

精品咖啡发展趋势 研究报告2024

红餐产业研究院

×

孟连县咖啡产业协会

×



缇里®Coffee

2024年8月

摘要

- 本报告在红餐大数据的基础上，综合红餐产业研究院的桌面研究、调研数据、专家意见等，对精品咖啡的相关资料进行整理分析。从精品咖啡的发展全貌、发展热度、竞争格局、发展趋势、经营建议等角度，综合剖析了精品咖啡的发展现状，旨在为咖饮从业者、投资人、消费者等提供参考
- 全文部分亮点如下：



当前，我国精品咖啡处于多维竞争阶段。精品咖啡品牌的产品创新、业态融合进一步加深，更加注重场景化营销。同时，在咖饮市场规模化发展的浪潮下，商业咖啡对精品咖啡造成了冲击，精品咖啡赛道的“洗牌”进一步加剧



据红餐大数据，截至2024年8月，我国精品咖啡的门店数为6.8万家，占全国咖饮门店总数的27.9%。从地域分布上看，广东、浙江、江苏是我国精品咖啡门店数靠前的省级行政区，当地咖饮门店消费人口均在270万人以上。上海、北京、深圳是我国精品咖啡门店数靠前的城市，当地咖饮门店的人均消费均在38元以上



我国精品咖啡形成了四大发展趋势，即规模化、融合化、本土化、日常化，其中日常化趋势突出。红餐产业研究院“2024年餐饮消费大调查”结果显示，78.7%的咖饮消费者每周都要饮用咖啡，56.7%的咖饮消费者习惯在早上刚上班或下午午睡刚醒的时间段购买咖啡，购买的原因主要包括提神醒脑/缓解疲劳等功能性需求，以及解馋/愉悦味蕾等精神性需求



当前，我国本土咖啡豆上游供应链逐步成熟。其中，云南省普洱市孟连县从1988年开始产业化、规模化种植咖啡，目前咖啡产业已成为该县重要支柱产业之一。2023/2024年产季，孟连县咖啡精品率达到62%，同比增长8个百分点，已经连续多年居于云南省第一，是名副其实的“中国精品咖啡第一县”

目录

01

精品咖啡进入多维竞争阶段，供需两旺开启“流量密码”

02

中国精品咖啡产业成长迅速，形成四大发展趋势

03

咖啡消费习惯形成，价格下探推动精品咖啡加速普及

04

建议品牌重视宣传咖啡功能属性、咖啡豆细分品种与单一产地

01

精品咖啡进入多维竞争阶段，供需两旺开启“流量密码”

精品咖啡处于多维竞争阶段，与商业咖啡的界限逐渐模糊

- 精品咖啡豆主要是阿拉比卡豆，优质品种有耶加雪菲、曼特宁、瑰夏、花魁、蓝山等。国际上关于精品咖啡豆的定义没有统一标准，国际精品咖啡协会、日本精品咖啡协会等组织均有其评判标准。精品咖啡（Specialty Coffee）是一个相对高端且注重品质的咖啡类别，它不仅是指咖啡的口味或种类，更是一个涵盖了从种植、采摘、处理、烘焙到冲泡全过程的高标准、高品质要求的综合概念
- 红餐产业研究院观察到，我国精品咖啡赛道发展历程可分为四大阶段，当前已经步入多维竞争期，整个赛道的洗牌正在进一步加剧

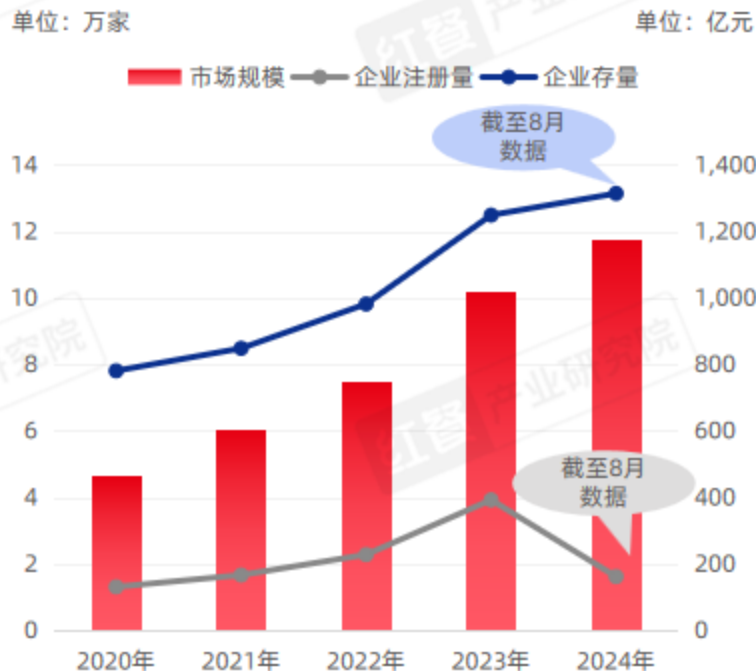
我国精品咖啡发展历程



咖饮市场规模达千亿级别，咖饮门店消费人口超3,200万人

- 据红餐产业研究院测算，近几年我国咖饮市场高速增长，2024年全国咖饮市场规模达到了1,177亿元，同比增长15.4%。据企查查数据，截至2024年8月中旬，我国咖啡相关企业注册量为1.6万家，企业存量为13.2万家（同比增长5.2%）
- 我国消费者饮用咖啡的消费习惯也逐渐被培养了起来。据红餐大数据，近一年时间内，我国在咖饮门店下单的消费人口波动增长，截至2024年7月已经突破了3,200万人，同比增长约35.8%

2020—2024年全国咖饮市场规模、相关企业注册量和存量

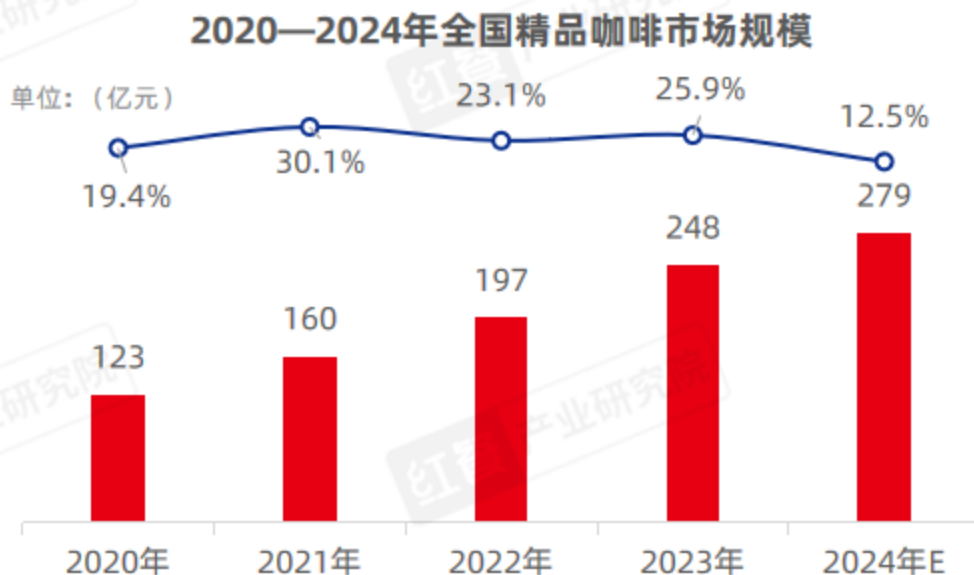


近一年时间内全国在咖饮门店下单的消费人口变化

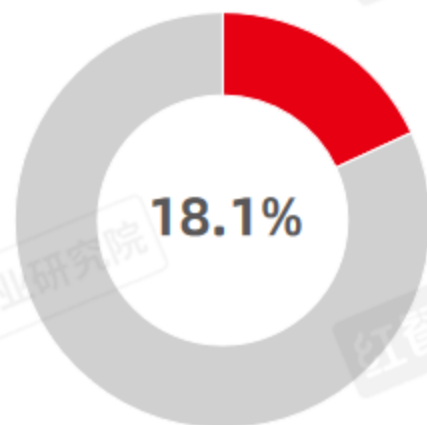


国内精品咖啡市场规模达到279亿，消费群体规模约占咖饮的18.1%

- 2024年全国精品咖啡市场规模预计将达到279亿元，近5年的复合年增长率将达到22.7%
- 据红餐产业研究院的调研结果，过去半年内有购买过精品咖啡的人数占全部咖饮消费群体的18.1%。随着越来越多的消费者认可精品咖啡的理念，这一比例有望快速增长



精品咖啡消费群体占比



注：精品咖啡市场规模口径为咖饮品牌门店中符合精品咖啡定义的咖啡类产品的销售规模。精品咖啡消费群体占比口径为过去半年有购买过精品咖啡的人数占全部咖饮消费群体人数的比例

资料来源：红餐产业研究院根据公开数据及咖饮消费者市场调研测算

精品咖啡拥有10亿的流量热度，豆种、冲泡技艺等专业知识受关注

- 近年来，随着咖啡文化的普及、消费者对咖啡品质要求的提高以及精品咖啡产业链的不断完善，精品咖啡的热度越来越高。2023年至2024年8月，在抖音、百度等平台上，“精品咖啡”关键词的搜索指数波动走高，出现了数个波峰点
- 人们在搜索“精品咖啡”时，相应地也会关注咖啡豆种类、咖啡技艺等方面的内容，以期更深入地了解并体验咖啡的风味层次

2023年至2024年8月抖音“精品咖啡”关键词搜索指数



2023年至2024年8月百度“精品咖啡”关键词资讯指数



截至2024年8月，抖音平台“精品咖啡”话题的视频播放量达到了10.5亿次；小红书平台“精品咖啡”关键词搜索下的笔记数量为89万篇

2024年抖音平台“精品咖啡”内容关联词



供给与需求双轮驱动，助力精品咖啡获得高热度

- 精品咖啡能引起较高的热度，主要受到供给侧和需求侧两大方面的影响
- 在供给端，咖啡豆产业精品化的加速、烘焙与制作技艺的提升、精品咖啡品牌发展与供应链的完善为精品咖啡市场的发展提供了良好的土壤。在需求端，经济发展与人们的品质追求、咖啡文化普及、消费者个性化与定制化的需求共同推动了精品咖啡需求增长

供给端

咖啡豆产业精品化的加速

随着咖啡豆种植技术的提升，我国咖啡豆产量增加，云南更加注重咖啡豆的品质和风味，采用更科学的种植和采摘方法，2023年的精品率提升至22.7%

烘焙与制作技艺的提升

精品咖啡豆的烘焙和制作技艺不断精进，使用先进的烘焙设备进行加工，能够最大限度地保留咖啡豆的原始风味和香气，进一步提升了精品咖啡的品质和口感

品牌发展与供应链的完善

精品咖啡品牌涌现，它们注重品牌建设和供应链管理，从咖啡豆的种植采摘、加工烘焙到销售，优化各个环节的成本与效率，为市场提供更加多元的选择



需求端

经济发展与品质追求

随着我国的经济的发展，人们对咖啡的追求转向品质与体验。精品咖啡强调咖啡豆的产地、品种、烘焙技艺及冲泡方式等，满足了消费者对高品质生活的向往

咖啡文化的普及

多种社媒渠道促进了咖啡文化的广泛传播，咖啡不仅仅是一种饮品，更是一种生活方式和社交媒介。年轻人尤其热衷于探索不同风味、更加健康的精品咖啡

个性化与定制化需求提升

精品咖啡品牌通常提供多样化的咖啡豆选择、个性化的冲泡方式及定制化的饮品服务，“量身定做”的体验感，增强了消费者对精品咖啡的认同感和忠诚度

精品咖啡门店数占咖饮门店数近三成，上海、北京“咖啡血液”浓

- 据红餐大数据，截至2024年8月我国精品咖啡的门店数为6.8万家，占全国咖饮门店总数的27.9%
- 从地域分布上看，广东、浙江、江苏是我国精品咖啡门店数靠前的省级行政区，当地咖饮门店消费人口在270万人以上。上海、北京、深圳是我国精品咖啡门店数靠前的城市，当地咖饮的人均消费均在38元以上



据红餐大数据，截至2024年8月，全国咖饮门店总数达到**24.4万**家
精品咖啡门店数为**6.8万**家，占咖饮门店总数的**27.9%**

27.9%

2024年全国精品咖啡品牌门店数TOP5省级行政区 及其咖饮门店消费人口



2024年全国精品咖啡品牌门店数TOP5城市 及其咖饮门店人均消费



02

**中国精品咖啡产业成长迅速，
形成四大发展趋势**

我国精品咖啡市场走向了规模化、多元化、本土化、日常化

- 在咖啡文化普及、咖饮市场消费习惯改变、技术进步等因素的推动下，我国精品咖啡形成了四大发展趋势，即规模化、多元化、本土化、日常化

规模化

精品咖啡赛道正在通过标准化生产与供应链管理实现规模化发展



多元化

精品咖啡丰富口味与形式，与文化艺术、音乐等业态进行融合



本土化

本土精品咖啡品牌崛起，在品牌理念、门店装修、产品风格等方面展现本土风格



日常化

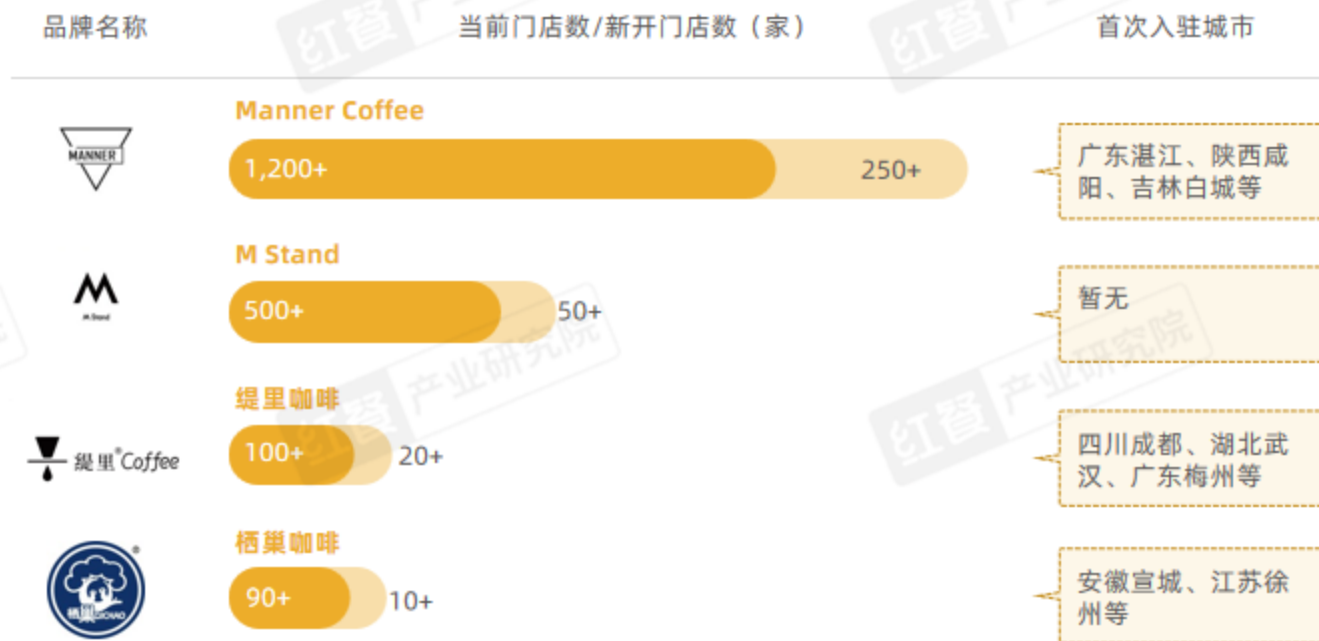
随着咖啡文化的普及与消费者习惯的转变，精品咖啡逐渐成为人们日常生活中的一部分



趋势一：精品咖啡品牌走向规模化、连锁化，入驻更多二三线城市

- 精品咖啡品牌正通过标准化生产与供应链管理实现规模化发展
- 大型咖啡庄园与精品咖啡烘焙商合作，采用先进的种植、采摘及处理技术，确保咖啡豆品质稳定。连锁咖啡品牌借助供应链的成熟进行规模化扩张。据红餐大数据，2024年前7个月，Manner Coffee的全国新开门店数超过250家，M Stand、缇里咖啡等品牌也在拓店，并首次入驻多个二线、三线城市。各地也有一些精品咖啡馆开出了分店，朝着连锁化方向迈进

2024年前7个月部分精品咖啡品牌拓店情况



趋势二：食材创新、品类融合，精品咖啡多元化趋势明显

□ 精品咖啡品牌不仅注重产品创新，还与其他品类、业态、文化等深度融合，呈现多元化的趋势

精品咖啡赛道多元化趋势的一些体现

1

食材创新

精品咖啡品牌将水果（青提、柚子、荔枝等）、养生食材（燕窝、人参、陈皮等）、云南酸角、鸡蛋、胡椒等加入咖啡中，创新了产品口味



■ SeeSaw Coffee 的青梅气泡冷萃

2

品类融合

精品咖啡品牌将面包烘焙、茶饮、酒饮、甜品甜点、简餐、特色小吃等产品加入菜单，丰富了产品矩阵



■ M Stand 的菜单还有面包、蛋糕等产品

3

跨界融合

一些精品咖啡品牌的业务与美术/艺术展览、音乐、影视、图书、旅游、服装、家居、花艺等领域相交融，传达品牌格调与美学价值、输出中式文化



■ 广州的一家精品咖啡品牌，其与展览艺术相结合

趋势三：本土精品咖啡品牌崛起，展现中国风格，传递中国故事

- 近年来，一些本土精品咖啡品牌崛起，它们发源于全国各地，在品牌理念、场景装修、产品风格等方面体现本土的中式元素，将咖啡这一“舶来品”通过本土叙事的方式传递中国风味



品牌理念

有的本土精品咖啡品牌将传统文化与现代审美相融合，倡导“匠心独运，东方韵味”，致力于将每一杯咖啡打造成讲述中国故事的艺术品

例如四叶咖基于“一杯咖啡品云南”的品牌理念，提炼出与“滇”相关的四鲜战略，构建完整的品牌价值闭环



场景装修

有的本土精品咖啡品牌门店装修风格或江南庭院风，或古典宫廷风，营造出既现代又不失古典韵味的空间，让顾客在品咖之余，也能感受到浓厚的文化底蕴



产品风格

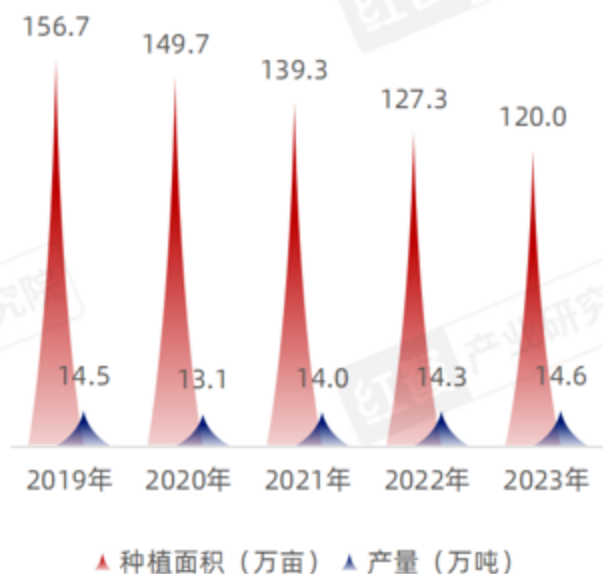
有的精品咖啡品牌在咖啡豆上选取的是云南本土的精品咖啡豆，尝试供应链本土化。同时产品中含有桂花、八宝茉莉等中式元素，既保留了咖啡的醇厚，又融入了中国元素的清新雅致

例如缙里咖啡在云南自建供应链，多款产品采用的是云南精品咖啡豆

中国咖啡看云南，云南咖啡豆产量连年增长，地方重点企业冒头

- 当前，我国本土咖啡豆上游供应链逐步成熟。在我国，云南是咖啡豆的种植大省，近几年咖啡豆产量占全国的98%以上。2023年，云南省咖啡豆种植产量达到14.6万吨，同比增长2.1%；种植面积为120.0万亩，同比减少5.7%，这体现了云南咖啡豆单产效率的提升。云南各地均有种植咖啡豆，他们培养了自己的咖啡豆生产企业，爱伲庄园、中咖、后谷等咖啡豆品牌的影响力正在不断提升

2019—2023年云南咖啡豆种植面积、产量



云南省部分咖啡豆生产企业及品牌



云南咖啡豆产业加速发展，实现精深加工率、精品率“双提升”

- 云南当地政府为咖啡豆产业的发展提供了政府扶持，近些年均出台了针对性政策，在提升咖啡豆精品率、精深加工率、培育龙头企业、建设重点基地、绿色发展等方面提供政策与资金支持，以协同创新的方式，产学研管一体化推进云南咖啡豆产业全链条发展
- 随着种植技术的改进、生产标准的提升与技术的助力，云南咖啡豆的精品率与精深加工率不断提升，2023年分别达到了22.7%、54.3%。各地在推进咖啡豆产业精品化进程上都有各自建树，例如云南省普洱市孟连县

2023—2024年云南省咖啡豆部分相关政策

《云南省乡村振兴责任制实施细则》

《云南省农业农村厅 云南省财政厅 云南省工业和信息化厅关于印发推动咖啡精品率和精深加工率提升三年行动政策支持资金申报指南的通知》

《云南省人民政府关于印发 2023 年推动经济稳进提质政策 措施的通知》

《云南省农业农村厅 云南省财政厅 云南省工业和信息化厅关于印发2023 年咖啡精品率和精深加工率提升政策措施支持资金申报指南的通知》

提升精品率、精深加工率

绿色发展

资金补贴

培育龙头企业

打造特色现代农业
产业体系

发展科技需求

建设重点基地

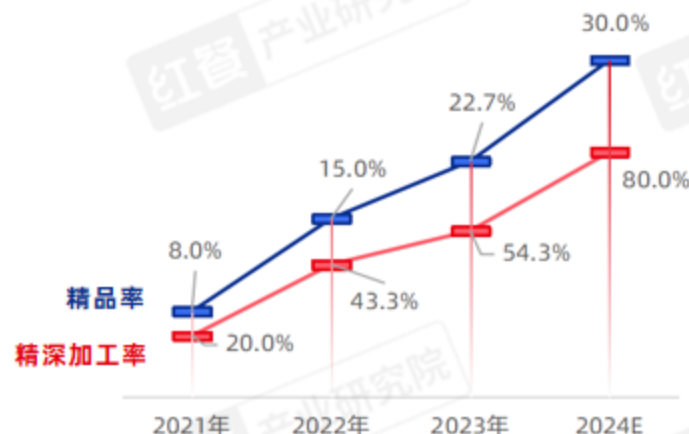
产学研管一体化

打造高附加值
产品企业

组建专家团队

.....

2021—2024年云南省咖啡豆精品化程度



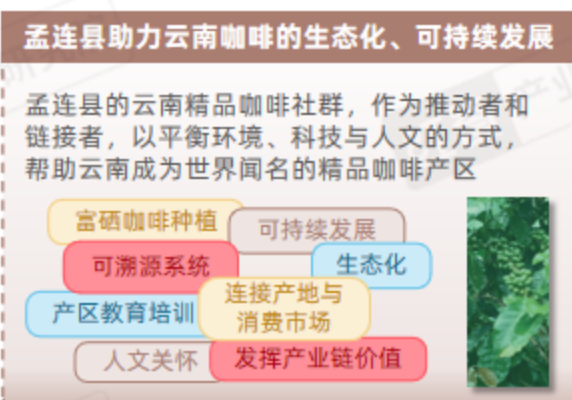
2024年云南省精品咖啡适宜种植区 **105万亩**

2024年云南省优质咖啡品种种植面积 **12.6万亩**

2024年云南省认定精品咖啡庄园 **14家**

“中国精品咖啡第一县” 孟连县推进国产咖啡豆产业精品化进程

- 云南省普洱市孟连县从1988年开始产业化、规模化种植咖啡，目前咖啡产业已成为该县重要支柱产业之一。2023/2024年产季，孟连县咖啡精品率达到62%，同比增长8个百分点，已经连续多年居于云南省第一，是名副其实的“中国精品咖啡第一县”
- 在孟连县委、县政府的推动下，当地咖啡产业在良种引育、品种改良、创新处理法、优化种植环境、精品咖啡庄园与区域公共品牌建设、生态化与可持续发展等方面共同发力，朝着精品化、标准化、产业化和国际化方向发展



良种引育

通过采购、合作、共同研发等方式，已建成1个咖啡种苗培育地、1个咖啡基因品种库

品种改良

引进和培育瑰夏、帕卡玛拉、黄波旁、卡杜艾、卡杜拉、萨其姆、“德热296”“德热132”等咖啡优良品种20余种

创新处理法

应用了蜜处理法、红酒处理法、厌氧处理法、双重发酵日晒处理法等新型处理方式

优化种植环境，环保提产

加快推进中低产咖啡园的标准化、生态化改造，建成高稳产精品咖啡原料基地5万亩。现有咖啡雨林认证种植基地3个、咖啡“绿色食品品牌”产业基地7个

精品咖啡庄园建设与区域公共品牌建设

孟连县入选“云南省精品咖啡庄园”名单的庄园有2家（天宇咖啡庄园、来珠克咖啡庄园），联斯达咖啡农民专业合作社、信岗茶咖庄园、芒掌咖啡庄园、桥安精品咖啡庄园等也是当地的精品咖啡庄园。孟连县注册“中国精品咖啡第一县”互联网域名，打响“孟连精品咖啡”名片

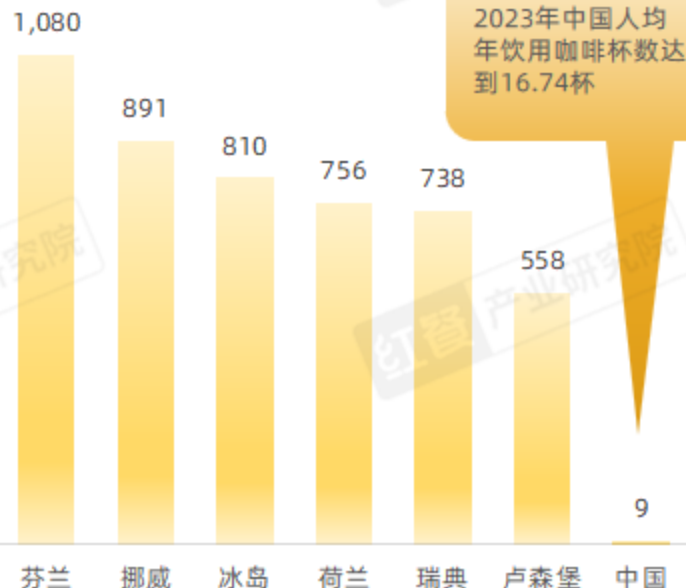


趋势四：市场培育取得成效，精品咖啡品牌进入消费者日常生活

- 随着咖啡文化的普及与消费者健康意识的增强，精品咖啡正逐渐从特殊场合的饮品转变为日常生活中的一部分。咖啡教育的普及让更多人了解并欣赏到咖啡的复杂风味与制作工艺，进一步促进了精品咖啡的常态化消费趋势。据《2024中国城市咖啡发展报告》，2023年中国人均年饮用咖啡杯数达到16.74杯，相较2016年的数据增长了86%
- 随着消费者对生活品质要求的提升，精品咖啡逐渐发展出四大消费场景，即工作办公、居家/休闲社交、种草打卡、仪式感场合。精品咖啡门店的选址从传统的咖啡馆、写字楼，扩充到书店、机场候机厅、户外露营等地，沉浸式的场景让消费者舒缓身心，从而获得丰富的体验感和情绪价值

2016年部分国家人均年饮用咖啡情况

单位：杯



精品咖啡发展出四大主要消费场景

工作办公

提神醒脑、商务洽谈。
场景偏舒适或快捷化，
缓解工作压力

居家/休闲社交

温馨愉悦、享受品质。
场景生活化、轻松化，
疗愈身心

种草打卡

尝鲜、拍照分享。场景
偏新奇性和趣味性，互
动体验丰富

仪式感场合

定制化服务、情感共鸣。
场景偏专业化和高端化，
情绪价值高



猿辅导旗下的精品咖啡品牌Gird Coffee，其北京国贸店摒弃门头，设计成一个“街角社交场所”，营造开放自然的公共空间

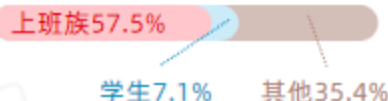
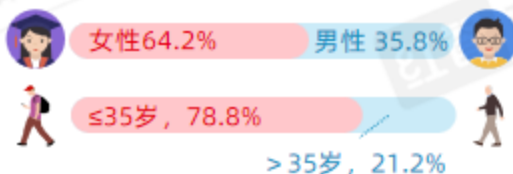
03

咖啡消费习惯形成，价格下探推动精品咖啡加速普及

咖饮市场认知度提升，咖啡回归功能属性，消费者养成喝咖啡习惯

- 随着咖啡的市场认知度提升，咖啡回归功能属性，消费者饮用咖啡的频率提升、场景日常化
- 我国咖饮消费者以女性群体、不大于35岁的群体、上班族及学生群体为主，他们主要追求提神抗疲劳等功能性需求。红餐产业研究院“2024年餐饮消费大调查”结果显示，78.7%的咖饮消费者每周都要饮用咖啡，56.7%的咖饮消费者习惯在早上刚上班或下午午睡刚醒的时间段购买咖啡，购买的原因主要包括提神醒脑/缓解疲劳等功能性需求，以及解馋/愉悦味蕾等精神性需求

咖饮消费者画像



● 购买咖饮的上班族
产品需求：功能性饮品、健康饮品
消费动机：提神抗疲劳，享受片刻放松
消费习惯：会为品牌与品质买单

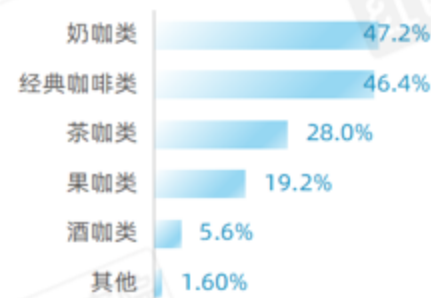
● 购买咖饮的学生群体
产品需求：功能性饮品、时尚饮品
消费动机：追求新鲜感和社交体验
消费习惯：价格敏感，会为个性化买单

咖饮消费者的消费习惯与偏好

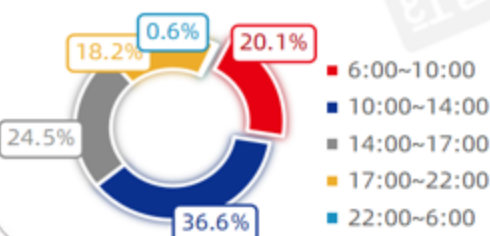
消费频率：近八成消费者每周都要喝咖啡



产品偏好：奶咖、经典咖啡最受欢迎



消费时段：集中在白天易犯困的工作时间



购买原因：以功能性/精神需求为主



精品咖啡品牌在强调“现磨”的基础上，实现精品咖啡价格下探

- 一方面，精品咖啡品牌强调“现磨”“手冲”的含金量，丰富产品线，体现产品价值感
- 另一方面，精品咖啡品牌推出亲民价格的产品，以扩大消费群体，扩大品牌影响力。例如缇里咖啡、代数学家、四叶咖等精品咖啡品牌均有推出10元以下的活动



强调“精品咖啡”“现磨”“手冲”等关键词，体现价值感

精品咖啡品牌精选全球高品质的阿拉比卡咖啡豆，呈现优质口感。现磨、手冲的出发点是凸显咖啡的新鲜度与纯正风味，展现品牌格调



Peet's Coffee皮爷咖啡的耶加雪菲咖啡豆



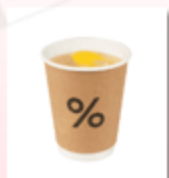
精品咖啡品牌将面包烘焙、甜品甜点、茶饮、特色小吃等产品加入菜单，形成互补性



LAVAZZA拉瓦萨咖啡的牛肉卷



COSTA COFFEE的吐司



% Arabica的柠檬特饮气泡水



推出亲民价格的产品，凸显品牌实力

精品咖啡品牌通过优化采购渠道、提高生产效率、创新产品配方等方式，在确保品质不变的前提下推出部分价格亲民的咖啡。此举不仅拓宽了消费群体，还增强了品牌的市场竞争力与影响力



2024年6月，代数学家推出两周年全场9.9元活动



缇里咖啡的9.9元套餐



四叶咖的8元意式浓缩

缙里咖啡坚持手冲精品咖啡初心，6.8元低价活动让人人喝上好咖啡

- 缙里咖啡是创立于广州的精品咖啡连锁品牌。其践行“以做精品咖啡的态度，做一杯大众喜欢的咖啡”的品牌理念，采购全球咖啡豆产区的优质豆源。缙里咖啡立足精品水平做研发，守护咖啡本心，形成了美式咖啡系列、意式咖啡系列等八大产品系列
- 缙里咖啡的大部分咖啡原价定价在22元以上（会员价可实现更低价格），其招牌流沙美式采用的高品质咖啡豆获得IIAC金奖高分，单杯流沙美式的原价为18元，缙里咖啡依托强大的供应链实力，推出了6.8元一杯金奖美式的长期活动，将精品咖啡的价格打到一个极具竞争力的价格带，凸显了品牌整合供应链资源的实力



坚守手冲咖啡初心，深耕咖啡品质进行创新研发

缙里咖啡围绕其精品咖啡的定位，保留现磨、手冲的制作匠心，杯杯鲜萃。同时推进精品咖啡的标准化制作，提升运营效率

其以流沙美式为招牌，产品多元。既保留了咖啡的原始风味，又满足了消费者多元化的追求



八大产品系列

美式咖啡系列

牛乳特调系列

意式咖啡系列

缙里冰沙系列

生椰咖啡系列

手打柠檬茶系列

中式茶咖系列

烘焙轻食系列

进店必点榜TOP



缙里咖啡部分产品单价（会员价）

单位：元

	山茶花牛乳茶	19
	水墨生椰拿铁	18
	山茶花柠檬茶	18
	茉莉鸳鸯拿铁	15
	啤酒花流沙美式	15
	斑斓黄油多士	12
	咸蛋黄流心可颂	6.9
	IIAC金奖美式	6.8

其招牌美式采用两款高分IIAC金奖豆“黑武士”和“云中意”

精品咖啡品牌优化供应链，云南的“好豆”正在被看见

- 精品咖啡品牌在产品的精耕细作，离不开背后供应链的建设与支撑。这包括从咖啡豆的源头精选、专业烘焙加工技术的掌握，到高效物流配送的每一个环节，共同构成了精品咖啡品牌品质与口碑的基石
- 精品咖啡品牌在自建供应链体系上各有千秋，它们面向全球的咖啡豆产区采购精品咖啡豆。其中，SeeSaw Coffee、Manner Coffee、缇里咖啡、来回咖啡等品牌均与云南的优质产区建立了合作关系

2024年部分精品咖啡品牌的供应链建设情况

品牌名称	种植	加工厂	仓储物流	补充
SeeSaw Coffee	在云南建立起自己的咖啡种植基地	/	在上海设立仓库	搭建数字化供应链体系。在上海建立咖啡学院，在咖啡师圈内树立口碑，同时保证店面的供给
Manner Coffee	在云南设立收购站，采购咖啡豆	自建烘焙厂	/	/
缇里咖啡	在云南、非洲、美洲庄园直采，其中在云南联建咖啡精品庄园	双线并进，建设了咖啡烘焙工厂（远淳咖啡）与面包烘焙工厂	拥有10,000m ² 大型仓储	其咖啡烘焙工厂拥有先进进口设备与专业烘焙技术
来回咖啡	采购云南、非洲、美洲等产区的精品咖啡豆	在广州建立烘焙工厂，在云南德宏建成鲜果加工厂	在广州设有仓库	/

缙里咖啡整合供应链资源，其多款精品咖啡豆成为IIAC金奖豆

- 缙里咖啡拥有高效、稳定、品质卓越的供应链，形成了咖啡豆种植、生产加工、仓储等一体化的全链条体系。其寻豆师、烘豆师、研发师、咖啡师等依托品牌的供应链优势共同描绘品牌的风味图谱
- 缙里咖啡有三款咖啡豆荣获2023IIAC国际咖啡品鉴大赛金奖，分别是云中意、黑武士、GUJI SOE，它们在香气、酸质、醇厚度等维度均有优异表现。其中，获得超高分的云中意采用了云南的精品咖啡豆。品牌将获奖豆配方应用在门店产品中，践行了“让人人喝上好咖啡”的理念。2024年缙里咖啡成为孟连县咖啡产业协会认证的“孟连精品咖啡推广大使”，进一步应用与推广云南精品咖啡

缙里咖啡的供应链优势



深入种植腹地，在云南建设咖啡庄园

缙里咖啡的豆种共计50余种，近七成实现了庄园直采。其在云南普洱孟连联建了芒掌咖啡庄园，在咖啡种苗培育、基因品种改良、文旅体验上都有布局



金奖得分

豆种

云中意

90.16

埃塞俄比亚耶加雪菲、云南咖啡豆

优化生产线，自建集烘焙仓储于一体的一级规格咖啡烘焙工厂

建设了咖啡烘焙工厂（远淳咖啡）与面包烘焙工厂

其咖啡工厂引进了PROBAT、BUHLER、GIESEN等原装进口咖啡烘焙设备群组，助力自身的规模化发展，为全国千余家中小咖饮品牌提供定制化咖啡解决方案；拥有Q-GRADER及SCA认证烘焙师，提供专业技术；具备大批量采购存储从而降低原材料成本的能力

黑武士

89.46

巴西喜拉多、巴布亚新几内亚咖啡豆、危地马拉SHB薇薇特南果、苏门答腊曼特宁

GUJI SOE

89.02

埃塞俄比亚咖啡豆

精品咖啡品牌打磨多种门店模型，小店模型受“青睐”

- 在门店模型上，精品咖啡品牌常见的店型主要包括概念店、标准店以及MINI店。此外，复合业态、主打体验感的特殊店型也是一些精品咖啡品牌尝试的方向，这些店型共同构成了精品咖啡品牌多元化的市场布局。当前，一些精品咖啡品牌对小店模型有所青睐，SeeSaw Coffee、比星咖啡等品牌的加盟政策就指向了店中店、小店模型
- 在品牌传播上，精品咖啡品牌则通常在代言、联名、线下活动等方面发力，连接更多消费群体以实现品牌的年轻化，提升品牌价值

精品咖啡品牌的常见店型

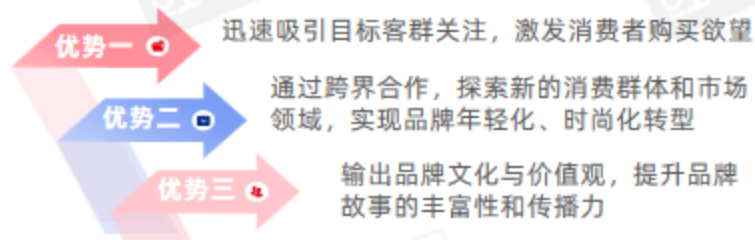


比星咖啡的主流店型倾向小店，追求坪效，开出了景区店、园区店、地铁店、小餐车店等



贝瑞咖啡与德克士合作，在德克士门店设置“贝瑞优选咖啡站”和“德克士贝瑞复合店”两种店型

为了深化品牌形象，拓宽市场影响力，精品咖啡品牌在代言、联名、线下活动等方面开展品牌传播活动，借助合作方的魅力或资源实现品牌价值的提升



store by .jpg与优衣库联名



M Stand与护肤品牌fresh联名



缙里咖啡亮相湾区国际咖啡节

缙里咖啡形成“千店千面”风格，跨界联名助力品牌传播

- 在店型方面，缙里咖啡主要聚焦街边店、社区店、商场店、中庭店、写字楼店等五类模型进行布局，其旨在通过加强加盟商管理来营造“千店千面”的形态，例如供应链低差价、定制化帮扶运营、专业化培训、数字化管理等
- 在品牌传播方面，缙里咖啡通过参加线下展会与大赛、跨界联名等方式，达到提升品牌专业性、快速出圈等目的

缙里咖啡的五种店型

缙里咖啡的店型主要聚焦五类，其选址策略灵活多元，还在南京、永州等地的高校开店

街边店	灵活性强，服务便捷
社区店	顾客易回购，维护私域流量
商场店	人流量大，活动曝光率高
中庭店	展现品牌格调，空间开阔
写字楼店	客群明确，消费习惯稳定



缙里咖啡的品牌传播代表事件



亮相大型会展、咖啡节等活动，在WCBC世界咖啡师拼豆大赛等赛事中获奖，通过活动的曝光量和大赛的含金量提升品牌传播度

2024年1月，与国际米兰足球俱乐部联名，推出了意式豪情咖啡和贴纸、徽章等周边，在广州和深圳开设主题门店，吸引粉丝消费



与卡通IP四毛联名，推出山茶花拿铁、栀子拿铁等茶拿铁系列产品，在广州开设了联名快闪店

03

**建议品牌重视宣传咖啡功能属性、
咖啡豆细分品种与单一产地**

刚需市场日益追求咖啡精品化，精品咖啡品牌可着重宣传功能属性



针对当前消费者对咖啡功能属性的日益重视，以及刚需市场向精品化转型的趋势，建议精品咖啡品牌着力提升咖啡产品的功能性宣传（例如抗氧化、促进代谢等），并不断创新以满足多样化的口味需求

同时，强调精品咖啡的独特风味、甄选优质原料与精湛制作工艺的重要性，这不仅能够满足消费者对品质生活的追求，也预示着精品咖啡将成为日常消费中的刚性需求，推动整个咖啡市场向更高层次、更精细化的方向发展

打造独特性，精品咖啡品牌可深入宣传咖啡豆细分品种与单一产地



随着咖啡知识的普及，建议精品咖啡品牌进一步深化对精品咖啡豆细分品种与单一产地的推广策略

例如通过强调诸如埃塞俄比亚耶加雪菲、牙买加蓝山、巴拿马瑰夏及云南普洱孟连等特定产地与品种的独特风味与魅力，不仅能够精准满足消费者对咖啡风味个性化的追求，还能够促进整个咖啡产业链向更加精细与专业的方向演进

尤其是，云南咖啡豆作为后起之秀，其依托的独特地理环境优势及不断提升的精品品质，应当被重点推广，以吸引国内外市场的目光，为精品咖啡品牌开辟新的市场蓝海，实现品牌的差异化竞争与持续增长

精品咖啡品牌可通过强调文化属性、美学属性，提升品牌价值



为了满足现代消费者在购买决策中对于生活理念、美学价值及文化内涵的关注，建议精品咖啡品牌深化自身的品牌塑造，打造独一无二的品牌形象，积极传递那些能够触动人心、引人深思的生活美学理念与文化价值

此举不仅能够加深消费者对品牌的情感联结与认同感，还能在日益激烈的市场竞争中脱颖而出，抓住那些追求高品质生活、注重精神享受的消费者群体

展望未来，随着消费者对生活品质追求的不断升级，这种以生活理念、美学价值和文化内涵为核心的品牌赋能策略，将为精品咖啡品牌开启更为广阔的发展空间，带来更多的市场机遇与竞争优势

关于我们

红餐产业研究院

红餐产业研究院隶属于红餐网，是国内首个专注餐饮产业发展的研究机构。红餐产业研究院聚集了产业大数据、专业研究团队、产业专家智库、产业核心媒体等资源，秉持专业、严谨、客观的原则，为餐饮企业、供应链企业、投资机构和政府组织等提供高质量的研究和咨询服务，推动餐饮品牌建设、餐饮产业升级迭代，助力产业实现高速发展。红餐产业研究院的研究成果包括行业报告、案例研究、专业榜单等多种形态。其中，每年发布的年度《中国餐饮发展报告》、餐饮行业“红鹰奖”榜单和产业“红牛奖”榜单，及各类产业深度报告，在业内产生巨大影响力，受到广泛好评。

红餐大数据

“红餐大数据”小程序，收录超过32,000个餐饮品牌、2,000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。



扫码查看红餐大数据



扫码关注红餐智库

关于我们

孟连县咖啡产业协会

孟连县咖啡产业协会是一个具有行业性、地方性的社会组织，专注于推动孟连县及云南咖啡产业的发展

孟连县咖啡产业协会成立于2018年，由孟连县内从事咖啡种植、加工、贸易、科研、教学的企事业单位和个人自愿组成，主要对咖啡生产和营销实行行业自律

协会的主要职能有：

- (1) 行业自律：协会致力于制定和执行行业规范，促进咖啡产业的健康发展
- (2) 服务会员：为会员提供技术咨询、市场信息、政策解读等服务，帮助会员提升竞争力
- (3) 推动合作：促进会员之间的合作交流，共同开拓市场，提升孟连县咖啡的整体品牌形象
- (4) 科研支持：鼓励和支持咖啡种植、加工等方面的科研活动，推动技术创新和产业升级

报告说明

1. 数据来源说明

1) 红餐大数据, 源于对餐饮门店公开数据的长期监测, 并结合大样本算法开展的数据挖掘和统计分析; 2) 桌面研究, 基于对餐饮行业已有公开资料的搜集整理; 3) 行业访谈, 面向餐饮行业的创业者、高级管理人员和资深从业者进行访谈并获取信息; 4) 红餐调研数据, 针对餐饮消费者或餐饮从业者开展的定量问卷调查; 5) 其他合法收集的数据。以上均系依据相关法律法规, 经用户合法授权采集数据, 同时经过对数据脱敏后形成大数据分析报告

2. 数据周期

报告整体时间段: 2023年1月—2024年8月

3. 数据指标说明及样本量

具体请参考各页标注

4. 免责声明

红餐所提供的数据信息系依据大样本数据抽样采集、小样本调研、数据模型预测及其他研究方法估算、分析得出。由于统计分析领域中的任何数据来源和技术方法均存在局限性, 红餐也不例外。红餐依据上述方法所估算、分析得出的数据信息仅供参考, 红餐不对上述数据信息的精确性、完整性、适用性和非侵权性做任何保证。任何机构或个人援引或基于上述数据信息所采取的任何行动所造成的法律后果均与红餐无关, 由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担

5. 版权声明

本报告为红餐所作, 报告中所有的文字、图片、表格均受相关的商标和著作权的法律所保护, 部分内容采集于公开信息, 所有权为原作者所有。未经本公司书面许可, 任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规的规定

报告主笔: 陈声华

感谢观看

研究报告合作请联系

张经理 199 6625 2467 (微信同号)