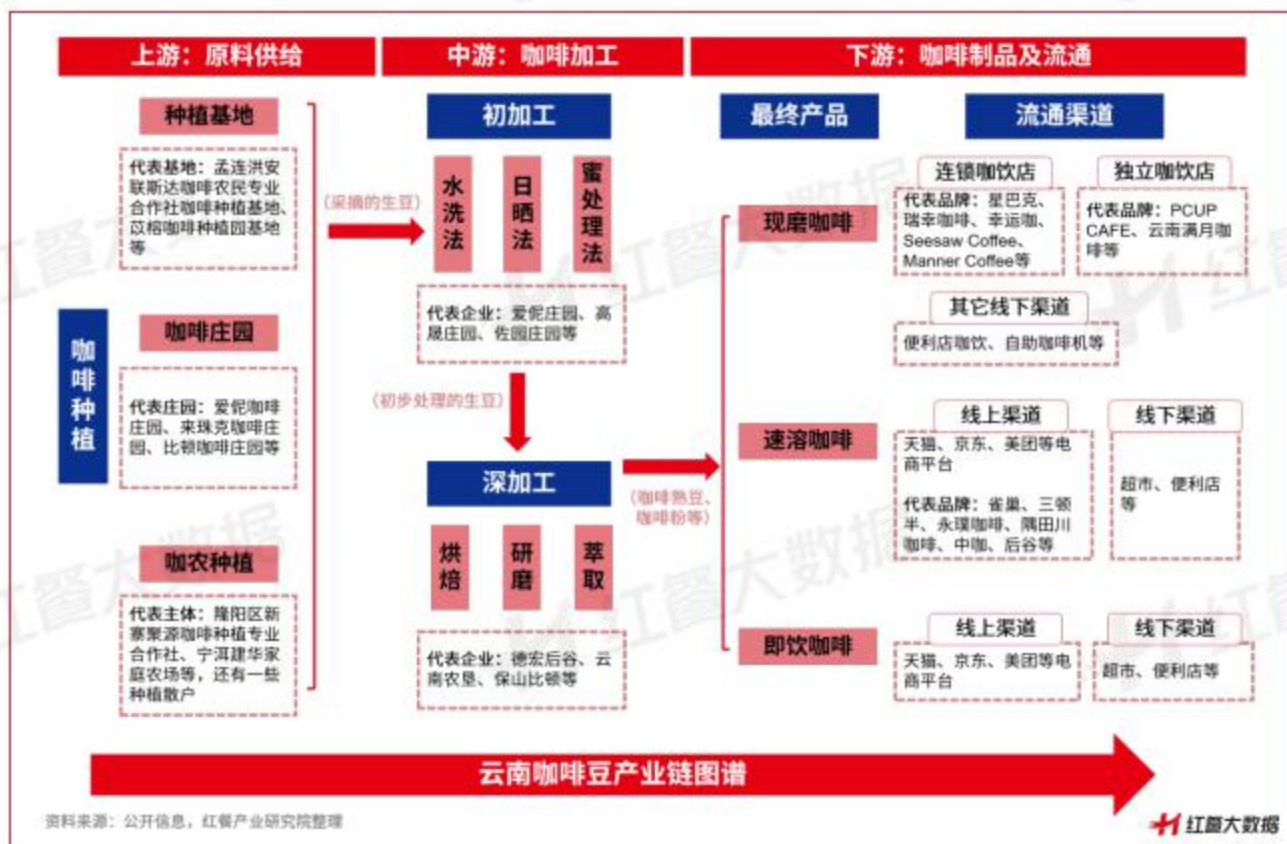
- 基于红餐大数据和公开信息，从产业链图谱、发展历程、政策法规、市场规模、竞争格局、价格走势、供需关系、品牌情况等多个维度剖析产业和品牌的发展概貌
- 线下走访产业链相关企业，深度访问专家与相关企业，了解产业基本情况与发展趋势
- 对企业财报、公开信息、媒体报道、产业报告等公开信息进行筛选、整理、提炼，从中分析出产品特性，呈现出完整的产业链生态图景

前言

近年来，随着我国消费者对咖啡的接受度不断提高，咖啡的消费需求被不断释放，我国咖啡市场迎来了高速发展期，也带动着以云南咖啡豆为代表的本土咖啡产业链的崛起。

得益于较好的种植气候，不断完善的种植技术及云南当地对咖啡豆产业的扶持力度的不断加大，云南成为了国内咖啡豆的最大产区，而云南咖啡豆在国内外的知名度和渗透率亦不断提高。

本报告将目光聚焦到国内咖啡豆的最大产区——云南，探寻一粒咖啡豆从“破芽”到“唇齿留香”的旅程，见证它在产业链中如何从种植区经由企业加工再流通到消费者的整个过程，揭开云南咖啡豆产业从寂寂无闻到被广泛应用的层层面纱。



01

第一章

溯源：漂洋过海而来，孕育本土新品种

在我国，咖啡是一种舶来品。20 世纪 80 年代，雀巢在中国内地市场推出速溶咖啡产品，内地消费者饮用咖啡的习惯开始被培养。而在这之前，云南本土早就开始咖啡豆的种植，至今已有上百年的历史。

云南种植咖啡豆拥有得天独厚的自然条件。咖啡树好暖喜湿，基于此生长特性，在全球北纬 25°~南纬 25°的热带和亚热带地区，已经形成了一条咖啡种植业的“咖啡带”。而中国的云南地区正处于这条咖啡带上。咖啡树属于短日照植物，其开花受气候，特别是雨量和气温的影响较大。云南省有着国内宝贵的“咖啡种植黄金带”，大部分种植地区的海拔在 1000~2000 米，气候温和湿润，年平均气温在 18°C~22°C 之间，相对湿度高，日照充足，为咖啡树生长提供了适宜的自然条件。



云南咖啡豆产业发展可以分为四个阶段：产业本土化阶段、大规模种植阶段、规范化种植阶段、精品化转型阶段。

第一阶段，19 世纪 80 年代—20 世纪 40 年代，属于云南咖啡产业本土化的开端。法国传教士在云南朱苦拉村种下第一棵咖啡树，打破了云南省咖啡种植的空白，也揭开了我国咖啡豆产业本土化历程的序幕。

第二阶段，20 世纪 50 年代—80 年代中，处于大规模种植阶段。为满足苏联的咖啡供应需求，云南开始大规模种植咖啡豆，云南农垦成为大规模种植的“带头人”，保山市潞江坝建成了我国第一个小粒种咖啡生产和出口基地。但是直到 80 年代中期，云南咖啡豆产业仍然处于萌芽阶段，产业链配套仍不完善。

第三阶段，20 世纪 80 年代末—2013 年，处于规范化种植阶段。这一时期的特点主要有三个：第一，改革开放带动国内咖啡市场发展，消费者对于咖啡的需求不断增长。第二，随着雀巢、星巴克等国外咖啡巨头采购云南咖啡豆，它们提供的国际标准和市场要求推动云南咖啡豆产业走向规范化种植。在该阶段中，云南咖啡豆主要以速溶咖啡的产品形态融入国际咖啡市场供给体系。第三，云南当地政府开始大力扶持咖啡豆产业的发展，本土咖啡豆品牌涌现，云南咖啡豆在国内咖啡豆产业中处于主导地位。

第四阶段，2014 年至今，处于精品化转型阶段。2014 年云南咖啡交易中心（后更名为“云南国际咖啡交易中心”）的成立是云南咖啡豆开始进行精品化转型的标志。云南当地政府愈加重视咖啡豆产业的高质量发展，推出了更多政策鼓励提高精品率、精深加工率等，云南省也采取了诸多的市场策略来推广精品咖啡。与此同时，逐步崛起的云南咖啡豆在国内外的知名度日益提高吸引了更多连锁咖饮品牌的布局。

总体来看，目前云南咖啡豆产业链已经相对完善，后续将朝着品质化、品牌化、产业升级等方向发展。

02

第二章

上游：市场价格冲破10年纪录，种植端不甘于“陪跑”

1. 规模：种植面积和产量占全国 98%，国内咖啡豆看云南

全球咖啡豆品种可分为三大原生种，即阿拉比卡（小粒种）、罗布斯塔（中粒种）和利比里卡（大粒种）。阿拉比卡还可细分为埃塞俄比亚原生种、铁皮卡、波旁、卡蒂姆、瑰夏等多个品种。云南省种植最广泛的咖啡豆品种是阿拉比卡，因此云南咖啡也被称为“小粒咖啡”。而在阿拉比卡的细分品种中，云南省则主要种植卡蒂姆、铁皮卡、波旁。

卡蒂姆由罗布斯塔衍生下的蒂姆品种咖啡树和阿拉比卡衍生下的卡杜拉品种咖啡树杂交而来。其优势是可以密集种植、抗病性强、价格低，因此在 20 世纪末在云南被推广种植，成为雀巢、星巴克等采购的主要品种，也是迄今为止云南省种植最广泛的咖啡豆品种。但卡蒂姆品质相对低，多用于制作速溶咖啡，其加工烘焙环节相对简单。云南咖啡豆因此被冠以廉价、快速生产、低品质等标签。

虽然品质相对高的铁皮卡最先被引入云南，但其抗病虫能力和产量都较低，因此没有被大范围种植。近年来，咖饮消费市场需求的持续增长促使一些庄园和基地开始种植铁皮卡品种，以提升高品质咖啡豆的供应能力。

2022 年，云南省农科院热经所成功孕育出咖啡豆新品种“云咖 RJS1 号”（铁皮卡后代）和“云咖 RJS2 号”（波旁后代），标志着云南本土培育的咖啡豆新品种问世。两个新品种杯测分值分别达到 86.25 分、86.75 分，创造了国产咖啡豆的最好成绩，也为云南咖啡产业良种更新换代和精品化发展奠定了良好基础。但本土咖啡豆新品种从育种成功到量产，最少需要 5 年的时间，消费端要真正感受到中国咖啡豆的味道尚待一些时间。

总体来看，云南咖啡豆的种植面积和产量均占据了全国总种植面积和产量的 98%

以上。2018—2022 年，云南咖啡豆种植面积呈现出了先增后减的走势，产量呈现区间波动的走势。



种植面积方面，2022 年云南咖啡豆种植面积达到了 127.3 万亩，同比减少了 8.6%，较近五年的最大种植面积（156.7 万亩）减少了 18.8%。2019—2020 年全球咖啡豆出现了供过于求的现象，咖啡豆国际期货价格持续走跌，云南咖啡生豆收购价也一路下行，运行于成本线之下，咖农被迫砍树改种来减少种植投入。2021—2022 年，受气候变化和地形环境影响，水土流失现象相对严峻，云南部分咖啡豆种植区域甚至已经不适宜种植咖啡豆。在此背景下，云南当地需要重点提升咖啡豆种植的可持续性。

产量方面，2022 年云南咖啡豆产量达到了 14.3 万吨，同比增加了 31.2%，较近五年的最高产量（14.5 万吨）减少了 1.4%。2020—2021 年产量连年下滑，主要受到价格低迷传导的种植面积减少、云南干旱天气等因素影响。而 2022 年产量基本恢复至 2019 年水平，虽然 2022 年的种植面积有所减少，但通过品种和种植环境改良等手段，云南提高了咖啡豆的单产量。

2023年云南咖啡豆种植主体名单（不完全统计）

种植基地		
城市	基地名称	备注
普洱市	孟连洪安联斯达咖啡农民专业合作社咖啡种植基地	州市级基地
	思茅北归南岛河村种植基地	州市级基地
	苡榕咖啡种植园基地	州市级基地
	爱伲咖啡庄园雨林咖啡种植基地	国内首创雨林咖啡种植模式
	高三林咖啡基地	为Manner Coffee、Seesaw Coffee等品牌供货
保山市	大红坡国际4C咖啡种植基地	高晟庄园经营
临沧市	幸福石佛山咖啡种植基地	“坚果+咖啡”种植模式
怒江州	六库镇赖茂村咖啡基地	怒江粒述咖啡经营
咖啡庄园		
城市	庄园名称	备注
普洱市	爱伲咖啡庄园	首批云南精品咖啡庄园
	天宇咖啡庄园	首批云南精品咖啡庄园
	来珠克咖啡庄园	首批云南精品咖啡庄园
	信岗茶咖庄园	运作咖啡合作社
	芒掌咖啡庄园	取得有机庄园认证
保山市	比顿咖啡庄园	首批云南精品咖啡庄园
	佐园咖啡庄园	首批云南精品咖啡庄园
	新寨咖啡庄园	首批云南精品咖啡庄园
	高晟咖啡庄园	首批云南精品咖啡庄园
	益嘉园咖啡庄园	首批云南精品咖啡庄园
	希音红龙庄园	采用厌氧发酵方式
怒江州	粒述咖啡庄园	首批云南精品咖啡庄园
临沧市	荣康达咖啡庄园	首批云南精品咖啡庄园
德宏州	后谷咖啡庄园	覆盖咖啡全产业链
西双版纳州	云澜咖啡庄园	种植精品咖啡
咖农种植		
城市	主体名称	备注
保山市	隆阳区新寨聚源咖啡种植专业合作社	国家级合作社
	隆阳区潞玺种植家庭农场	省级家庭农场
	昌宁县柯街镇胜和咖啡种植家庭农场	省级家庭农场
	赧丛咖啡种植专业合作社	拼多多出资
普洱市	孟连洪安联斯达咖啡农民专业合作社	省级合作社
	孟连富岩镇金山咖啡专业合作社	省级合作社
	宁洱县梅子镇枳河村咖啡种植农民专业合作社	省级合作社
	镇沅县河西源丰咖啡专业合作社	省级合作社
	宁洱建华家庭农场	省级家庭农场
	孟连天宇咖啡农民专业合作社	种植精品咖啡
	孟连阿奇和他的伙伴们咖啡农民专业合作社联合社	组建了云南精品咖啡社群
临沧市	镇康县隆玉咖啡专业合作社	省级合作社
德宏州	芒市鹰巢咖啡种植专业合作社	省级合作社

资料来源：公开信息，红餐产业研究院整理，数据统计时间截至2023年6月

红餐大数据

云南咖啡豆的种植主体分为三类：种植基地、咖啡庄园、咖农种植。三种主体不是独立存在，而是相互联系、相互渗透又适度竞争的关系。例如庄园和农民合作社也会设立自己的种植基地、咖农有私人种植区域的同时也为庄园工作等等。

种植基地可以是一个村、一个种植园，也可以是庄园或合作社承包的一片土地。总体来看，普洱市的咖啡豆种植基地较多，其中孟连洪安联斯达咖啡农民专业合作社咖啡种植基地、思茅北归南岛河村种植基地、苡榕咖啡种植园基地等属于州市级基地，爱伲咖啡庄园雨林咖啡种植基地、大红坡国际 4C 咖啡种植基地等较为知名。

云南的咖啡庄园最初从咖啡豆种植环节起步，如今开始探索全产业链发展模式，规模化程度较高，设有咖啡豆种植、生产加工、终端品鉴等环节，不少咖啡庄园已建成带有农业、文化、娱乐、消费等体验的综合性现代化庄园。

咖啡豆品种的更新及多样化有利于咖啡庄园筑造自身的核心竞争壁垒。因此，一些云南咖啡庄园倾向于种植精品咖啡豆，比如探索种植瑰夏、波旁、铁皮卡等高品质品种。

具备了品种、技术、人力、资本等优势的优质咖啡庄园可朝着公司化的方向运营，对于提高市场话语权和占有率有重要意义。2023 年云南省具备一定基础的咖啡庄园数量达到了 20 余家，在 2022 年云南省首批精品咖啡庄园名单中，保山市的庄园数量最多，其次是普洱市。

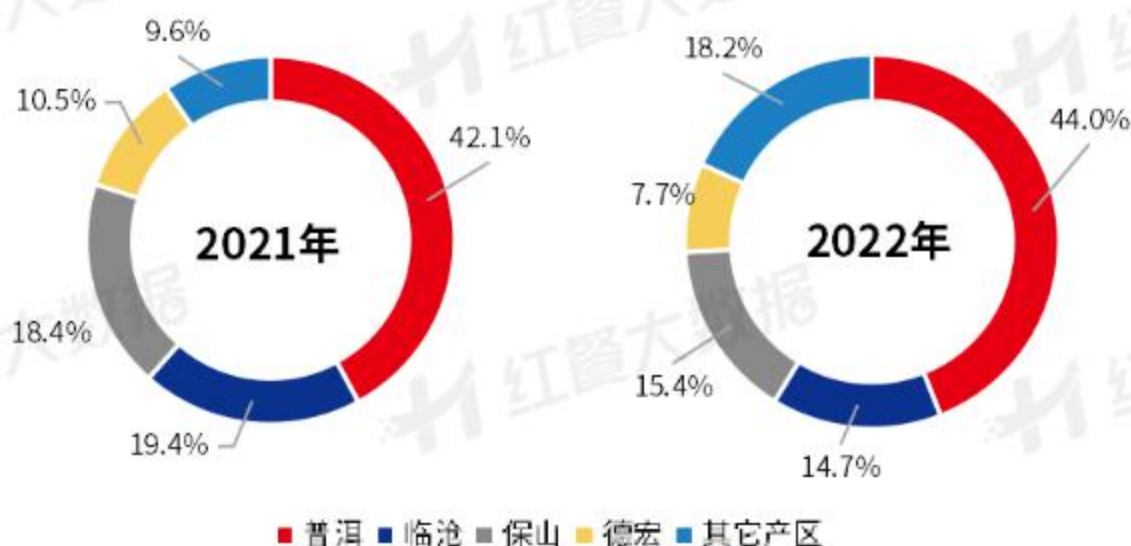
咖农种植分为合作社、家庭农场、散户种植等类型。合作社由当地咖农自发牵头，辐射多家农户，有利于高效带动片区村民的咖啡豆种植产业。保山市拥有国家级示范合作社 1 家，普洱市、临沧市、德宏州等也已形成多家省级示范合作社。家

庭农场种植规模相对较小，经营主体多为个人或家庭。保山市已有 2 户咖啡农场属于省级示范家庭农场。散户种植则主要为咖农的个人种植形式，规模化和标准化程度相对低，品质和产量不稳定。

2. 竞争格局：地方各展所长，普洱成最大产区

云南省的咖啡豆种植分布于 10 个产区，分别是普洱市、临沧市、保山市、德宏州、西双版纳州、文山州、怒江州、大理州、楚雄州、红河州；主产区有 6 个，分别是普洱市、保山市、临沧市、德宏州、西双版纳州、怒江州。2022 年，云南省的咖啡豆产量主要分布于普洱、临沧、保山、德宏和其他产区。

2021和2022年云南咖啡豆产量分布对比



资料来源：云南省农业农村厅，红餐产业研究院整理

红餐大数据

2022 年普洱市产量占比达到了 44.0%，同比提高了 1.9 个百分点。可见，普洱已经是全国种植面积最大、产量最高、品质最优的咖啡主产区和交易集散中心，

其中孟连县、思茅区是重要种植地。目前，普洱市咖啡豆产业处于原料加工阶段，全产业链布局仍需加强。

2022 年保山市产量占比达到了 15.4%，产量排名从前一年的第三升至第二。目前，保山已基本构建出了咖啡全链条生产加工体系，初步形成了咖啡庄园经济模式，拥有“中国咖啡第一村”新寨村、“保山小粒咖啡”地理标志保护产品等。

2022 年临沧市产量占比达到了 14.7%，同比减少了 4.7 个百分点。临沧的咖啡大规模种植起步晚，但是发展较快，2022 年的咖啡豆种植面积居全省第二，标准化程度相对高。

2022 年德宏州产量占比达到了 7.7%，同比减少了 2.8 个百分点。德宏是云南省较早进行咖啡豆种植的区域之一，被国家认定为“中国特色农产品优势区”。其大量生产精品小粒咖啡豆，拥有“德宏咖啡”地理标志证明商标。

2023年云南省的本土咖啡豆重点企业、品牌

国家级重点龙头企业			
城市	企业名称	成立时间 (年)	咖啡品牌
德宏州	德宏后谷咖啡有限公司	2007	后谷
普洱市	云南爱妮农牧(集团)有限公司	2005	爱妮庄园
省级重点龙头企业			
州市	企业名称	成立时间 (年)	咖啡品牌
保山市	保山市新泰咖啡有限公司	2006	新泰
	保山比顿咖啡有限公司	2012	比顿
	保山市中咖食品有限公司	2013	中咖、辛鹿、黑钻
	保山纯征咖啡产业开发有限公司	2012	白虎山
	保山市高老庄农副产品开发有限公司	2005	高晟庄园
	保山芙茵咖啡庄园有限公司	2015	芙茵庄园
	保山市隆阳区金路农副产品有限公司	2003	/
	云南云黎咖啡产业有限责任公司	2014	/
	保山市亚通咖啡商贸有限公司	2005	/
普洱市	保山市喝客咖啡有限公司	2015	/
	普洱爱妮庄园咖啡有限公司	2006	爱妮庄园
	普洱金树咖啡产业有限公司	2009	金树
	普洱漫崖咖啡实业有限公司	2010	漫崖
	普洱市金源咖啡有限公司	2005	/
	普洱墨关咖啡有限公司	2013	/
大理州	云南宏基咖啡产业有限公司	2009	/
	宾川高原有机农业开发有限公司	2010	朱苦拉
省“10大名品”			
城市	企业名称	成立时间 (年)	咖啡品牌
保山市	保山比顿咖啡有限公司	2012	比顿
	保山市中咖食品有限公司	2013	中咖、辛鹿、黑钻
昆明市	云南农垦咖啡有限公司	2017	云啡
省“绿色食品”			
城市	企业名称	成立时间 (年)	咖啡品牌
保山市	保山市新泰咖啡有限公司	2006	新泰
	保山比顿咖啡有限公司	2012	比顿
	保山市中咖食品有限公司	2013	中咖、辛鹿、黑钻
	保山纯征咖啡产业开发有限公司	2012	白虎山
	保山市高老庄农副产品开发有限公司	2005	高晟庄园
普洱市	普洱爱妮庄园咖啡有限公司	2006	爱妮庄园
	普洱金树咖啡产业有限公司	2009	金树
	普洱鑫丰农业开发有限公司	2014	奇象
昆明市	云南农垦咖啡有限公司	2017	云啡
	云南融创实业有限公司	2009	曼荷庄园
大理州	宾川高原有机农业开发有限公司	2010	朱苦拉
其它重点企业			
城市	企业名称	成立时间 (年)	咖啡品牌
保山市	保山云路咖啡产业开发有限责任公司	2003	云路
	云南景兰热作科技有限责任公司	2006	景兰
	保山市合美咖啡产业有限公司	2012	合美
	保山市十岸咖啡有限公司	2010	十岸
	保山市隆阳区佐园咖啡有限公司	2016	佐园庄园
普洱市	孟连曼宁咖啡有限责任公司	2013	曼宁、来珠克
	云南恩茅北归咖啡有限公司	1998	北归
	云南蓝珀咖啡有限公司	2011	蓝珀庄园
	普洱以格咖啡有限公司	2019	以格庄园
	孟连县娜允镇芒掌咖啡场	2006	芒掌庄园
德宏州	德宏黑柔咖啡有限公司	2015	黑柔
	德宏芸茶屋咖啡有限公司	2016	芸茶屋、军马山谷庄园
临沧市	临沧凌丰产业(集团)有限公司	1999	凌丰
	临沧祖古纳咖啡股份有限公司	2017	祖古纳
昆明市	云南中啡食品有限公司	2018	中啡
	云南德路咖啡有限公司	2018	曼老江
	云南肆只猫咖啡有限公司	2013	肆只猫
西双版纳州	西双版纳云澜咖啡有限责任公司	2006	云澜庄园
	西双版纳夏诺纳咖啡有限公司	2020	夏诺纳
怒江州	怒江粒述咖啡有限公司	2018	粒述庄园

红餐产业研究院统计发现，在云南省本土咖啡豆相关的 41 家重点企业中，涉及咖啡种植、加工、销售环节的企业占比分别超过了 90%、95%、92%，而成立于云南咖啡豆产业规范化种植时期（20 世纪 80 年代末—2013 年）、精品化转型时期（2014 年至今）的企业占比分别超过了 65%、34%。作为咖啡原料强省，云南省在规范化种植时期培育的企业占据了目前重点企业的六成以上。

具体来看，云南省已经培育出了德宏后谷咖啡有限公司、云南爱伲农牧（集团）有限公司 2 家国家级重点龙头企业，以及涵盖了保山市新寨咖啡有限公司、保山比顿咖啡有限公司、保山市中咖食品有限公司等在内的 17 家省级重点龙头企业，打造了后谷、爱伲、新寨、比顿、中咖、云啡、云潞等近 40 个云南本土咖啡品牌。这些品牌大多集咖啡豆种植、加工、销售为一体，产品为咖啡生豆、咖啡熟豆、咖啡粉、速溶咖啡等，重点依托线上渠道销往全国。例如后谷咖啡的产品有 AA 级特高海拔咖啡豆、精品速溶黑咖啡等；爱伲庄园的产品则包含有机精品咖啡豆、精品挂耳咖啡等。

此外，云南咖啡的标准化、品牌化程度正在稳步提升。比如云南咖啡先后获得了“保山小粒咖啡”“朱苦拉咖啡”“德宏小粒咖啡”“普洱咖啡”和“思茅咖啡”等 5 个地理标志保护产品。

3. 咖啡豆涨价潮来袭，价格话语权缺失成痛点

长期以来，云南咖啡豆价格依附国际期货价格体系，种植端的咖农并未分享到咖啡市场的太多利润。随着 2021 年咖啡豆期货价格和云南咖啡生豆市场价格双升，云南产区有望在价值链中提升存在感。

(1) 价格：期货价倍数增长，市场价冲破 10 年纪录

全球最重要的咖啡期货（在全球大宗商品市场中，咖啡指的是咖啡生豆）是美国洲际交易所（ICE）的 C 型咖啡（阿拉比卡咖啡）期货，其价格已成为全球阿拉比卡咖啡的基准价格。



2019—2023年6月，美国C型咖啡期货价格呈现低位徘徊后快速上升、回落后阶段性上涨的走势。价格区间在85~260美分/磅（折合人民币约12.8~36.4元/公斤），价格涨跌跨度大。2018/2019产季国际咖啡供应充足，巴西、哥伦比亚咖啡出口量增长而消费端增速平平，供大于求的局面造成期货价格在2019年处于冰点。2021/2022产季巴西等主产区受气候、虫害、物流等影响大幅减产，全球咖啡产量减少而需求量创历史新高，供应缺口超过300万袋，致使期货价格暴涨。

截至6月30日，2023年上半年美国C型咖啡期货价格波动走高后小幅滑落，虽然未能达到2022年的巅峰价格，但整体水平也处于140~210美分/磅（折合人民币约21.0~31.9元/公斤）的高位价格区间。巴西受冬季干燥天气影响，咖啡树状态受损，产量低于市场预期，咖啡豆供应的紧张态势仍在延续。

2019年10月—2023年3月主产区云南咖啡生豆市场均价

单位：元/公斤



资料来源：国家农业农村部农垦局，红餐产业研究院整理

红餐大数据

北半球产区的咖啡采摘季通常在每年的10月一次年的3月，云南产季也是如此。长期以来，云南咖啡豆的价格都是以纽约期货中心的咖啡豆期货价格为基准。2019年10月—2023年3月，云南咖啡豆历经4个产季，生豆市场价格呈现高速上涨后高位回落的走势。价格区间在10~35元/公斤，最低点出现在2019年10月的13.4元/公斤，最高点出现在2022年2月的32.7元/公斤。

2019年10月—2021年3月，云南咖啡豆市场价格连续两个产季低位徘徊。全球咖啡供过于求，受国际期货价格走低的影响，云南咖啡生豆的收购价格一路猛跌，当地经历了一场“砍树潮”，农民改种茶叶、玉米等经济作物以挽回损失。

从 2021 年 10 月开始，云南咖啡豆市场价格涨势迅猛。全球咖啡减产和需求激增的矛盾刺激了期货价格上行，北上广深等城市焙炒豆采购商纷纷来云南产区采购优质咖啡豆，云南咖啡豆市场价格创 2012 年以来的历史新高。2021 年品质较好的商业咖啡豆的销售价格在 23~25 元/公斤，2022 年则达到了 33~35 元/公斤，品质更好的则更贵。与此同时，随着国内咖饮市场的快速发展，众多的咖饮品牌对于上游咖啡豆的关注度更高，去到云南寻豆一时之间成为咖饮品牌不约而同的选择。

（2）困境：产地缺乏定价权，精品化程度不高

红餐产业研究院统计发现，虽然近年来云南咖啡豆价格在上涨，但仍低于进口咖啡豆价格，且出口价格与市场价格并未拉开差距。2018—2022 年，云南咖啡豆市场均价一直低于进口咖啡豆均价，当国内以 27 元/公斤以上（最高逼近 40 元/公斤）的平均价格进口国际豆时，云南咖啡豆的市场均价及出口均价一度处于 10~25 元/公斤的水平，最高时也难以触及 30 元/公斤。云南咖啡豆一直以与市场价格相当的价位出口，甚至在 2018、2019、2021 年出口价格还要低于国内市场价格。

2018—2022年进口咖啡豆与云南咖啡豆价格对比

单位：元/公斤



资料来源：国家农业农村部农垦局、国家海关总署，红餐产业研究院整理

红餐大数据

这种状况与云南咖啡豆的定价权有关。云南咖啡豆还没有形成自己的价格体系，云南小粒种（阿拉比卡咖啡）的大宗商品豆价格以纽约期货价格为参考进行定价。长期以来，雀巢、星巴克等国际巨头以低于纽约期货价 10~20 美分/磅收购云南咖啡豆。

云南咖啡豆价格话语权缺失主要受产量不足和精品率程度不高的影响。

一方面，虽然云南咖啡豆产量在国内总产量的占比达到 98% 以上，但其在国际咖啡豆供应体系中的占比并不高。据美国农业部数据，2022 年全球咖啡豆产量约 1.75 亿袋（折合 1050 万吨），云南产量占比不足 1.5%。由于产量相对低且不稳定，我国建立起更有利于咖农的中远期咖啡交易体系的难度较大。

另一方面，2022 年云南咖啡豆的精品率在 8% 左右，相较于全球咖啡豆 10% 的精品率，仍存在一定的差距。外资在云南引进耐病高产的卡蒂姆品种用以生产速溶咖啡，低质量的商业化路径使云南咖啡产业陷入了“种植管理粗放落后——品质差——经济效益低——无意优化种植管理”的恶性循环。在多年之前，云南咖

啡豆与精品豆似乎挨不上边。

为了改变这种局面，云南当地也在积极寻求自救。2021年云南省印发《云南省“十四五”打造世界一流“绿色食品牌”发展规划》，提出到2025年生豆产量稳定在15万吨以上。2022年云南省出台《关于推动咖啡精品率和精深加工率提升若干政策措施》，力争到2024年全省咖啡豆精品率达到30%、咖啡精深加工率达到80%。

03

第三章

中游：向下游渗透，电商打开流量之门

咖啡豆产业的中游主要为咖啡豆加工业，可分为初加工和深加工。

咖啡豆主要加工方法

分类	加工方法	简介
初加工	水洗法	将咖啡果实放在水中经过浸泡发酵，冲洗果胶，只保留羊皮纸和银皮；步骤是采摘→浮选→脱壳→发酵→冲洗→干燥
	日晒法	将咖啡果实晒干，去皮去果肉；步骤是采摘→浮选→干燥
	蜜处理法	去除果皮及部分果肉，干燥后去除余下的果肉及其它部分；步骤是采摘→浮选→脱壳→发酵→干燥
深加工	烘焙	将咖啡果实放在火上烘烤，直到咖啡生豆的色泽变成深褐色，释放出浓郁的咖啡香味；分为轻、中、深度烘焙等
	研磨	将烘焙后的咖啡豆粉碎，目的是增加咖啡与水的接触面积，使咖啡的萃取更加充分；分为粗研磨、中研磨与细研磨
	萃取	通过水从咖啡中提取出可溶于水的物质；分为浸泡式、滴滤式、增压式等

资料来源：公开信息，红餐产业研究院整理

红餐大数据

初加工是指从咖啡浆果到咖啡生豆的过程，主要有日晒、水洗、蜜处理三种方式，同时也衍生出半日晒和半水洗处理。云南咖啡豆产业的初加工环节目前还有一些较新的处理方式，例如红酒处理、厌氧处理等。从事咖啡种植的基地和庄园一般会在鲜果采摘后进行简单初加工，这个环节产生的咖啡生豆仍可作为原料产品进行交易。

深加工是指从咖啡生豆到咖啡制品的全过程，可再细分为原料豆的加工烘焙、针对消费市场的深加工。云南咖啡生豆根据下游食品工厂的需求进行加工、烘焙、研磨等可制作成咖啡粉、咖啡液、咖啡豆等产品，再作为原料供应给食品公司或咖饮店。针对消费市场的深加工环节则是在上一个生产链条基础上，对咖啡加工

豆做进一步深加工，为市场提供速溶咖啡、冻干咖啡粉、咖啡浓缩液、挂耳等终端消费品。

云南咖啡豆产业的咖啡生产、加工、流通供应网络相对完整，规模化的咖啡工厂主要聚集于苏、皖、浙、鲁等华东地区。云南本土的咖啡企业也在修炼加工环节的“内功”，以整合产业链资源，对接终端市场。

2023年云南省的咖啡豆加工环节重点企业情况

加工环节	企业名称	简介
初加工	云南爱伲农牧（集团）有限公司	·成立于2005年，位于普洱 ·拥有脱皮脱胶一体化咖啡初加工设备，品牌有爱伲咖啡庄园；产品有爱伲限量版曼中田咖啡、爱伲庄园烘焙豆、爱伲庄园拼配豆、爱伲庄园精品生豆等
	保山市高老庄农副产品开发有限公司	·成立于2005年，位于保山 ·品牌有“高晟精品咖啡庄园”，庄园集精品咖啡种植、加工、销售及休闲观光体验为一体
	保山市隆阳区佐园咖啡有限公司	·成立于2016年，位于保山 ·品牌有“佐园咖啡庄园”；7个种植基地拥有铁皮卡、波旁、S288、云咖1号、云咖2号甚至瑰夏等优质精品豆种；处理法技术成熟，倾向于日晒、水洗、蜜处理等传统处理和厌氧处理
深加工	云南农垦咖啡有限公司	·成立于2017年，位于昆明 ·拥有焙炒咖啡生产线、速溶咖啡生产线；“云啡”品牌四大产品系列：咖啡生豆、焙炒咖啡豆、焙炒咖啡粉和速溶咖啡
	德宏后谷咖啡有限公司	·成立于2007年，位于德宏 ·咖啡品牌有“后谷”；通过精深加工制成速溶咖啡粉、浓缩液和冷萃咖啡原料，供应到全国各地的咖啡企业或出口国外市场
	保山市中咖食品有限公司	·成立于2013年，位于保山 ·建成咖啡烘焙工厂，咖啡品牌有“中咖”、“辛鹿”、“黑钻”；产品包括咖啡生豆、咖啡焙炒豆、咖啡焙炒粉、挂耳咖啡、冷萃咖啡、纯速溶咖啡粉、三合一速溶咖啡粉等
	保山比顿咖啡有限公司	·成立于2012年，位于保山 ·设有鲜果初加工和生豆精深加工生产线各一条，咖啡品牌有“比顿”、“百花岭”、“粒度”、“斐咖”、“天栗”等
	云南景兰热作科技有限责任公司	·成立于2006年，位于保山 ·咖啡品牌有“景兰”；主要生产咖啡速溶粉、咖啡豆、三合一速溶粉咖啡、咖啡焙炒豆

资料来源：公开信息，红餐产业研究院整理，数据统计时间截至2023年6月

红餐大数据

云南咖啡豆产业的中游主要参与者为小型作坊、烘焙厂和品牌厂商等。当前，云南省正在积极提高咖啡中游相关企业的加工能力。

例如，普洱市全力打造咖啡种植、研发、加工、销售、仓储等全产业链，加快普洱咖啡精深加工建设。位于普洱市思茅区的云南精品咖啡加工园区定位为亚洲第一个专业的咖啡全产业链加工园区，2022 年 2 个咖啡生豆仓储仓库已经建成投入使用。保山市已基本构建起了咖啡全链条生产加工体系，保山中咖公司成为全国咖啡类电商示范企业，保山市隆阳区成为全国焙炒咖啡销量最大的县区。

原料优势叠加电商渗透，使得云南成长出了既具有种植能力又具有烘焙加工能力的本土企业。

从事初加工的企业一般都具备咖啡种植能力，不少企业还孵化出了自己的庄园，咖啡鲜果采摘后会在自有工厂进行初步加工。代表企业有爱伢集团、高老庄农副产品、佐园咖啡等。一部分从事深加工的企业也具备初加工能力，有的企业还建设了烘焙工厂，培育出了咖啡豆及速溶咖啡品牌。代表企业有云南农垦、德宏后谷、保山中咖等。

近年来，随着国内咖啡消费需求日益强劲，位于云南咖啡产业的上中游企业得以直接面向下游开拓业务，缩短了流通过程，有助于促进产品销量增长和产业升级。例如保山市有 30 余家咖啡电商企业，众多云南咖啡品牌布局全渠道的同时主攻电商销售渠道，拓宽了企业销售量、销售面。比如，保山中咖公司的“中咖”品牌将电商体系做到较为完善，旗下新品牌“辛鹿”在 2022 年淘系“618”活动中首次跻身咖啡销售榜前十。德宏州推动咖啡等特色产业与跨境电子商务融合发展，拓展产品境外营销渠道。普洱市的爱伢集团 2020 年将电商渠道运营中心和咖啡发货仓转到杭州，在天猫、京东等电商平台发力，一年时间销售额翻了三番。

总体来看，云南咖啡豆产业的中游加工与上游原料联系紧密，中游与下游的交互也在加强。随着云南的咖啡产业形成了良性的商业循环，参与者也自然能够在产业链中享受到更多收益。

不过，在中游环节，云南当地企业还需要继续提升精深加工能力。目前，缺乏具有主导权的龙头企业引领发展，而小规模、碎片化、家庭化的种植模式使得咖啡豆的采摘和处理方式标准化程度较低，加工制作未形成统一标准，导致当前云南咖啡豆精深加工率仅有 30% 左右。因此，提高精深加工技术、实现标准化加工制作将是云南本土咖啡企业努力的方向之一。

04

第四章

下游：咖啡赛道迎黄金发展期，品牌打响“抢豆大战”

1. 消费市场需求强劲，产业进入红利期

近年来，我国咖啡消费需求强劲，带动了咖饮以及零售咖啡消费市场的蓬勃发展。据红餐大数据，2022 年我国咖饮市场规模达到了 752 亿元，同比增长 23.7%，是 2022 年中少数能够维持较高增长态势的餐饮品类之一。



高速增长的咖啡赛道吸引了诸多创业者进入。据企查查数据，2022 年我国咖啡相关的新增企业注册量达到 1.77 万家，同比上涨 12.9%；2023 年上半年新增企业注册量达到 1.9 万家，同比增长 109.0%。

在此背景下，我国对于咖啡豆的消费需求亦较旺盛。据美国农业部数据，2018—2022 年我国咖啡豆消费量呈现出了连年增长的走势，2022 年达到了 28.8 万吨，同比增长了 14.3%，较 2018 年增长 50%。

2018—2022年云南咖啡豆销售情况



资料来源：国家海关总署、云南省农业农村厅，红餐产业研究院整理

红餐大数据

红餐产业研究院统计发现，云南咖啡豆的整体销售情况表现为：从出口为主转向满足内需为主。2022年，云南咖啡豆产量的79.5%被用于供给国内，该数据较2018年提高了30.1个百分点。云南咖啡豆供应国内部分的数量和占比均有所提升，反映出我国咖啡消费市场的需求颇为强劲。

2018—2022年全国咖啡豆供需情况



资料来源：公开信息，红餐产业研究院整理

红餐大数据

红餐产业研究院统计发现，国内咖啡豆的整体供需情况表现为：其一，云南咖啡豆在供给端占据主流。近五年云南咖啡豆产量都大于进口咖啡豆的量。其二，国内咖啡豆消费需求的日益增长带动供应量波动提升。2021 年国内对咖啡豆的需求量增长保持较高水平，同年进口咖啡豆供给量同比提高了 73.2%，到 2022 年云南咖啡豆产量也同比提高了 31.2%。

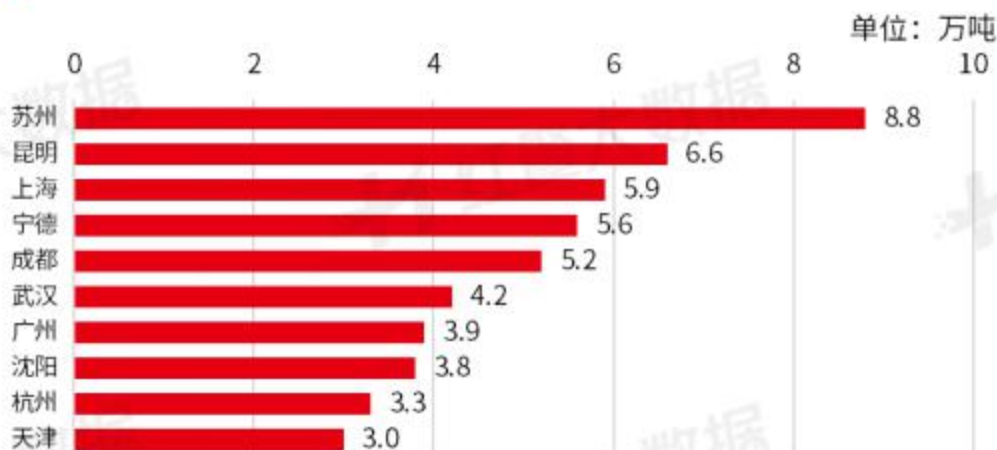
满帮集团“运满满”（国内最大的数字货运平台）数据，2022/2023 产季云南咖啡豆往外运输量达到了 13 万吨。

该平台内收录的国内咖啡运输数据显示，在 2022 年 4 月—2023 年 4 月期间，从运输线路看，“普洱—昆明”是热度最高的咖啡运输路线，“青岛—成都”“青岛—沈阳”次之。昆明是云南咖啡豆出口和内销的中转站，承担着产地原料运输的重任。以山东为代表的华东地区是我国咖啡加工企业集聚分布区域，从海外进口的咖啡豆往往要经青岛到烟台加工后才能运往各大消费城市。

从发货量看，普洱、苏州、上海成为国内咖啡豆发货量前三的城市，发货量分别为 12.8 万吨、10.8 万吨、10.3 万吨。普洱是云南咖啡豆的重点产区，发货量已接近云南省全年产量。苏州咖啡加工产业正在崛起，其中昆山市集聚咖啡全产业链，在深加工领域具有超过 100 家咖啡产业链核心企业的资源优势。

从收货量看，苏州、昆明、上海成为国内咖啡豆收货量前三的城市，收货量分别为 8.8 万吨、6.6 万吨、5.9 万吨。据 2022 年美团数据，上海是国内咖啡馆最多的城市，收货量较多与当地消费市场大有关。收货量第四的宁德作为咖啡产业国民新品牌首个烘焙基地，吞吐量逐步上升。

2022年4月—2023年4月全国咖啡豆收货量前十的城市



资料来源：满帮集团，红餐产业研究院整理

红餐大数据

云南咖啡豆产业的下游产品形态主要分为现磨咖啡、速溶咖啡、即饮咖啡，速溶咖啡中还出现了挂耳咖啡、冻干咖啡、胶囊咖啡等新形态。其中现磨咖啡的应用场景主要在线下咖饮门店，据弗若斯特沙利文数据，2022年现磨咖啡占全国咖啡市场总量的约75%，预计2027年将超过84%；速溶咖啡和即饮咖啡的应用场景则主要在零售端。

2023年云南咖啡豆产品主要形态及代表品牌

形态	品牌类型	代表品牌
现磨咖啡	国际知名	连锁：星巴克、肯德基K COFFEE、蓝瓶咖啡
	云南本土	连锁：四叶咖
		独立：PCUP CAFE、云南满月咖啡、juan'er卷耳咖啡、All-titude 1891
	其它本土	连锁：瑞幸咖啡、Manner Coffee、Seesaw Coffee、M Stand、NOWWA 挪瓦咖啡、幸运咖、库迪咖啡、SEngine 鹰集咖啡、本来不该有、代数学家咖啡、邮局咖啡 独立：Dehome咖啡馆、梦想舍
速溶咖啡	国际知名	雀巢、UCC、LAVAZZA 拉瓦萨咖啡
	云南本土	后谷咖啡、爱妮咖啡、比顿咖啡、中咖、漫崖咖啡、云啡、云露、景兰咖啡、中啡、肆只猫、病罐咖啡、花田萃
	其它本土	三顿半、永璞咖啡、隅田川咖啡、感CAFÉ、柯林咖啡、AOKKA、京东京造、南国咖啡、金猫咖啡
即饮咖啡	国际知名	雀巢
	云南本土	后谷咖啡、四叶咖、蝶泉、欧亚
	其它本土	娃哈哈

资料来源：公开信息，红餐产业研究院整理，数据统计时间截至2023年6月

红餐大数据

在现磨咖啡即咖饮赛道中，采用云南咖啡豆的国际品牌有星巴克、肯德基 K COFFEE、蓝瓶咖啡等，国内连锁品牌则有瑞幸咖啡、Manner Coffee、Seesaw Coffee、M Stand、NOWWA 挪瓦咖啡、幸运咖等，而云南咖饮品牌如四叶咖、云南满月咖啡等也开始冒头。不过，相比众多的连锁咖饮品牌，云南本土品牌在咖饮赛道中的规模和知名度都尚待提高。

在速溶咖啡赛道中，采用云南咖啡豆的国际品牌有雀巢、UCC、LAVAZZA 拉瓦萨咖啡等，国内连锁品牌则有三顿半、永璞咖啡、隅田川咖啡等，云南亦崛起了后谷咖啡、爱伲咖啡、比顿咖啡、中咖等速溶咖啡品牌。近年来，云南本土速溶咖啡品牌已经在电商平台中创造出了不错的销售成绩。

即饮咖啡主要分为罐装咖啡和瓶装咖啡两个细分品类，具有高度便携性和饮用节奏可掌控性。即饮咖啡中采用云南咖啡豆的国际品牌有雀巢等，而云南本地推出了即饮咖啡产品的咖啡品牌则有后谷咖啡、蝶泉、欧亚等。目前，在即饮咖啡品牌中，强调云南产地的即饮咖啡产品较少。

云南咖啡豆被充分挖掘，并逐步出现在消费者的视野中，迎来了发展的“黄金时代”，是云南本地产业努力谋求发展机遇与咖啡品牌抓住云南产业优势共同作用下的结果。

向内看，云南当地政府扶持咖啡产业发展，产业升级推动本土咖啡豆精品率提升。此前云南咖啡豆被打上了“低端”的标签，云南只是被看作外资品牌的咖啡豆原料供应地，较难在咖啡产业链中获取较高利润。为提升云南咖啡豆的精品率，一方面，《云南省农业现代化三年行动方案（2022—2024 年）》《关于推动咖啡精品率和精深加工率提升若干政策措施》等政策相继出台，对良种推广、绿色种植、环保初加工、标准化精深加工、品牌培育等方面出台了一系列扶持政策，云

南咖啡豆产业迎来政策窗口期。另一方面，致力于培育精品咖啡豆。风味和品质上乘的咖啡豆能够脱离期货价格限制，用溢价对抗上游种植环节的低毛利。有着更活跃的思维和市场意识的年轻庄园主认识到精品咖啡豆的价值，和当地咖农一起改善种植、采摘、处理法，尝试种植瑰夏、萨奇姆等新品种咖啡，并优化技术和管理水平，使得云南精品豆得以孕育而出。

向外看，全球咖啡豆供应链的迟滞与运输成本的提高抬升了咖啡豆国际期货价格，为了降低采购成本，近年来，更多的咖啡品牌寻豆师、对接人来到云南寻找好豆，品牌也纷纷推出了云南咖啡系列产品。无论是国际巨头还是本土咖啡新势力，云南咖啡豆均成为了必争之地，星巴克、雀巢、瑞幸咖啡、Manner Coffee、Seesaw Coffee、M Stand 等纷纷推出多款云南咖啡豆产品，喜茶、蜜雪冰城、茶颜悦色等茶饮品牌也在云南当地派驻了寻豆师。

2. 咖啡品牌“抢豆大战”拉开序幕

从知名咖啡品牌在云南采购咖啡豆的情况来看，品牌与云南咖啡豆产区的合作在不断加深。

部分咖啡品牌采购云南咖啡豆情况

品牌	采购情况
星巴克	近几年每年采购量0.75万~0.8万吨 2022年收购合格率提高至80%，2012-2022年累计采购5.6万吨，其中最高品质的甄选豆99吨
蓝瓶咖啡	2022年首次采购云南精品豆
雀巢	近几年每年采购量0.8万~1.0万吨 2022年小农户供应商占比超75%，2022/2023产季采购量大幅下滑
瑞幸咖啡	2020/2021产季精品豆采购量0.1万吨，占品牌生豆采购总量10%不到；2022年4月采购保山普洱咖啡豆0.1万吨
Manner Coffee	2022/2023产季采购量预计超过0.1万吨，占品牌生豆采购总量30%以上
Seesaw Coffee	采取颠覆传统的定价模式：承诺购买与溢价采购；佐园庄园是Seesaw云南豆采购量的TOP1
NOWWA 挪瓦咖啡	2022年云南咖啡豆种植基地落地，要求所有门店都要采用自有咖啡豆
幸运咖	近几年每年采购量接近1万吨 第一家在云南实行保底价收购咖啡豆的公司

资料来源：公开信息，红餐产业研究院整理

红餐大数据

总体来看，咖啡品牌的咖啡豆收购策略可分为三种：设站收购、委托中间商、与大农庄展开合作。有些品牌会多种兼用，又各有侧重。

设站收购的品牌有星巴克、雀巢、Manner Coffee 等。星巴克于 2012 年在云南普洱成立亚太区首个咖啡种植者支持中心；雀巢于 1988 年设立采购站，1891 年就开始向咖农收购咖啡豆；Manner Coffee 于 2019 年在普洱孟连设立收购站，是最早设立收购站的国内咖饮品牌之一，其咖啡加工环节则通过实验中心+合作代工的模式完成。

委托中间商的咖啡品牌则有瑞幸咖啡、蓝瓶咖啡等。瑞幸咖啡从收购生豆到加工整个过程，都通过合作模式完成。如瑞幸咖啡的咖啡师研发产品后发出咖啡豆需求，云南 Torch 咖啡等合作商向当地咖农收购生豆，经过加工后再向瑞幸咖啡交付订单。

与大农庄展开合作的咖啡品牌有 Seesaw Coffee 等。Seesaw Coffee 于 2014 年提出了“云南十年计划”，帮助咖农树立精品豆意识，采取溢价并承诺购买的形式为合作庄园降低风险，在这样的合作模式下不断提升其收购的咖啡豆品质。此外，也有一些咖啡品牌采用组合收购策略，比如幸运咖既设站采购，又与庄园联社展开合作。

采购数据方面，目前大部分咖啡品牌在云南的咖啡豆采购量不算太高。比如雀巢每年采购量在 0.8 万~1 万吨左右，采购规模居咖啡品牌首列。但是，相关数据表明，在 2022/2023 最新产季，雀巢的云南咖啡豆采购量大幅下滑。同时，星巴克每年的云南咖啡豆采购量在 0.75 万~0.8 万吨之间，但精品豆的采购占比较少。蜜雪冰城旗下的幸运咖在 2023 年宣布全国门店和成熟的自有全供应链体系将选用云南咖啡豆，相关数据显示，其近些年每年的采购量接近万吨。

2022年咖啡品牌推出云南咖啡新品时间线（不完全统计）

	2022年1月	2022年2月	2022年3月	2022年4月	2022年5月	2022年6月	2022年7月	2022年8月	2022年9月	2022年10月	2022年11月	2022年12月
星巴克									蓝沙美式、暮石 糖荔枝蓝沙美式	星巴克臻选天字 农场水洗咖啡豆、 日晒咖啡豆		
雀巢				云南限定速溶黑 咖啡、招牌美式 特浓咖啡								
肯悦基 K COFFEE							云南日晒冷萃咖 啡系列					
品致咖啡			云南普洱单产地 咖啡豆									
LAVAZZA 拉瓦萨咖啡												云南限定阿拉比 卡咖啡豆、云南 好特来了拿铁
瑞幸咖啡				云南普洱挂耳咖 啡		SOE云南普洱咖 啡						
Manner Coffee								限定SOE红糖山 楂咖啡	限定SOE云南全 红果灰白咖啡	限定SOE云南特 级日晒咖啡、限 定SOE红油日晒 咖啡、冷萃咖啡 液	限定SOE云南沃 氧日晒咖啡	限定SOE百香果 红油日晒咖啡
Seesaw Coffee					长颈鹿A火烈鸟冻 干粉混合装、长 颈鹿咖啡冻干粉			玫瑰甜茶SOE系 列：咖啡豆+玫 瑰咖啡、云南瑰 夏宝藏豆		长颈鹿胶囊咖啡		
NOWWA 挪瓦咖啡		厚乳拿铁、狂仔 特浓风味拿铁、 轻乳拿铁										
四叶咖				大理青梅冷萃		罐装滴滤气泡 美式			八角鲜萃冷萃	冠军庄园系列： 咖啡豆+玫瑰咖 啡	生椰拿铁系列	
三顿半									联名限定：love Coffee 联名超 级咖啡	联名限定： PROJECT 8+超 级咖啡		
永璞咖啡				云南限定咖啡威 武挂耳咖啡	SOE云南黑地黑 咖啡内享咖啡液	冷萃咖啡冻干 云南精品小方盒 系列挂耳咖啡						
造CAFE												
梅鹿咖啡		晶萃超即溶咖啡										

资料来源：公开信息，红餐产业研究院整理

红餐大数据

2023年上半年咖啡品牌推出云南咖啡新品时间线（不完全统计）

	2023年1月	2023年2月	2023年3月	2023年4月	2023年5月	2023年6月
雀巢	合作款款云南限定速溶 咖啡瓶装					
LAVAZZA 拉瓦萨咖啡	云南鲜奶拿铁、云南美 式					
瑞幸咖啡					SOE云南小柑橘系列、 椰青冰萃美式	葡萄冰萃美式
Manner Coffee	限定SOE草莓焦糖沃氧 日晒咖啡、限定SOE红 糖蔓越莓日晒咖啡	节日限定生巧拿铁、 限定SOE奶油山核桃咖 啡、限定SOE太妃黄油 日晒	限定SOE红糖杏仁咖啡 、限定SOE枫糖白巧咖 啡	限定SOE黄油威化咖啡	限定SOE伯爵白巧咖啡	限定SOE黄油棒果咖啡 、淡黄油Dirty、黄油啤 酒Dirty
Seesaw Coffee					氮气冷萃限定	
NOWWA 挪瓦咖啡		生椰半熟芝士拿铁				
库迪咖啡				联名：艺术精品系列现 磨挂耳咖啡		
四叶咖	桂花拿铁		浪漫樱花拿铁	四叶咖中国风IIAC国际 金奖咖啡豆	荔枝山楂冷萃系列	开心果云顶生椰拿铁、 开心果云顶椰青冷萃
永璞咖啡			春日序特调咖啡		自然系列冻干咖啡粉、 自然系列挂耳咖啡包	联名：冷萃咖啡冰杯

资料来源：公开信息，红餐产业研究院整理

红餐大数据

红餐产业研究院统计，2022—2023 年上半年，推出云南咖啡豆产品的咖啡品牌数量较上一年半有所增加，而咖啡品牌采用云南咖啡豆的新品上线频次也在加快。

一方面，一些咖啡品牌开始布局云南咖啡赛道。奈雪的茶投资的嗨罐咖啡于 2022 年 1 月成立，以云南精品咖啡豆产品为切口，2022 年 2 月即开始推出新产品。主打云南咖啡豆的四叶咖，在 2022—2023 年上半年，几乎每个月都会推出相关的云南咖啡新品，运用云南咖啡豆、云南鲜花、云南鲜果、云南茶的多种结合实现本土创新。

另一方面，咖啡品牌不断推出云南咖啡相关的产品，形态涵盖咖啡熟豆、现磨咖啡、速溶咖啡、即饮咖啡等。

随着 2022 年两款云南咖啡豆入选星巴克臻选，截至 2023 年 6 月，星巴克已在中国推出了 10 款精品级臻选云南咖啡豆。雀巢在 2022 年 4 月推出了招牌美式即饮咖啡，此款即饮咖啡使用的咖啡豆为云南阿拉比卡咖啡豆。瑞幸咖啡于 2022 年 6 月和 2023 年 5 月均有推出云南 SOE 系列。雀巢公司持股的蓝瓶咖啡于 2022 年 3 月首次在中国内地推出云南单产地咖啡豆，这也是其首次从中国采购精品咖啡生豆。LAVAZZA 拉瓦萨咖啡于 2022 年 12 月推出云南限定阿拉比卡咖啡豆，这是其第一款国内产区豆，并在 2022 年 12 月和 2023 年 1 月推出了云南现磨咖啡产品。永璞咖啡亦上线了云南限定咖啡威武包、自然系列冻干咖啡粉等速溶咖啡产品，强调咖啡豆的云南产地属性。

2022—2023年上半年咖啡品牌推出云南咖啡新品特点（不完全统计）

咖饮品牌			
品牌	新品类别	单价 (元/杯)	特点
星巴克	美式咖啡	27~33	卡蒂姆品种；流沙美式，加入番石榴、荔枝
肯德基K COFFEE	冷萃咖啡	14~21	加入青梅、菠萝
LAVAZZA 拉瓦萨咖啡	拿铁	25~39	限定特调，加入柿子、牛奶
	美式	28~31	浓缩萃取云南咖啡豆，辅以杏仁调和
瑞幸咖啡	拿铁	32	卡蒂姆品种，精品SOE；加入香草冰淇淋
	美式	29	卡蒂姆品种，精品SOE；果香味
	澳瑞白	35	卡蒂姆品种，精品SOE；加入纯牛奶
	Dirty	32~35	卡蒂姆品种，精品SOE；加入厚牛乳、生椰
	冰萃美式	32~35	精品SOE；加入椰青、葡萄
Manner Coffee	拿铁	20~25	卡蒂姆品种，限定SOE；红糖、山楂、红酒、百香果、草莓、焦糖、蔓越莓、奶油、核桃、黄油、杏仁、白巧、威化、榛果等风味
	美式	20	卡蒂姆品种，限定SOE；红糖、山楂、红酒、百香果、草莓、焦糖、蔓越莓、奶油、核桃、黄油、杏仁、白巧、威化、榛果等风味
	Dirty	20	卡蒂姆品种，限定SOE；黄油、榛果、啤酒等风味
Seesaw Coffee	美式	58	户外分享装，随行袋+冷杯+冰块
	Dirty	32	加入玫瑰红花
	冷萃咖啡	53	夏季限定，云南瑰夏SOE；加入食品级氮气
NOWWA 挪瓦咖啡	拿铁	27	使用金奖咖啡豆；加入牛奶、生椰、芝士
四叶咖	美式	20	卡蒂姆品种；白葡萄、荔枝、甜瓜等风味
	拿铁	19~25	部分含卡蒂姆品种、金奖咖啡豆；白葡萄、荔枝、甜瓜等风味；加入滇式生酪、玫瑰、桂花、乌龙茶、樱花、生椰乳、开心果奶盖
	冷萃咖啡	16~25	加入青梅、八角、凤梨汁、橙汁、柠檬、百香果、菠萝、荔枝、山楂、椰青、开心果奶盖
速溶咖啡品牌			
品牌	新品类别	价格	特点
雀巢	速溶咖啡粉	16.8元/14.4g	云南限定，果香，部分0糖0脂
三顿半	超即溶咖啡粉	/	小罐装联名款，线下快闪店另有特调咖饮
永璞咖啡	挂耳咖啡	29.9元/6包 194元/20包	·含云南限定威武包，5种口味 ·含自然系列，黑巧克力、奶油风味
	咖啡液	59元/7颗 59元/10条	·含SOE云南高地闪萃黑咖啡产品，坚果焦糖香气 ·含冷萃咖啡液，0糖0脂，香醇浓郁
	冻干咖啡粉	68元/18条	厄尔多瓜咖啡豆为基底，云南咖啡豆为辅，太妃糖、烤红薯风味
嗨罐咖啡	超即溶咖啡粉	48元/9颗 49元/9颗	·含晶萃原味咖啡，冷萃咖啡、咖啡拿铁、生椰拿铁三种口味，内含桌游玩具 ·含小弹头冷萃咖啡，可可豆、热带水果、玫瑰花三种风味，可冲泡成美式、拿铁、生椰拿铁三种口味，0植脂末

资料来源：公开信息，红餐产业研究院整理

红餐大数据

具体来看，咖饮品牌推出的云南咖啡新品具有以下特点：以美式、拿铁、Dirty、冷萃咖啡等类别为主，单杯价位集中在 20~40 元的价格区间，多加入水果、乳类、鲜花以调和口味。速溶咖啡品牌推出的云南咖啡新品具有以下特点：以速溶咖啡粉、挂耳咖啡、冻干咖啡粉等类别为主，价位集中在 15~70 元/件的价格区间，其中传统速溶咖啡粉的单价偏低，超即溶咖啡粉、冻干咖啡粉的价位偏高，整体强调限定、便携等特征。

2022—2023年上半年全国咖啡品牌融资情况（仅统计使用云南豆的品牌）

品牌名称	披露时间	融资轮次	融资金额	投资方
瑞幸咖啡	2022.1	战略融资	超4亿美元	大钲资本、IDG资本、Ares SSG Capital Management
Seesaw Coffee	2022.2	A++轮	数亿元	黑蚁资本、基石资本
花田萃	2022.4	天使轮	数百万美元	青山资本
少数派咖啡	2022.6	战略融资	未披露	喜茶
熊爪咖啡	2022.7	天使轮	未披露	未披露
啡之家	2022.9	天使轮	未披露	启程基金
AOKKA	2022.9	战略融资	未披露	奈雪的茶
巡咖	2022.10	天使轮	未披露	未披露
AoTiger 虎闻咖啡	2023.2	天使轮	未披露	梅花创投
雷力咖啡RELEE COFFEE	2023.2	A轮	3,000万元	昕晟基金
嗨罐咖啡	2023.3	天使轮	未披露	初芽创投
四叶咖	2023.3	天使轮	数千万元	内向基金、天图投资
隅田川咖啡	2023.3	C轮	数亿元	沂景资本、建德国控、不二资本、启明创投
布鲁熊咖啡	2023.3	天使轮	未披露	艺领基金
花田萃	2023.5	Pre-A轮	未披露	合享创投
M Stand	2023.6	B+轮	数亿元	小红书

资料来源：红餐大数据

红餐大数据

据红餐产业研究院数据，在 2022—2023 年上半年咖啡品牌融资事件中，使用过云南咖啡豆的品牌融资事件有 16 起，占比超过这一年半中总融资事件数的三分之一。

2023 年咖啡赛道的“云南身影”层出不穷，但对于诸多咖啡品牌来说，云南咖啡豆仍处于“市场测试阶段”。

其一，云南咖啡豆在品牌生豆采购量中所占的比例不大。例如尽管瑞幸咖啡近年来对云南咖啡豆的采购越来越大，但其长期以来还是选用来自埃塞俄比亚、巴西、危地马拉、哥伦比亚四大产地的阿拉比卡豆作为当季生豆。2022 年，瑞幸咖啡在埃塞俄比亚采购了 1.7 万吨生豆，并签订后续三年在巴西采购总量约 4.5 万吨咖啡豆的采购计划，而 2021/2022 产季在重点产区普洱市采购咖啡豆只有 0.05 万吨。Manner Coffee 的云南咖啡豆采购量在咖啡豆总采购量中的占比超过三成。Manner Coffee 自 2015 年开始使用云南咖啡豆，在 2022/2023 产季预计其采购量为 0.1 万吨。虽然其已将云南咖啡豆放在供应链的重要位置上，但云南咖啡豆的采购量相对进口咖啡豆来说仍然偏少。

其二，云南咖啡系列多以特调、限定的形式出现，在菜单上处于“试水”阶段。例如 LAVAZZA 拉瓦萨咖啡的咖啡豆、雀巢的速溶黑咖啡、Seesaw Coffee 的冷萃等产品都带有“云南限定”前缀，瑞幸咖啡的 SOE 云南小柑橘系列、Manner Coffee 的黄油榛果咖啡、NOWWA 挪瓦咖啡的生椰半熟芝士拿铁、永璞的春日序特调咖啡等产品则是将云南咖啡豆作为基底，加入其他元素制作成特调咖啡。

在已经推出的云南咖啡豆相关咖啡产品中，虽然云南咖啡豆本身的醇香和风味未被咖啡品牌过多宣传，但是这也代表着一个较好的开端，后续云南咖啡在国内咖啡品牌中的使用率或将得到进一步提升。不过，云南咖啡豆距离真正成为产品质量和风味的代名词、真正被市场关注并大规模使用，还有一段较长的路要走。

3. 云南咖啡豆与下游市场的“双向奔赴”

云南咖啡豆具备直接连接生产端和消费端的优势，国内增长的咖啡消费市场为云南咖啡豆提供了广阔的发展空间，云南咖啡豆与下游消费市场之间已经形成了相互影响、相互促进的关系。

(1) 云南咖啡豆或成咖啡品牌突围新利器

云南咖啡豆对下游市场的影响主要体现在三个方面：咖啡品牌通过采购云南咖啡豆减少成本、提高供应链稳定性，消费者对云南咖啡产品的评价将影响咖啡品牌形象。

第一，咖啡品牌能够通过采购云南咖啡豆减少成本。大部分咖饮或者精品速溶咖啡品牌会将熟咖啡豆拼配，以此呈现丰富口感。由于云南咖啡豆价格相较非洲和美洲等地的进口咖啡豆有价格优势，因此有云南咖啡豆加入的拼配组合方式中，整体成本会得到有效降低。在单一产地咖啡豆模式下，云南咖啡豆也能够提供性价比更高的产品。例如在 Seesaw Coffee 京东旗舰店中，一罐同等容量的云南瑰夏咖啡豆价格是危地马拉瑰夏咖啡豆价格的三分之二不到。

第二，咖啡品牌能够通过采购云南咖啡豆提高供应链稳定性。云南咖啡豆具备运输、流通方面的本土优势，以昆明为中转站将生豆运往各地烘焙商、以电商平台为依托将咖啡熟豆和速溶咖啡等产品销往全国各地，能够减少国际突发事件、物流时效、关税等方面的限制，由此提高供应链的可控性和稳定性。

第三，消费者基于民族自信心和品牌认知选购云南咖啡产品，其品质将直接影响到品牌形象。在民族情怀和自信心的加持下，消费者愿意尝试西式咖啡中的本土风味；在咖啡品牌上线云南咖啡产品时，消费者会基于对品牌的认知尝试云南咖啡新品。在此过程中，消费者对于咖啡产品品质的喜恶将剑指品牌本身。例如 Manner Coffee 推出的黄油系列咖饮，在小红书上的评价有“他家的 Dirty 都很好喝”“感恩品牌出了一波新品 dirty，一口喝下去很惊艳”等等。云南品牌“辛鹿”的庄园原豆咖啡豆产品，在其天猫旗舰店的评价有“之前有喝辛鹿的挂耳产品，这款豆子品质挺稳定”“从最普通的意夏升级到这款，相信辛鹿的品质”等等。

(2) 下游反向推动上游迭代升级

下游市场对云南咖啡豆的影响主要体现在两个方面：国内咖啡市场的扩容加速了云南咖啡豆资源聚集与产业升级，消费市场的需求和反馈又传导至上游，倒逼咖啡上游进行升级迭代。

第一，国内咖啡需求增长，促使云南咖啡豆产业的上中游进行资源重组和链条优化。

随着咖啡豆的种植、加工、消费等更多的信息向云南产地聚集，使得云南咖啡产地相关企业的技术、运营、标准化等能力得以提升。规模化、标准化的种植也给具备大型种植、加工能力的企业和庄园提供了发展机遇。

例如 Manner Coffee、幸运咖等咖啡品牌向农庄联社收购生豆，上游的生产资源得到有效聚集，品牌的收购标准也倒逼上游企业提高供应质量和深加工能力。随着一些企业的精深加工能力不断提升，云南在摆脱单一原料产地的路上迈出了步伐。例如为提高咖啡豆产业链各环节价值，云南各地政府致力于提升精深加工率，中游加工企业落地云南，迎来发展机会。

第二，下游市场的需求和消费者的反馈，可传导至上中游，倒逼供应企业进行咖啡豆的升级迭代。

比如消费者对云南咖啡产品有着不错的尝鲜劲，但对于其口味褒贬不一。例如瑞幸咖啡的 SOE 云南小柑橘系列，在小红书平台上的评价有“不苦不酸”“Dirty 有层次感”“整体风味不明亮”“品不出柑橘味、焦糖味”“作为美式是合格的，但作为 SOE 不够惊艳”等等。永璞咖啡的云南限定武威包挂耳咖啡，在天猫和

京东平台上的评价有“多种咖啡一次性尝鲜”“很苦，口感一般”“还没泡，气味很难闻”。

针对这些消费者的反馈，除了咖啡品牌可以对产品进行改良之外，云南咖啡的上中游企业亦可作出一些技术或者加工工艺的改良，以更好地满足消费者的需求。

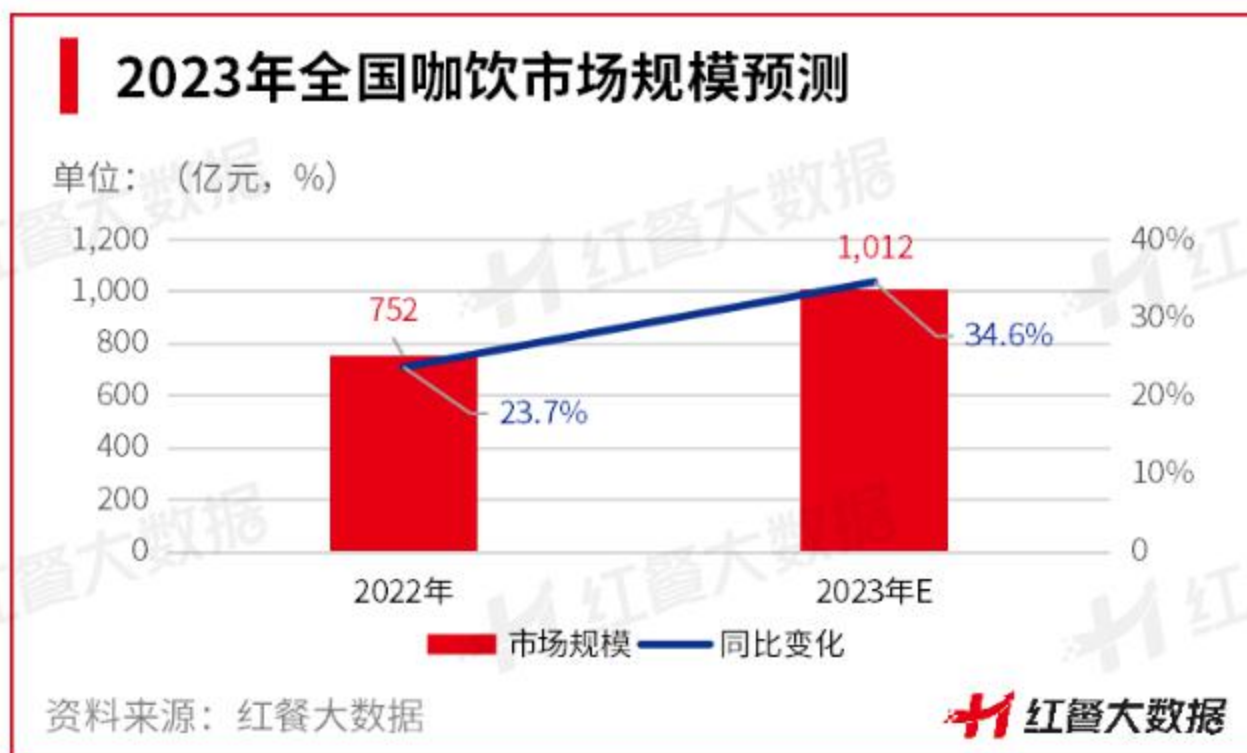
05

第五章

展望：需求增长，云南咖啡豆崛起在望

1. 抓住市场机遇，打造优质原料基地

据红餐大数据，2023 年我国咖饮市场规模预计为 1,012 亿元，同比增速将达到 34.6% 的新高度。

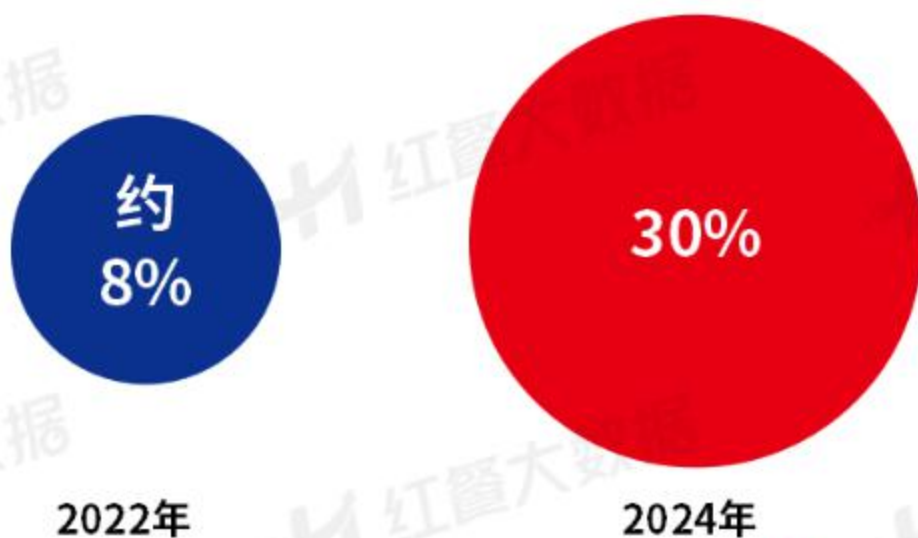


面对增长的市场需求，云南应把握好咖啡豆在全国的生产优势，联合庄园和咖农资源，提升处理环节的标准化程度、减少瑕疵率和破损率，并培养出在全国有影响力的咖啡豆供应商。此外，云南还能够借助产地及供应链优势在降本增效的基础上为咖啡产业创新助力。

2. 上下游合力提升精品化程度

2022 年，云南咖啡豆精品率约 8%，即便与世界 10% 的水平尚有差距，云南咖啡豆也具备精品率提升的豆子实力、良性循环链条和政策环境。

2024年云南咖啡豆精品率提升目标



资料来源：公开信息，红餐产业研究院整理

红餐大数据

咖啡豆方面，云南种植条件得天独厚，云南咖啡豆具备精品豆的实力。2015 年首届云南咖啡生豆大赛的精品率只有 50%，到 2023 年第八届大赛，精品率已提升至 90%以上。为了进一步提高豆子的精品率，云南产地需要借助自然条件，运用科技、管理、品种改良等手段全面提升精品率。

循环链条方面，云南精品风味咖啡的经济模型主要依托于农场、赛事、明星咖啡师、知名咖啡品牌四大枢纽。庄园的品种更新和技术革新吸引了寻豆师前来筛选精品咖啡豆，而咖啡师携优质豆参赛亦可为种植地带来采购订单。在各个环节的自我更新推动下，咖啡豆的品质和价格都能够得到提升。

政策环境方面，云南政府积极推动咖啡豆精品率提升。2022 年出台《关于推动咖啡精品率和精深加工率提升若干政策措施》，指出到 2024 年，实现全省咖啡豆精品率达到 30%、咖啡精深加工率达到 80%。2023 年出台《云南省咖啡产业绿色发展政策支持资金申报指南》等 4 份指南，加大对云南咖啡豆产业的政策资金扶持力度。云南咖啡豆产业迎来政策“窗口期”。

在这样的良好条件下，云南咖啡产业可以从三个方向提升精品化程度。

其一，上游打造精品种植产区。咖农和庄园可以选择种植优质品种、为咖啡豆分级，保证品质的高水平与稳定性，用精品咖啡豆增加经济效益。继续建设精品庄园，借助高品质的咖啡豆提升市场竞争力，开发优质的文化体验、旅游线路、咖啡品鉴服务等，促进农业、文旅的融合发展，擦亮地方名片。在“普洱咖啡”“保山小粒咖啡”等地理标志保护产品的传播基础上，打造普洱、保山等产区的精品化形象。

其二，中游提升精深加工能力。建设规模化、标准化、环保型的咖啡鲜果集中处理中心，优化工艺，用政策、技术等手段吸引重点烘焙商布局云南。在精深加工环节培育一批具有竞争力的企业，实现产品更多的溢价，树立云南精品加工地的形象。

其三，下游培育精品咖啡品牌。云南咖啡豆一直处于有产品无品牌的局面，虽然云南本土培育出了 40 余个咖啡品牌，但多处于上中游链条，下游市场专做云南咖啡的仅有四叶咖、嗨罐咖啡、花田萃等少数品牌。云南可借鉴爱伲、后谷、中咖、辛鹿等速溶咖啡品牌的经营和营销成功经验，在咖饮和即饮咖啡领域也加强品牌布局，切入国内精品咖啡市场。

3. 加强全产业链协同，探索定制化新模式

加强云南咖啡豆产业链的上、中、下游协作，整合优势资源、共享产业信息，是云南咖啡产业增强供应链自主可控能力、构建协作互动产业生态的必由之路。

上游可加强种植集中度，积极对接咖啡品牌，建立长期深度合作，保证物流、信

息流、资金流等方面的高效通畅。中游可提供一站式服务，集中承接上游的原料资源以减少采购成本，搭建加工平台为下游的中小企业和跨界品牌提供共享、定制的新思路。下游可进行定制化采购，或承包产区基地进行统一标准的种植。

例如瑞幸咖啡深入埃塞俄比亚的罕贝拉产区进行定制，严选含糖量超过 22% 的全红咖啡樱桃，采用 21~40 天精细化日晒。瑞幸咖啡“独家定制”的做法不仅放大了豆子的风味和品质优势，让原产地的咖农、庄园主、处理厂了解到中国消费者的偏好，也获得了国内诸多消费者的认可，2023 年凭此推出的“SOE 花魁”随即成为爆款。

再如位于上海的咖啡烘焙六厂，整合原料采购、加工生产、包装设计等各类资源，可实现咖啡豆产品风味和包装的定制化、个性化。同时其创建共享工厂场地的新模式，允许烘焙师自行加工，满足独立咖饮店、小规模连锁咖饮店、跨界咖啡品牌等的高品质需求，截至 2022 年已吸引了包括津久咖啡馆、邵万生、老大同等在内的百余家品牌与其展开合作。

参考此策略，云南咖啡豆亦可考虑为众多的咖啡品牌提供定制服务，以进一步加强与咖啡品牌的连接，从而提升自身的竞争力。

4. 塑造民族咖啡豆标签，强化云南的专属风味

国际知名产区凭借强风味描述占据了消费者心智，云南产区一直以来却没有给消费者留下有记忆点的核心风味。提到耶加雪菲、花魁，消费者会首先联想到埃塞俄比亚；提到蓝山，消费者自然想到牙买加；提到瑰夏，消费者则会想到巴拿马；而云南没有孵化出具有广泛知名度的咖啡标签。

随着国潮风兴起和民族自信心提升，消费者对国产品牌的尝新欲望和包容度都在提高。云南咖啡豆因烘焙和处理方法的多样化本身具备较强的可塑性，后续需要在稳定风味、市场教育等方面下功夫，加速咖啡豆的本土化进程、打造云南专属风味，从而引领产业走深走远。

结语

目前来看，云南咖啡豆产业正在迎来前所未有的政策“红利期”，而借助云南咖啡豆价格上涨、连锁品牌加大云南咖啡重视度、本土品牌崛起等“东风”，云南咖啡豆有望在国内的广阔市场中逐步占据“一席之地”。我们也期待云南咖啡豆未来能站上“C 位”，更好地输出中国味道、讲述中国故事！

参考资料：

- 1、2021 年度云南省咖啡产业发展报告 | 云南省咖啡产业专家组；
- 2、2022 中国咖啡产业发展报告 | 阿里新服务研究中心，饿了么，天猫咖啡；
- 3、中国咖啡行业白皮书 | CIC 灼识咨询。

关于红餐产业研究院

红餐产业研究院是红餐网旗下的，国内首个以餐饮产业大数据为抓手，深入研究整个餐饮产业链的综合性调研服务机构，也是业内大型活动“中国餐饮产业峰会”的承办方之一。自 2021 年 3 月份创立以来，红餐产业研究院发布了多份具有前瞻性的研究报告，如《2021 中国花椒产业发展报告》《2021 中国餐饮产业生态白皮书》《2022 中国餐饮产业生态白皮书》《中国水产预制菜研究报告 2023》等。

关于红餐大数据

“红餐大数据”小程序，收录超过 32000 个餐饮品牌、2000 余家餐饮产业上下游企业，致力于为用户提供大数据查询和分析服务，旨在通过全方位、精细的数据呈现，为餐饮从业者、投资方、意向创业者提供决策参考。



声 明

本报告内容及数据仅用于研究和参考，任何第三方对于本报告内容和数据的使用或者引用所导致的任何结果，本创作团队不承担任何法律责任，请任何第三方在接受该声明的前提下，在法律允许和经过授权的条件下，合理使用本报告，谢绝一切商用行为。



扫码关注更多解读