

2023年奶咖市场发展白皮书

©2023 iResearch Inc.

消费一部四组

李淳阳

©2023 iResearch Inc.

CONTENTS

目录

01 奶咖行业市场规模概览

02 经典奶咖产品发展历程

03 主要奶咖产品创新分析

04 中国消费者奶咖消费习惯与产品偏好分析

05 未来奶咖市场发展趋势

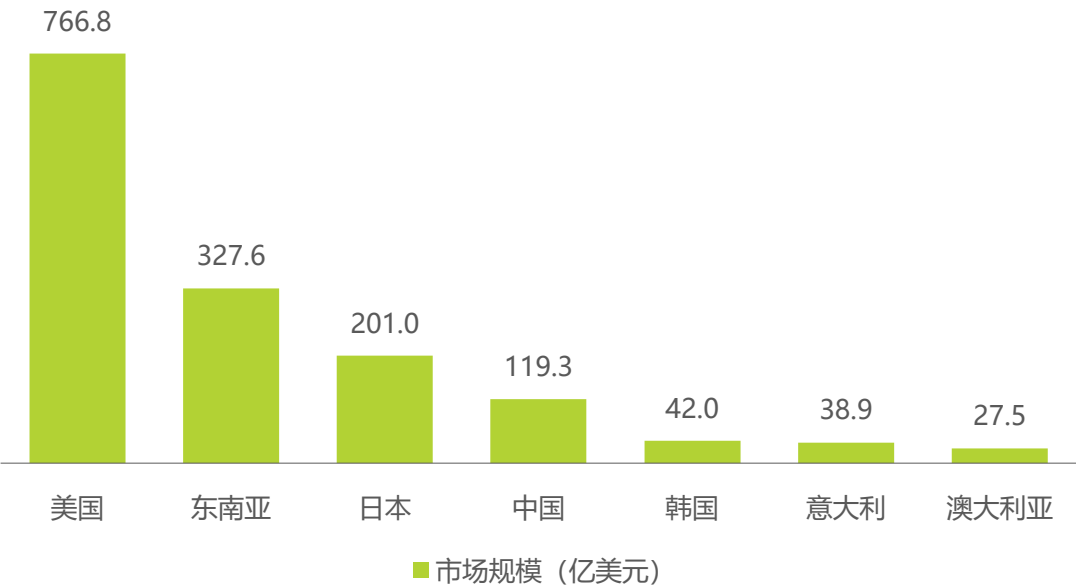
01 / 奶咖行业市场规模概览

全球主要市场现磨咖啡及奶咖市场规模

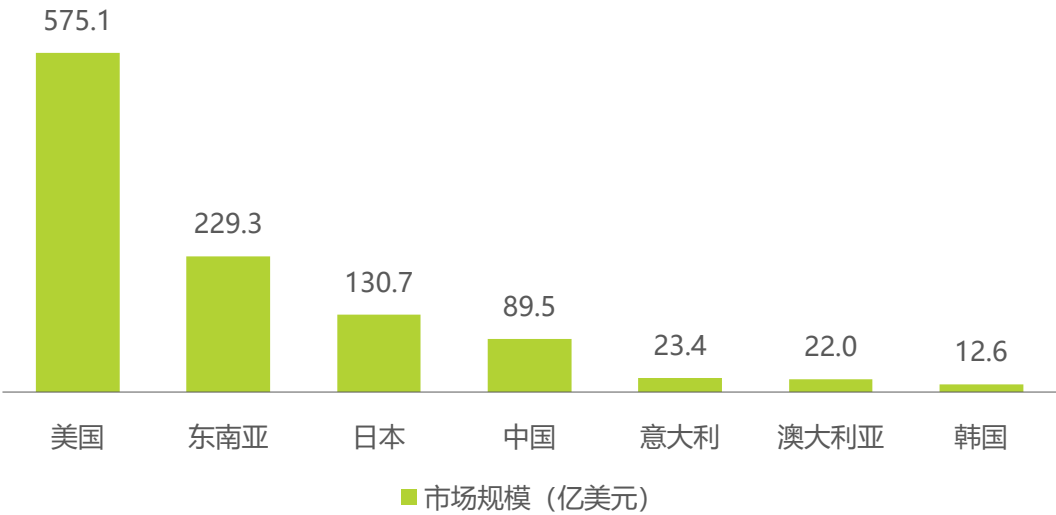
美国现磨咖啡与奶咖市场规模遥遥领先其他国家/地区，日本、东南亚、中国紧随其后

2022年，美国现磨咖啡市场规模高达767亿美元，其中奶咖市场规模为575亿美元，大幅领先其他国家/地区。

2022年各国现磨咖啡市场规模



2022年各国奶咖市场规模



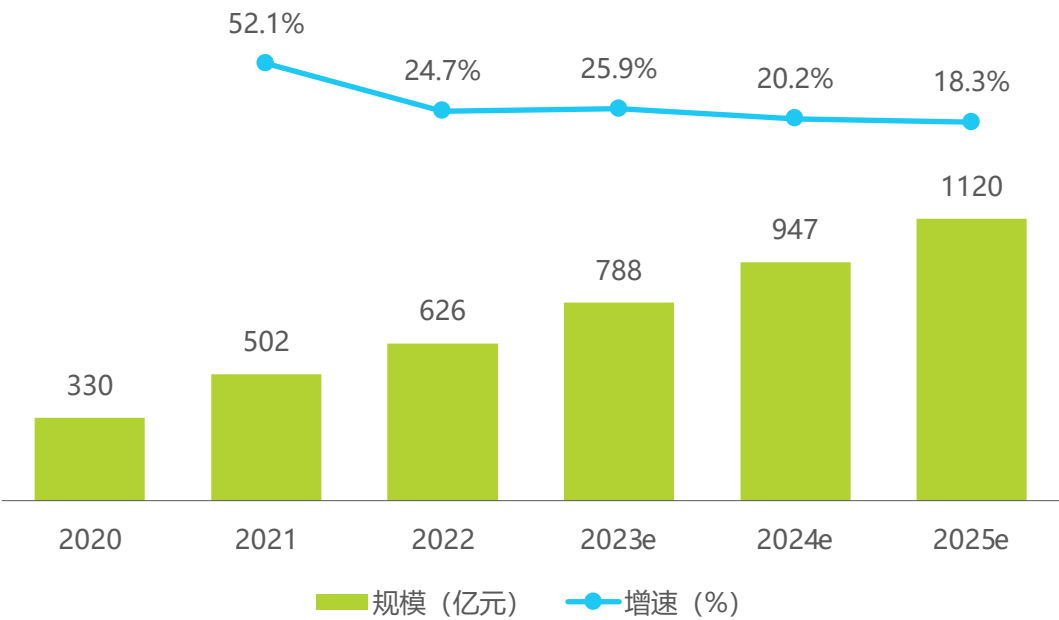
来源：综合专家访谈、Statista、欧睿，艾瑞咨询自主研究及绘制。
注：东南亚主要推算国家包括印度尼西亚、菲律宾、马来西亚、泰国、越南、新加坡。

中国现制奶咖市场规模

2022年中国现制奶咖市场规模达626亿，同比增速24.7%

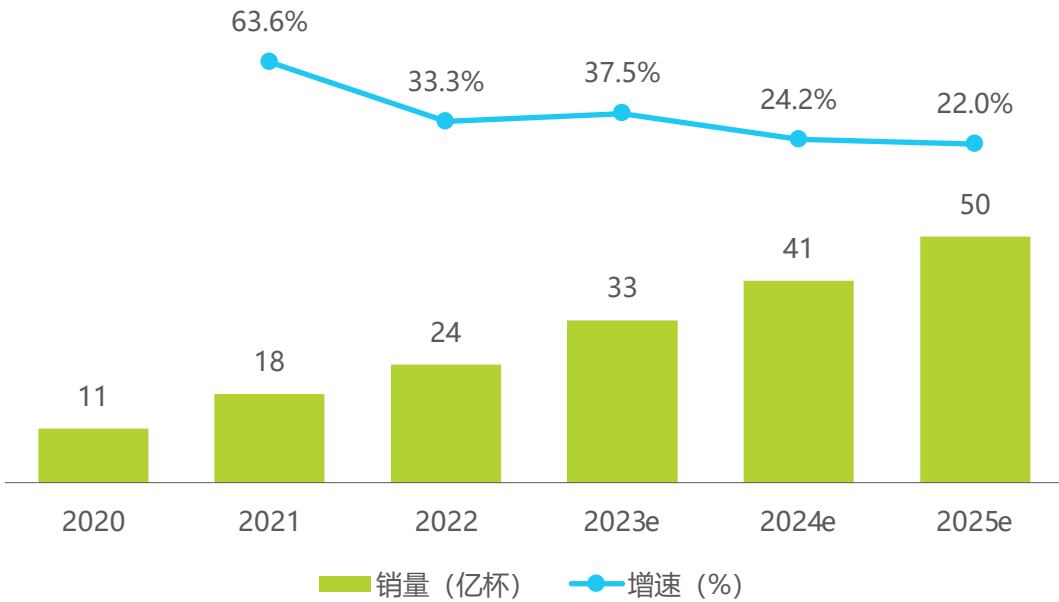
2022年中国现制奶咖市场规模达626亿元，同比增长24.7%，销量达24亿杯。

2020-2025年中国现制奶咖市场规模及预测



来源：综合专家访谈、Statista、欧睿，艾瑞咨询自主研究及绘制。

2020-2025年中国现制奶咖销售量及预测

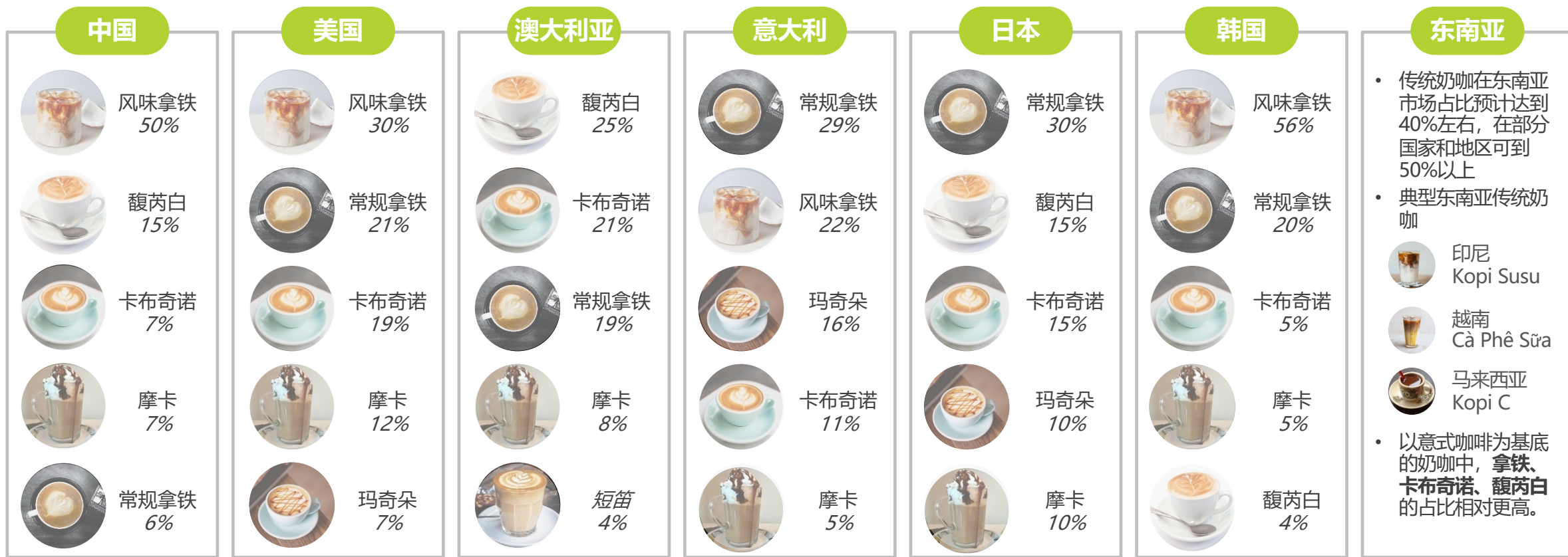


来源：综合专家访谈、Statista、欧睿，艾瑞咨询自主研究及绘制。

各国奶咖品类销量占比TOP5

风味拿铁、常规拿铁、卡布奇诺是世界范围内更受欢迎的奶咖品类，馥芮白在亚洲、东南亚地区份额逐渐扩大

从数据来看，拿铁是各国最流行的品类，并且各类风味拿铁在多数国家均较为流行。但在澳大利亚、意大利、日本等地区，有较多的消费者对于现制咖啡会更加追求咖啡与奶原本的味道，因此常规拿铁在这些市场更受欢迎。此外，虽然馥芮白出现与发展时间较其他奶咖品类更短，但在亚洲以及东南亚地区已逐渐占据了较高的市场份额。



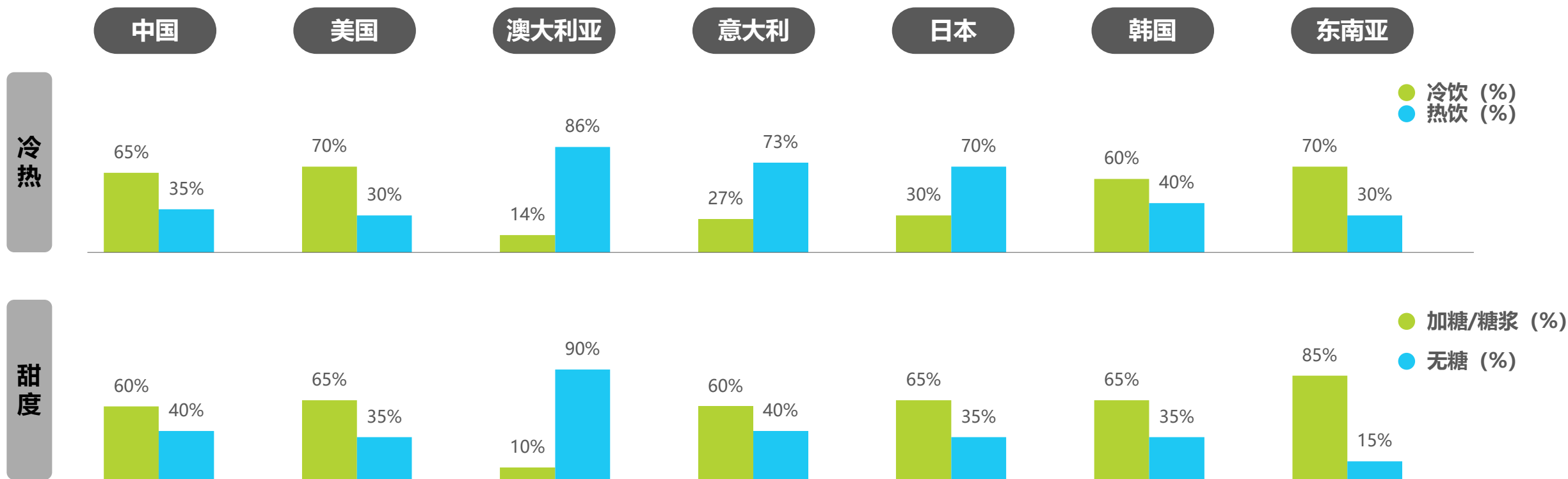
来源：综合专家访谈、Statista，艾瑞咨询自主研究及绘制。

各国奶咖冷热与甜度偏好

各国对奶咖的冷热偏好各有不同，整体而言更偏好添加糖浆的奶咖

整体来看，咖啡冷饮在中、美、韩、东南亚等国家已经占据了较高的市场份额，但在澳大利亚、意大利、日本等国，消费者依旧追求较为传统的现制奶咖饮品，因此仍在大范围的饮用热饮。从甜度来看，在多数地区加糖或糖浆的奶咖在市场份额上均超过了60%以上，仅澳洲地区当地对于无糖的奶咖相对更加偏好。

2022年各国奶咖冷热与甜度市场占比



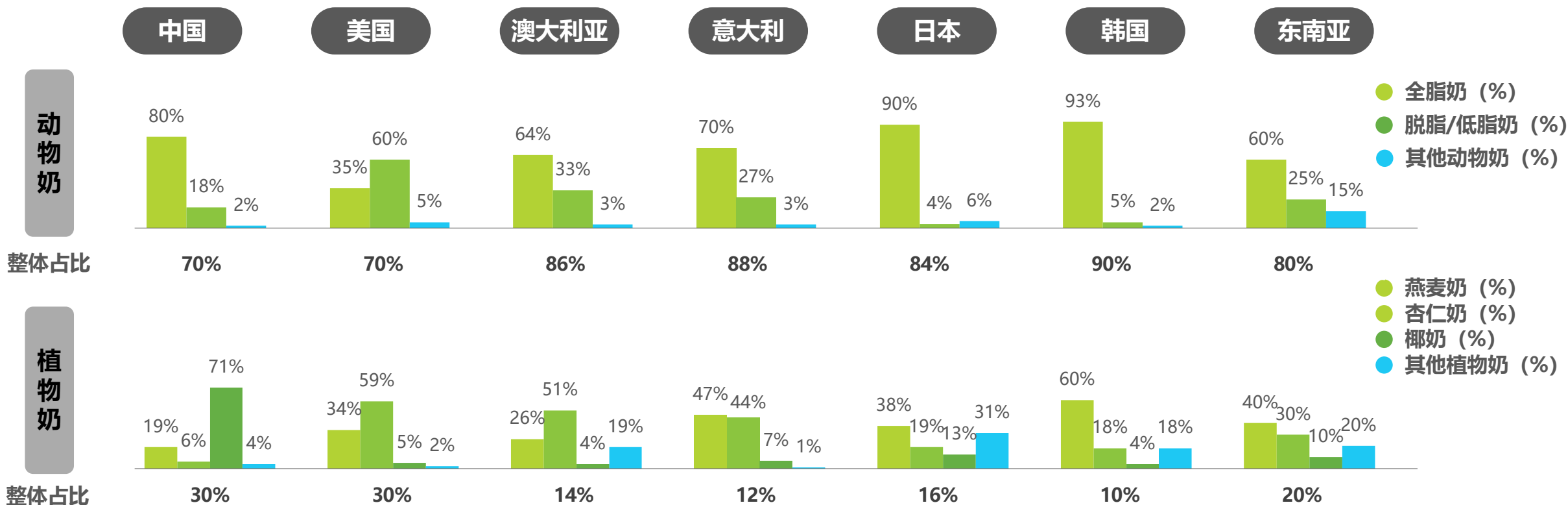
来源：综合专家访谈，艾瑞咨询自主研究及绘制。
注释：加糖包括砂糖与糖浆。

各国奶咖添加奶类型偏好

多数国家仍偏好添加全脂牛奶的奶咖，椰奶在中国热度最高，但其他市场仍有进一步拓展空间

动物奶方面，多数地区仍以全脂奶为主。其中，美国地区对低脂、脱脂奶领域分类更细（如2%奶等），因此奶咖中全脂奶的使用比例相对较低。东南亚等地区则大范围的使用淡奶、炼奶等产品，因此鲜奶以外的其他动物奶的使用率相对较高。在植物奶方面，生椰拿铁在中国的火热使椰奶在中国的使用比例远超其他国家，而在海外多数地区，燕麦奶在植物奶添加中的市场份额相对更高。由于澳洲地区植物奶发展时间更长，近年来植物奶的种类更加丰富，出现了如澳洲坚果奶等植物基乳制品。

2022年各国奶咖添加奶类型市场占比



来源：综合专家访谈，艾瑞咨询自主研究及绘制。
注释：其他动物奶，包含淡奶、炼奶等乳品。

02 / 经典奶咖产品发展历程

典型奶咖发展概览

意式咖啡基底的经典奶咖品类起源较早，随后走向品类细分、风味添加、形态变化的多元化发展方向

拿铁、康宝蓝、卡布奇诺是以意式咖啡为基底的经典奶咖中历史发展较早的品类、而后出现了玛奇朵、摩卡、澳白等细分品类；此外，随着咖啡文化的传播，在西欧、北欧、东南亚等地区的咖啡文化历史上也出现各种各样的小众奶咖品类。

经典奶咖品类

以鲜奶或鲜奶油与意式咖啡为基底，传播较广泛的经典奶咖

源自奥地利与意大利地区的品类



拿铁
Latte
17世纪末



康宝蓝
Con Panna
18-19世纪



卡布奇诺
Cappuccino
18-19世纪



玛奇朵
Macchiato
20世纪初

源自西班牙的品类



告尔多
Cortado
20世纪

源自美国的品类



摩卡
Mocha
20世纪

源自澳新地区的品类



澳白
Flat White
20世纪末

小众经典奶咖品类

其他区域性经典奶咖品类

奶形态变化的品类

- 炼乳/淡奶
- 冰淇淋
- 奶酪
- 酸奶

其他风味添加变化的品类

- 酒
- 茶
- 鸡蛋

咖啡形态变化的品类

- 速溶咖啡
- 咖啡糖浆

来源：公开资料、专家访谈，艾瑞咨询自主研究及绘制。

注释：摩卡一词的源头可追溯至17世纪的也门，但目前主流的摩卡咖啡做法定型于20世纪的美国。

拿铁 Latte：概览

以意式浓缩咖啡作为基底混合热牛奶制成，保留了咖啡的甘醇和牛奶的香滑

拿铁咖啡是一种牛奶咖啡，拥有丝滑的泡沫层是拿铁的亮点。真正的拿铁由一两杯浓缩咖啡、热牛奶和最后一层薄薄的奶泡组成，这些元素相结合，形成了平衡的奶咖啡，具有美观的外观和光滑的质地。

名称由来

- 在咖啡饮品上拿铁（Latte）通常作为意大利语中Caffè Latte（咖啡拿铁）的简称，而Latte一词本身来自于拉丁语中对牛奶的称呼，因此“Caffè latte”在意大利语中只是单纯的咖啡和牛奶的合成词。在意大利，如果直接在咖啡店中与店员交流要一杯“latte”，会很容易只得到一杯纯牛奶。此外，由于美国等国家无法区分长短音，因此在意大利以外的很多地区，咖啡馆多以“Café Latte”来命名拿铁。



典型做法



- 制作单份意式浓缩咖啡（25-30ml）萃取入杯中。
- 将125毫升左右的全脂牛奶蒸煮至60~65℃。
- 将咖啡倒入中号咖啡杯中，随后注入牛奶，将牛奶杯贴近咖啡杯，以轻轻摇晃的方式缓慢注入，最终形成的奶泡高度约为5毫米，或者配以不同的拉花图案。

拿铁 Latte：历史发展（1/2）

17世纪末诞生于维也纳，二战后从意大利传入美国，借助拉花技艺迅速流行开来

拿铁诞生于17世纪维也纳的咖啡馆中，当时咖啡的焦苦味不匹配维也纳人的口感，因此加入牛奶和糖调整口味。二战后拿铁从意大利传入美国，20世纪80年代借助拉花技艺获得迅速推广，在20世纪90年代已风靡全美国。

产品发展历史

据传说在1683年的维也纳战役中，奥斯曼帝国战败后在维也纳留下数百袋咖啡豆，促使了咖啡馆和现制咖啡在维也纳及其他中欧地区的传播。

而在咖啡馆成立之初，维也纳人喝不惯带渣咖啡，于是当地人便改良配方，将咖啡渣过滤后再加入大量的牛奶与糖缓解焦苦味，这便出现了早期的牛奶与咖啡的饮料。



1860年代末，“拿铁”一词首次用于描述这种牛奶与咖啡混合的饮料。

拿铁拉花的发展

- 拿铁拉花在20世纪中期已经在欧洲开始出现。
- 直到80年代一名美国咖啡师在西雅图的咖啡店中开始进行了应用后，拿铁拉花的技术开始首先在美国西雅图的各个咖啡店应用，并逐渐扩散至美国的其他地区。
- 如今，拿铁拉花在多数国家与地区已经成为了检验咖啡师技术与饮品质量的标志之一。

第二次世界大战后，拿铁从意大利传入美国。20世纪80年代末，拿铁在西雅图逐渐开始流行，并在90年代几乎出现在美国所有的咖啡店中。



产品发展驱动因素

名称易记易传播

“Latte”一词简短易记，容易在不同语言和文化中传播。

社交属性强

拿铁的制作过程中经常包括拉花艺术，其高度的可自定义性和视觉吸引力使其成为在社交媒体及短视频平台上的热门分享内容。

口味匹配度高

可与多种添加物混合，形成不同风味的拿铁，可持续激发消费者的好奇与猎奇，刺激拿铁消费与传播

拿铁 Latte：历史发展 (2/2)

20世纪早期出现“风味拿铁”，咖啡品牌的创新尝试行动推动“风味拿铁”发展更加丰富

风味拿铁诞生于20世纪早期的美国，伴随着星巴克、皮爷咖啡等品牌的售卖逐渐开始流行，通过对糖浆风味、奶风味的不断创新，风味拿铁的种类不断丰富多元，人气持续上涨。

风味拿铁发展历史

20世纪

- 20世纪早期：美国开始尝试在咖啡中加入酸豆、红石榴等糖浆。
- 20世纪70-90年代：星巴克、皮爷咖啡等连锁品牌的开始售卖加入各种糖浆的拿铁咖啡，风味拿铁开始变得流行。
- 20世纪90年代：莫林推出的香草、焦糖、榛果等口味的糖浆在星巴克等连锁咖啡店的应用，出现了较为经典的香草拿铁等品类。

21世纪

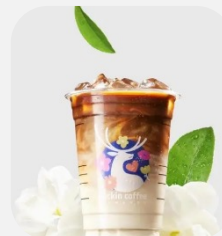
- 星巴克等厂商持续尝试通过糖浆开创更多风味的拿铁品类，尤其是2003年，星巴克的南瓜拿铁大受成功后，一些季节性风味的拿铁开始成为很多厂商在产品创新的方向之一。
- 此外，从2000年开始，燕麦奶、杏仁奶等植物奶的出现开始让连锁厂商逐渐在奶的层面上开始尝试，推出了燕麦拿铁等品类。植物奶也随着近年来消费者对于健康、环保等意识的觉醒，开始成为厂商创新的主要探索方向之一。
- 中国市场方面，瑞幸持续对拿铁风味进行风味创新，打造了生椰拿铁、茶味拿铁、酱香拿铁等多种人气风味拿铁

瑞幸风味拿铁创新案例



椰云拿铁（椰汁+咖啡）

- 2022年4月11日上市，上市首周实现了495万杯的销量
- 与椰树椰汁联名合作，将椰树牌椰汁打制成奶盖，形成云朵的外观，喝起来既有椰汁的清香，也有奶盖的绵密



碧螺知春拿铁（碧螺春茶+咖啡）

- 2023年3月6日上市，上市首周实现了447万杯的销量
- 创新性的将拿铁与中国十大名茶之一的碧螺春结合，让茶咖有了前中后调



酱香拿铁（茅台+咖啡）

- 2023年9月4日上市，上市首日实现了542万杯的销量
- 与茅台联名合作，创新使用添加了53度飞天茅台的厚乳，实现了浓郁酱香与咖啡醇香的完美融合

来源：公开资料、专家访谈，艾瑞咨询自主研究及绘制。

拿铁 Latte：典型变种或做法变化

欧蕾咖啡 (Café au lait)、Café con leche、Espressino、布雷卫 (Café Breve) 是拿铁咖啡的典型变种

通过调整咖啡比例、牛奶/奶油的混合使用、不打发奶泡、增加风味添加物等方式，最终实现了不同类型的拿铁变种咖啡，由以欧蕾咖啡 (Café au lait)、Café con leche、Espressino、布雷卫 (Café Breve) 作为典型。

相关小众/变种咖啡



01

欧蕾咖啡 (Café au lait)

- 源自法国，与拿铁相似，意为“加牛奶的咖啡”，历史可以追溯至17世纪早期至中期。
- 与拿铁差异：制作欧蕾咖啡时一般采用法压壶或滴滤式咖啡制作，且不会将奶进行打发，在口感上欧蕾咖啡的咖啡味更浓。



02

Café con leche

- 在西班牙语中名为咖啡加牛奶的饮料。由于该类饮品在拉丁美洲较为常见，因此在美国café con leche通常被认为是具有古巴风格的饮料。
- 与拿铁差异：咖啡的比例略微提升且不含奶泡，因此味更浓，但如果加糖的话会有较高的甜度。



03

Espressino

- 来源于意式浓缩 (Espresso) 与卡布奇诺 (Cappuccino) 的结合，起源于意大利普利亚南部地区。
- 与拿铁差异：通常装在小咖啡杯中，容量相比拿铁更小。在制作时，会先在杯中放入可可粉，而后加入一份意式浓缩 (30ml)，最后在杯中加入打发好的牛奶。



04

布雷卫 (Café Breve)

- 来源于意大利语中的“短暂的 (breve)”一词，因为使用“半牛奶半奶油”混合制品，因此这里的“短暂”可能代指饮品最终呈现的奶泡处于蓬松易消失的状态。
- 与拿铁差异：通常使用两份意式浓缩 (60ml) 进行制作，将奶替换成“半牛奶半奶油”进行打发，口感更加浓密。

卡布奇诺 Cappuccino: 概览

由意式浓缩、奶、奶泡组成饮品的核心，呈现出独特的“棕色”

卡布奇诺的主流做法由意式浓缩、奶、奶泡组成，特点在于饮品呈现出一种棕色，与天主教方济嘉布遣教会信徒所穿棕色长袍一致。一方面“卡布奇诺”源自于意大利人对于天主教方济嘉布遣教徒的称呼，另一方面也可能受到了来自于当时欧洲核心地区之一的奥地利的的影响。

名称由来

- 卡布奇诺 (Cappuccino) 目前的名称和饮品做法与天主教方济嘉布遣 (Capuchin) 教会相关联，饮品制作后呈现的颜色与该教会信徒所穿棕色长袍一致。
- 此外，关于卡布奇诺的一种较为广泛的说法是，卡布奇诺 (Cappuccino) 也源自于德语和奥地利语中的“Kapuziner”（可译作卡普奇纳，为奥地利等地区的一种咖啡饮品）。



经典做法

- 基于过往WBC大赛指南，一杯卡布奇诺约为150-180ml
- 需要1份 (1 shot) 意式浓缩，其余部分由全脂牛奶制作的打发奶 (textured milk) 与奶泡构成
- 一般需要至少1厘米高度的奶泡

其他地区/民间做法

- 在美国以及其他非意大利的咖啡店中，存在要求咖啡、奶、奶泡的比例达到1:1:1，并最终信徒头顶 (monk's head) 的拉花方式进行呈现的要求
- 这类方式相对而言可以更好的在视觉层面与口感层面上达到奶与咖啡的比例平衡
- 在咖啡的使用上可能会需要使用双份意式浓缩，或用滴滤式咖啡而实现

卡布奇诺 Cappuccino：历史发展

卡布奇诺起源于19-20世纪的意大利，二战后从意大利开始向其他地区传播

从饮品的历史发展来看，早期的卡布奇诺中奶更以奶油的方式加入至饮品中，在奶的使用和处理上也与现在大相径庭。其本身的发展和推广一方面来自于意大利人口与文化的传播，另一方面技术的发展也使卡布奇诺的做法得到了不断的完善和标准化。

产品发展历史

以添加奶油的方式为主，
很少添加牛奶

主要做法：

- 咖啡+奶油+糖
- 咖啡+奶油+糖+香料

- 卡布奇诺的前身卡普奇纳可追溯至18世纪晚期，是一种在18-19世纪的奥地利维也纳较受欢迎的饮品
- 饮品借由哈布斯堡家族的统治影响力，从维也纳传播到欧洲其他地区



“Kapuziner”
现在的样子

在意大利出现，并开始
出现了牛奶为主的做法

主要做法：

- 黑咖啡加入数滴牛奶或奶油

- “Cappuccino”一词的首次出现在意大利语文献中的时间可以追溯至19世纪
- 19世纪末期的部分意大利书籍中记载了关于当时卡布奇诺的做法



技术发展让使用牛奶制作
的方式成为主流

主要做法：

- 逐渐演变和发展至当前的主流做法

- 20世纪初，冰箱等冷藏保鲜设备也使饮品可以使用更多的牛奶而非奶油从而达到“Capuchin”所对应的棕色



拉花技术发展为饮品做法
增添了新的要求

主要做法：

- 逐渐演变和发展至当前的主流做法

- 二战后，卡布奇诺随着人口迁徙进入其他市场
- 卡布奇诺由于看起来具有“Cap”的前缀，使饮品在部分做法中需要最终拉花以类似信徒头顶的图案进行呈现



卡布奇诺经典的
类似信徒头顶的
图案

产品发展驱动因素

人口迁移、交换

王朝势力发展、战争等因素促使卡布奇诺从奥地利传播至意大利，并后续传播到美国及世界其他地区

意式风格浓厚的命名

- 名字“卡布奇诺”本身具有的意大利色彩使其他向往欧洲/罗马文化的消费者产生一定好感
- 这个现象促使了许多在欧美出现的创新咖啡也会以“ccino”进行结尾，如babyccino, chagaccino等

卡布奇诺 Cappuccino：典型变种或做法变化

Freddo Cappuccino与Iced Capps是两种典型的卡布奇诺冷饮变种

呈现上与卡布奇诺相似的Wiener Melange在一定程度上可能也是卡布奇诺最初受到奥地利咖啡文化影响的表现之一。此外，不同地区的咖啡参与者也尝试以冷饮的形态制作出具备卡布奇诺特点饮品，其中代表性的就是希腊与塞浦路斯地区的Freddo Cappuccino与加拿大地区的Iced Capps。

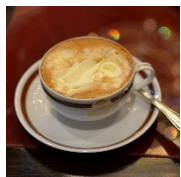
卡布奇诺相关小众/变种咖啡

热饮

Wiener Melange:

- 字面意思为“维也纳的Melange”
- 制作方法为半杯郎戈（Lungo）加上半杯牛奶以及部分奶泡，在最终呈现上也与卡布奇诺较为相似
- 口味上，因为使用了郎戈所以咖啡口味相对更淡可以更好的体会到奶的风味

• 典型示例:



维也纳当地咖啡厅中的
Wiener Melange

冷饮

Freddo Cappuccino:

- 同样可译为“冰卡布奇诺”，主要分布在塞浦路斯、希腊等地区
- 与卡布奇诺的制作思路一致，但在打发奶步骤时采用电动发泡器（在希腊等地区较为常见）或冰块混合后搅拌/调酒器摇晃等方式使奶泡形成。饮品最终会得到较为绵密的口感

• 典型示例:

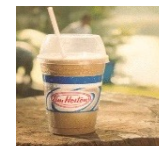


希腊当地咖啡厅中的Freddo
Cappuccino

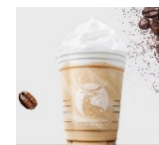
Iced Capps天乐雪:

- 源于加拿大的Tim Hortons，采用冰沙的形态还原卡布奇诺的颜色。在Tims Hortons 的做法中混合了奶、咖啡、黄油、香草糖浆等原料，因此再口味上会更甜并且有较强的香草风味

• 典型示例:



Tim Hortons（天好咖啡）
-Iced Capps天乐雪



瑞幸咖啡
-卡布奇诺瑞纳冰

摩卡 Mocha: 概览

以具备浓厚的“巧克力风味”为特征，在做法上与卡布奇诺有较高的相似度

摩卡一词虽然目前出现在很多意式咖啡厅中，但该饮品的实际上与意大利文化关联度并不高。摩卡的名称来自于也门历史上对于咖啡发展有关键作用的城市，摩卡城当地所种植的咖啡豆（即“摩卡咖啡豆”）本身也具备一股类似巧克力的风味。而摩卡饮品本身的做法实际上成型于20世纪的美国，有种猜测认为正是因为摩卡咖啡豆具备的巧克力风味使得后续在欧美市场发展时讹传为加入巧克力的饮品。

名称由来

- 摩卡（Mocha）一词，目前更广泛的说法是来自于15世纪开始作为咖啡关键交易港口的也门城市摩卡（Mokha），并经过在欧洲与北美的一系列演变后形成了现在摩卡的经典制作方式
- 此外，由于在做法上摩卡与卡布奇诺有着较高的相似度，因此在意大利语中以及部分意式咖啡厅中会被称作Mocaccino或Mochaccino



也门城市摩卡



典型做法

- 总量约200ml左右
- 往杯中加入1匙（约15 ml）黑巧克力酱或1匙饮用可可粉
- 做两份意式浓缩咖啡（double shots），直接萃取入杯中
- 打发的100ml全脂牛奶，然后倒入杯中
- 可选择往饮品上覆盖经搅打的奶油、巧克力碎等顶料

摩卡 Mocha: 历史发展

经历城市概念-咖啡豆概念-饮品概念三个变化阶段，不变的是咖啡与巧克力风味的美妙结合

基于目前的主流说法，摩卡（Mocha）一词最初与咖啡产生联系可最早追溯至17世纪甚至更早。而当代加入巧克力的做法则被目前主要认为成型于美国20世纪中期左右。纵观历史发展，摩卡与咖啡相关的含义随着时代的发展不断变化，但有着紧密关联度的巧克力风味仍依旧保留至今，成为了当今摩卡饮品的味觉内核。

产品发展历史

城市

由于地处红海的出口位置，摩卡城在17世纪左右成为了阿拉伯半岛上的重要贸易港口之一，埃塞俄比亚周边非洲及阿拉伯地区所生产的阿拉比卡咖啡豆在当时均在此地交易，阿拉比卡咖啡豆也通过摩卡城向欧洲、中东、印度等地区出口。

摩卡城的地理位置



咖啡豆

因此，摩卡一词在当时的欧洲也被用于形容来自摩卡城的咖啡豆，而在之后逐渐演变为高品质阿拉比卡咖啡豆或也门咖啡豆的代名词。而在描述也门咖啡豆的风味时，常常会以巧克力风味进行形容。

也门出产的摩卡咖啡豆



饮品

综合各方资料来看，主要有三个因素导致了目前的摩卡做法。

- 1. 咖啡豆风味：**也门咖啡豆的“巧克力风味”后续被咖啡师在制作饮品时逐渐用可可粉代替，并进一步被改造为使用巧克力
- 2. 同名甜品：**在19世纪晚期及20世纪早期的部分美国餐厅及部分甜品烹饪书中，一种名为摩卡蛋糕的产品开始出现，并在做法上加入了巧克力与咖啡
- 3. 历史上相似的饮品：**在意大利，一种名为Bicerin的饮品在19世纪流行，并且在做法上使用了咖啡、巧克力与奶油。

意大利的Bicerin咖啡



产品发展驱动因素

巧克力的风味优势

巧克力与咖啡两大广受欢迎的口味在摩卡中巧妙的结合，赋予了饮品一种醇厚的质感，并借由巧克力与牛奶进一步中和了咖啡的苦味。

可创作性强

与拿铁的逻辑类似，牛奶、巧克力等元素本身可以有多种多样的变化和创新。这些变化和重新也可以同样应用在摩卡饮品的制作上。

摩卡 Mocha：典型变种或做法变化

连锁咖啡厂商在奶与巧克力的使用变化拓宽了摩卡在视觉和口感上的广度与深度

由于摩卡在原料的使用上相对较多，巧克力和奶不同变化方式可以使摩卡的视觉与口感出现较多的可能性。其中，白摩卡便是在巧克力变化方面的典型代表。

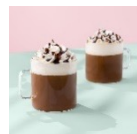
相关小众/变种咖啡

变种



白摩卡 White Mocha

- 将饮品中的黑巧克力替换为白巧克力，因此相对饮品会更甜更丝滑



榛仁摩卡 (Hazelnut mocha) 和焦糖摩卡 (Caramel mocha)

- 在经典做法基础上添加榛仁糖浆或焦糖浆，或是直接使用榛仁/巧克力混合糖浆或焦糖/巧克力混合糖浆。从而使产品呈现出不同的风味



晚礼服摩卡 Tuxedo Mocha —— 星巴克

- 同时使用白巧克力与黑巧克力，塑造出典型的男士晚礼服形象，口感更加醇厚



大理石摩卡玛奇朵 Marble Mocha Macchiato —— 星巴克

- 采用拿铁玛奇朵的做法，但在咖啡中加入牛奶巧克力，在口味上更接近玛奇朵

其他典型中国厂商摩卡变种

- 橘皮摩卡——Manner Coffee



- 生椰摩卡——Blueglass



- 摩卡沙滩椰子酸奶——cococean



其他相似做法品类

摩洛哥咖啡 Marocchino

- 往玻璃杯中依次叠加单份浓缩咖啡、可可粉、绵密奶泡，最后再撒上可可粉。
- 饮用前先欣赏分明的层次，再将底下的可可粉搅入咖啡中。
- 相比于摩卡，摩洛哥咖啡的巧克力风味更淡，咖啡风味更浓。



Morocchino

——意大利Lavazza:

玛奇朵 Macchiato: 概览

最经典的做法仅由意式浓缩与奶泡构成，而后出现了拿铁玛奇朵、焦糖玛奇朵等产品变种

追溯至源头，经典的咖啡玛奇朵（Espresso Macchiato）只是在一杯意式浓缩中加入少许奶泡，从而使饮品的口味增加了些许甜味。此后出现的拿铁玛奇朵、焦糖玛奇朵在做法上与咖啡玛奇朵实际已经有了较大的差异。这两类饮品相对而言更多的使用了Macchiato（染色过的）一词本身的含义，通过在牛奶中倒入咖啡以实现让牛奶染上咖啡的颜色。近年来出现的Dirty咖啡在制作方式与呈现上与拿铁玛奇朵有一定的相似度，而提纯奶的使用也让咖啡对牛奶“染色”的方式变得更加特别。

名称由来

- 玛奇朵（Macchiato）一词本意代表着有斑点的（Spotted）和染色过的（Stained），因此玛奇朵在最早的呈现上也是通过奶泡使意式浓缩轻微的染上奶的颜色。

主要品类

咖啡玛奇朵 Espresso/Caffe Macchiato

典型做法 (60ml):

- 制作1-2份意式浓缩（共25-50ml）
- 将全脂奶加热并进行打发
- 在杯中倒入意式浓缩，并加入1-2小勺的奶泡



拿铁玛奇朵 Latte Macchiato

典型做法(180ml):

- 加热并打发120ml全脂牛奶至出现奶泡，并将牛奶倒入杯中
- 在杯中的中心缓慢倒入一份意式浓缩
- 意式浓缩会自动沉到奶泡下面但漂浮在奶上面，形成3段式的分层



相似做法——Dirty咖啡:

- 不同点在于dirty咖啡常使用冰牛奶，在加入咖啡后会逐渐下渗，形成不同的视觉体验
- 典型示例**
 - M Stand – 脏咖啡
 - 瑞幸 – 古姬紫风铃 dirty



焦糖玛奇朵 Caramel Macchiato

典型做法(200ml):

- 与拿铁玛奇朵较为相似
- 在杯子底部加入15ml香草糖浆
- 在杯中倒入加热并打发好的全脂牛奶120ml
- 缓慢倒入1份意式浓缩
- 在饮品顶部淋上焦糖酱



玛奇朵 Macchiato：历史发展

源自于20世纪与未加奶意式浓缩咖啡的产品区分，终成为在创新中成长的一种流行品类

从饮品的历史发展来看，最初玛奇朵的出现只是为了与未加奶泡的意式浓缩进行区分。从拿铁玛奇朵开始，该品类发展开始出现巨大转变，牛奶使用量的增加和处理方式让饮品在呈现上更具备辨识度。而基于拿铁玛奇朵产生的焦糖玛奇朵不仅在口味上进行了创新，作为星巴克的周年纪念产品，焦糖玛奇朵还借助于厂商的影响力让玛奇朵产品的知名度进一步提升。

产品发展历史

咖啡玛奇朵

Espresso/Caffe Macchiato

- 多数公开资料显示，咖啡玛奇朵的做法最开始从20世纪开始出现在意大利的餐馆之中
- 玛奇朵一词最初的使用也是为了方便在店内顾客服务时，将饮品与不加任何东西的意式浓缩咖啡（Espresso）进行区分

拿铁玛奇朵

Latte Macchiato

- 20世纪晚期，拿铁玛奇朵的做法也逐渐成型。其做法本身与咖啡玛奇朵在牛奶和咖啡的配比上几乎相反
- 从字面意义上理解，拿铁玛奇朵可理解成“染色过的牛奶”
- 因此该饮品本质上是一个以牛奶为基底饮品，并融入了咖啡玛奇朵的制作理念

焦糖玛奇朵

Caramel Macchiato

- 焦糖玛奇朵的起源可追溯到1996年
- 该饮品本身是为了纪念星巴克成立25周年的特别饮品
- 1996年，星巴克的Hannah Su带领团队历经十个月左右的时间，尝试了超过30种搭配，并最终使饮品于当年10月份在美国上市
- 而后，该品类随着星巴克在全球的扩展也逐渐让全世界的消费者所熟知

产品发展驱动因素

层次分明的视觉呈现

从拿铁玛奇朵开始，饮品在视觉呈现上都表现出较强的特色，如拿铁玛奇朵的液体分层，焦糖玛奇朵的图案等。一定程度上带动了玛奇朵相关产品在市场上的流行和推广。

连锁厂商传播/推动

焦糖玛奇朵作为星巴克的周年纪念作品与菜单上的标志性产品之一。厂商对该产品的市场传播也一定程度上带动了玛奇朵在各个市场上的知名度。

康宝蓝 Con Panna: 概览

“咖啡+奶油”的欧洲经典且流行的组合产品，在欧洲各地流传着名字不同但做法相似的饮品

康宝蓝作为饮品的全称是Espresso Con Panna，该饮品在意大利语中直译过来就是“咖啡加奶油”。事实上，咖啡+奶油在欧洲是一个较为经典且流行的饮用方式，不同地区都有着类似做法但不同名称的饮品。

名称由来

- 康宝蓝 (Espresso Con Panna) 一词本身就非常简洁明了的诠释了该饮品本身的做法，即意式浓缩咖啡 (Espresso)，加上奶油 (Con Panna)

饮品做法



经典做法

- 一杯约为90ml左右
- 兑四分之一杯浓奶油、2茶匙糖、1份香草精进行搅拌，传统上使用手动搅拌器，也可改用电动式。理想的结果是看到打发后的奶油呈现出条条分明的棱子
- 将一份浓缩咖啡 (30ml) 萃取入小咖啡杯 (Demitasse, 容量为60-90ml左右) 中，将打发好的奶油挤成奶油顶放置于咖啡之上，避免溶入咖啡中

相似做法品类

- 奥地利/德国——艾斯班拿 (Einspänner)：咖啡加奶油的饮品，但一般使用玻璃杯
- 英国/法国——维也纳 (Café Viennois)：做法与康宝蓝基本相同，饮品本身直译为维也纳咖啡
- 卡布奇纳 (Kapuziner)：被认为是Cappuccino的前身，但实际在做法上更类似于康宝蓝，一般使用咖啡+奶油+香料 (肉桂、小茴香等) 制作而成



易混淆的品类：Caffè crema

虽然直译为咖啡奶油，但“crema”通常在欧洲地区指咖啡通过萃取所生成的油脂，而非添加奶油或其他奶制品。

康宝蓝 Con Panna：历史发展

受维也纳咖啡文化在欧洲传播的影响，18-19世纪在意大利诞生了康宝蓝

康宝蓝受18-19世纪维也纳咖啡文化在欧洲传播的影响而诞生，因其绵密的口感及多样的造型实现了较为快速的传播与普及。

产品发展历史

- 康宝蓝饮品从其意大利语的名称来看，在做法上也应该最终形成于意大利。

Espresso Con Panna —— 来源于意大利语

- 从欧洲其他地区对于咖啡加奶油这类饮品的取名都指明了奥地利维也纳的关键影响力。康宝蓝或许与卡布奇诺一样也受到了来自18-19世纪维也纳咖啡文化在欧洲传播的影响。

Einspänner —— 起初流行于奥地利维也纳的一种饮品

Kapuziner —— 18-19世纪流行于奥地利维也纳的一种饮品

Café Viennois —— 源自于法语，直译为维也纳咖啡

- 近年来咖啡+奶油这类饮品在韩国等地区较为流行

- 由于使用奶油枪喷上奶油顶，使饮品在展现上较为好看并比较适合打卡拍照，因此康宝蓝或相似的饮品在韩国的特调咖啡店中受到了较多韩国年轻消费者的欢迎。



产品发展驱动因素

口感与口味优势

奶油本身的甜与绵密的口感与咖啡的融合度较好，因此在维也纳出现后也逐渐向周边的意大利、法国、德国等地区传播。

视觉因素

奶油本身的可塑性较高，因此可以在造型上摆出不同的花样；同时，因为不会很快和咖啡融合，奶油的白色与咖啡的褐色可以形成鲜明的对比。

澳白 Flat White: 概览

由双份意式浓缩混合蒸汽打发牛奶制成，较之拿铁与卡布奇诺更突出咖啡自身风味

澳白 (flat white) 是由双份意式浓缩咖啡混合了蒸汽打发的牛奶，仅含薄薄一层奶沫的咖啡饮品。通常盛放于5.5-6oz (约160-180ml) 的陶瓷杯中，制作要点之一是打出细密而绵软质感的牛奶，但几乎不含泡沫，然后直接倒入浓缩咖啡中与之混合。由于其不分层次的做法，再加上其牛奶占比相对拿铁、卡布奇诺较低，因此是一种突出咖啡自身风味的品类。

名称由来

- 澳白的英文名称flat white本意指带为几乎不含奶泡的咖啡做法，其中flat一词指代澳白相对于拿铁与卡布奇诺而言更薄的奶泡，而white指加奶的做法。

饮品做法



经典做法:

- 将双份意式浓缩咖啡 (60ml) 萃取入杯中。
- 准备120ml左右的牛奶，用蒸汽棒打出绵软质感，温度不宜超过65 °C。
- 将奶杯轻轻在台面上敲击几下，再缓缓转几圈，去除大泡沫。
- 将牛奶徐徐导入咖啡杯中，留下约20毫米左右高度的奶泡。
- 可做拉花也可不做拉花。

其他做法:

- 变化点：用两份芮斯崔朵 (30ml) 代替意式浓缩
- 特点：在星巴克的澳白中多会按这种方式制作，采用芮斯崔朵可以更好的减少咖啡的苦味物质，突出口感



澳白 Flat White：历史发展

澳白起源于上世纪80年代的澳洲与新西兰，在2010年左右依靠咖啡巨头的推广风靡全球

澳白最初于1980年代起流行于澳洲与新西兰，但在很长的一段时间里该品类在欧洲与北美仅局限于部分澳式的咖啡厅中，但随着2015年起星巴克的推广，澳白也逐渐成为风行全球的主流咖啡品类。

产品发展历史

1980s

- 上世纪80年代，随着意大利移民的到来，卡布奇诺等经典意式咖啡品类也被代入澳大利亚及新西兰地区。加入奶的咖啡开始在当地被称为白咖啡。
- 由于部分当地消费者不喜欢在饮品中出现太多奶泡，因此很多店铺内开始提供不加奶泡的白咖啡，澳白作为一个单独品类开始出现在澳洲与新西兰地区的各个咖啡馆中。

2000s

- 随着2005年一家名叫“Flat White”咖啡馆在伦敦的开业，澳白这一品类也渐渐在英国流行开来。
- 之后两家连锁咖啡品牌巨头Coasta与星巴克在2009年左右也在澳洲和英国推出了澳白饮品。

2010s

- 在北美，澳白在2010年左右虽局限在澳新移民以及少数澳式咖啡厅中，但在美国纽约等城市逐渐开始成为新潮品类。其中背后也有诸如休·杰克曼等澳洲地区的明星作为推手。
- 2015年，星巴克开始在全球各个地区推出澳白饮品。尤其是在中国市场推出时将澳白定名为“馥芮白”，并使很多中国消费者开始熟知澳白这一品类。

产品发展驱动因素

口感优势

相较卡布奇诺等厚奶泡的饮品，澳白由于奶泡较薄因此在口感上可以更加突出咖啡本身的味道。

澳洲文化传播

澳新两国本身有着深厚的咖啡传统，并逐渐发展成为咖啡文化的前沿阵地之一。在欧美，来自澳新的顾客常常被认为是对于咖啡有着自己独特的口味和鉴赏力，因此澳新侨民将母国的咖啡做法传至海外也就不足为奇。

制作简单

由于奶泡较薄，在制作上不需要对奶进行过多的打发，可以在店内快速制作出来。

告尔多 Cortado: 概览

起源于西班牙的小杯咖啡品类代表，在欧美市场有着较多相似的兄弟姐妹，但在国内相对小众

告尔多在多数经典咖啡店的菜单中是少数起源于西班牙而非意大利的饮品种类。其最为大众的做法是在一个约100毫升的杯中加入等量的意式浓缩咖啡和热牛奶。除了该品类本身伴随着西班牙语的影响力传播拉美市场并出现变种之外，在做法上较为相似的直布罗陀、短笛拿铁等似乎也自发的出现在市场上，与告尔多成为姐妹品类，带动了告尔多的普及与传播。但在国内，目前告尔多的普及度与销量与其他奶咖品类相比有着较大的差距。

名称由来

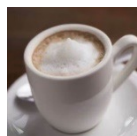
- Cortado一词来源于西班牙语Cortar（切）的过去分词形态，因此在饮品制作上，cortado的含义可以相对而言理解为通过牛奶“削减”咖啡的味道并使其更容易接受

典型做法

- 总量为4oz（约100-120ml）
- 制作2份意式浓缩（共50ml）
- 将奶进行加热或蒸煮
- 在杯中倒入意式浓缩后，加入牛奶
- 咖啡与奶的比例一般为1:1或1:0.5

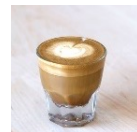


主要饮品变化/变种



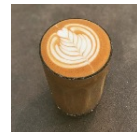
告尔迪多Cortadito —— 古巴及部分拉美市场

- 与告尔多相同的奶与咖啡的比例，总量也为4oz
- 但奶通常会采用炼奶或淡奶，并在咖啡中加糖，进而使饮品的甜度大幅度上升



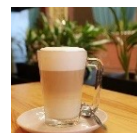
直布罗陀Gibraltar —— Blue Bottle Coffee蓝瓶咖啡

- 总量为4oz
- 两份意式浓缩+2份奶，做法本身与告尔多咖啡相差无异



短笛拿铁Piccolo —— 澳洲

- 总量为4oz
- 通常采用约20-30ml左右的意式浓缩或芮斯崔朵，而后加入打发过的牛奶



Galao —— 葡萄牙

- 总量为4oz
- 在奶与咖啡的比例上与短笛咖啡相对较为相似，为3:1，但在咖啡上多以意式浓缩为主

- 此外，由于在奶与咖啡的比例上较为接近且同样以小杯的形式出品，因此在部分咖啡厅中会将咖啡玛奇朵与告尔多（含奶量较少的版本）视作同一个的品类

告尔多 Cortado：历史发展

告尔多借助西语文化在全球传播的同时，直布罗陀与短笛拿铁独立兴起进一步扩充了小杯奶咖品类的丰富度

借助西语文化，告尔多在20世纪末期便在伊比利亚半岛、加勒比地区等西语人口聚居的区域流行开来。而进入21世纪后，直布罗陀与短笛拿铁在美国与澳洲几乎作为独立的咖啡品类兴起，但由于在做法上与传统的告尔多相似，因此也促使了告尔多在全球的传播。从功能性的角度来讲，直布罗陀与短笛本身最初的目的都是方便咖啡师对意式浓缩状态的评估，因此这类饮品在口味上可以让消费者更好的感受咖啡豆本身的风味，让奶咖中原本咖啡的味道更加凸显。

产品发展历史

告尔多本品的兴起

- Cortado起源于西班牙，具体起源地区目前主要马德里或巴斯克地区两种说法。
- 在出现后，Cortado便开始在整个伊比利亚半岛流行
- 在古巴等地区，Cortado也为了迎合当地口味，出现了Cortadito等加入炼奶或淡奶的做法



告尔多的二重身——直布罗陀咖啡

- 直布罗陀咖啡在很长一段时间都作为蓝瓶咖啡的隐藏菜单提供。
- 2005年左右，蓝瓶咖啡的员工由于误订了一批来自的libbey公司的Gibraltar八角杯。这种杯子一般多用于调酒，但容量仅4.5盎司。
- 为了充分利用这些杯子，咖啡师在杯内加入了意式浓缩和蒸牛奶，并以杯子的名字将咖啡命名为直布罗陀，并通过这类饮品评估咖啡机的工作状态。
- 后续蓝瓶咖啡才意识到该饮品实际上就是告尔多，但依旧保持了直布罗陀的这个名字在店内提供。



告尔多的姐妹——短笛拿铁

- 短笛其本质是缩小版的拿铁
- 咖啡师既可以通过该饮品充分评估不同咖啡豆与奶的搭配情况，又不会摄入过多咖啡因。因此，该咖啡在最初仅流行于澳洲咖啡师之间。
- 后续短笛拿铁也逐渐被顾客所熟知，并在澳洲各个咖啡厅内作为饮品提供。



产品发展驱动因素

奶与咖啡搭配的风味更加凸显

与多数奶咖品类相比，告尔多在奶与咖啡的配比上相对更加均衡，可以更好的让饮用者体验咖啡与奶搭配出的风味，感受不同咖啡豆与奶的组合。

国家文化传播

告尔多与短笛拿铁的市场传播，显著受到了西班牙文化与澳大利亚文化在全球各个市场的发展与传播。

小众经典奶咖品类概览

除主流奶咖外，世界各地因历史、天气、饮食习惯等因素也不断发展出各类小众经典奶咖

根据奶咖的原料组成，小众经典奶咖大致可以按照奶形态、咖啡种类、额外添加成分等维度进行分类。

变化维度	变化点	典型产品示例				
按奶形态划分	炼乳/淡奶	邦邦咖啡 Café Bombon	告尔迪多 Cortadito	越南咖啡 Vietnamese coffee	泰式冰咖啡 Thai Iced Coffee	马来西亚奶咖 Kopi C
	冰淇淋	阿芙加朵 Affogato		Eiskaffee		
	奶酪	奶酪咖啡 Kaffeeost				
	酸奶	越南酸奶咖啡 Cà Phê Sữa Chua				
咖啡形态	速溶咖啡	马来西亚怡宝白咖啡 Ipoh White Coffee		印度式冰咖啡 Delhi-Style Cold Coffee		
	咖啡糖浆	咖啡牛奶 Coffee Milk				
风味添加	酒	爱尔兰式咖啡 Irish Coffee		法利赛咖啡 Pharisäer Kaffee		
	茶	鸳鸯		Kopi Cham		
	鸡蛋	越南鸡蛋咖啡 Cà Phê Trứng		北欧蛋咖啡 Scandinavian Egg Coffee		

来源：公开资料、专家访谈，艾瑞咨询自主研究及绘制。

奶形态变化：炼乳/淡奶

奶形态为炼乳/淡奶的奶咖主要包括Kopi C、越南咖啡、泰式冰咖啡、邦邦咖啡、告尔迪多等

此类奶咖的主要原料包括浓缩咖啡、炼乳/淡奶、糖、冰（如需），以及如盐、豆蔻、玉米、大豆、大米和芝麻等配料。



邦邦咖啡



特点

因为咖啡与炼乳的密度不同，所以有明显的分层外观，增加了视觉吸引力



历史

来自瓦伦西亚的阿利坎特，bombon一词在西班牙语中指代“糖果”的意思。



做法

- ① 先倒入约60ml炼乳至杯中；
- ② 加入2份意式浓缩咖啡，约60ml。倒入咖啡时需非常小心，以免破坏分层效果；
- ③ 再用奶油枪等工具挤上鲜奶油，撒少许可可粉。



告尔迪多

古巴浓缩咖啡，少量的浓缩咖啡加入一定量的糖与炼奶，是告尔多的拉美文化改良版

起源于古巴，最初是为了让人们在不摄入太多糖或牛奶的情况下每天享受咖啡而发明的

- ① 将2-3勺糖加入1份意式浓缩中搅拌至糊状，从而制作出espuma（糊状的咖啡）；
- ② 再加入一份意式浓缩咖啡并搅拌均匀；
- ③ 最后倒入60ml加热过的炼乳或淡奶。



越南咖啡

传统的越南咖啡非常浓烈，浓缩咖啡搭配甜炼乳使得口感更自然

1860年左右法国耶稣会传教士带到越南，之后越南逐渐发展出了自己的咖啡文化

- ① 将约20g左右咖啡粉洒在漏滴杯中的压板上，按压后进入热水，等待咖啡从细孔滴落；
- ② 将冰块加入咖啡杯；
- ③ 将滴滤式咖啡（200ml左右）和1-3勺炼乳倒入咖啡杯。



泰式冰咖啡

黑咖啡中加炼乳和牛奶，泰国咖啡豆被烤得很黑，因咖啡香气和高烘焙谷物和种子的烟熏味闻名

极有可能来源于英、法、西班牙等欧洲国家咖啡文化在东南亚地区的逐渐渗透

- ① 先加入10ml炼乳和15ml淡奶；
- ② 可以加入少许盐来提升甜度；
- ③ 加入适量冰块，搅拌均匀；
- ④ 倒入约200ml滴滤式咖啡，再次搅拌均匀；
- ⑤ 最后肉桂、香草或茴香来提香装饰。



Kopi C

添加淡奶和白糖，口味比较清淡，较加入炼乳的咖啡甜度更低

起源于英属马来西亚时代，是历史上从中国大陆的闽南地区移民到东南亚沿海的结果

- ① 制作约160ml的滴滤式咖啡；
- ② 在咖啡杯中加入5g糖和15ml淡奶；
- ③ 在咖啡杯中加入滴滤式咖啡；
- ④ 加满热水至自己想要稀释到的程度；
- ⑤ 最后用勺子搅拌均匀。

奶形态变化：冰淇淋

奶形态为冰淇淋的奶咖主要包括阿芙加朵、Eiskaffee等

此类奶咖的主要原料包括浓缩咖啡、香草冰淇淋、鲜奶油、利口酒（如意大利苦杏酒、甘露咖啡力娇酒）、巧克力屑等。由于加入冰淇淋的缘故，冰淇淋咖啡也经常作为甜点，在餐后被享用。

整体特点

- 由于加入冰淇淋的缘故，餐馆和咖啡馆经常把冰淇淋咖啡作为一种甜点
- 通常作为消费者的一种餐后咖啡甜点组合，搭配饼干等食物一起享用



阿芙加朵

历史发展

- “Affogato”一词最初出现在意大利，字面意思是“浸没的”，因为阿芙加朵正是一勺“浸没”在浓缩咖啡里的冰淇淋。

具体做法

- ① 首先将2勺意式冰淇淋（每勺约45g）放入透明玻璃杯；
- ② 再将热意式浓缩咖啡（30ml）倒入，看着浓缩咖啡与意式冰淇淋相遇并开始融化形成厚厚的泡沫也是体验的一部分；
- ③ 最后将7-15ml左右的利口酒倒入；整体饮品约液体70ml，外加45g冰淇淋。



Eiskaffee

历史发展

- 德国许多咖啡馆和冰淇淋店经营者，是20世纪下半叶从意大利移民过来的人，因此阿芙加朵传入德国后成为了Eiskaffee，译为“German Iced Coffee/冰淇淋咖啡”。

具体做法

- ① 将2-3（每勺约45g）勺冰淇淋放入玻璃杯中；
- ② 加入约460ml冷滴滤式咖啡；
- ③ 再加入一勺鲜奶油；
- ④ 最后撒上少许巧克力屑，也可用华夫饼干作为装饰。

奶形态变化：奶酪&酸奶

奶形态为奶酪的奶咖主要为奶酪咖啡(Kaffeost); 奶形态为酸奶的奶咖主要为越南酸奶咖啡(Cà Phê Sữa Chua)

奶酪咖啡(Kaffeost)的主要原料包括浓缩咖啡、芬兰面包奶酪(Juustoleipä)等, 因含有粘稠的微甜奶酪, 所以口感相对浓郁。越南酸奶咖啡(Cà Phê Sữa Chua)的主要原料包括浓缩咖啡、炼乳、越南酸奶、冰等, 由于酸奶的加入, 味觉上, 含有酸、香、甜等层次变化; 视觉上, 搅拌后会形成美丽的大理石状效果。



奶酪咖啡 (Kaffeost)

咖啡特点:

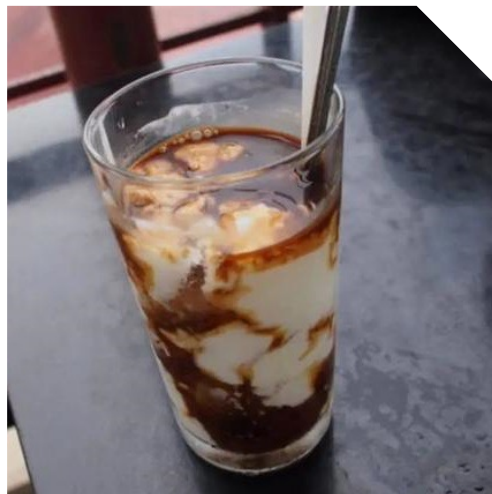
咖啡和奶酪的混合物被称为芬兰面包奶酪, 可以吸收咖啡而不会融化, 为咖啡增加了一层浓郁的口感, 并为饮用者提供了一层粘稠的微甜奶酪。

历史发展:

起源于北欧斯堪的纳维亚半岛上的土著萨米人, 他们有饲养驯鹿的传统, 因此奶制品也以驯鹿奶为特色; 此外, 经常食用奶酪可以防止微量矿物质缺少, 同时也能抵御北欧的寒冷天气。

具体做法:

- ①先将圆饼状3公分厚的奶酪稍微火烤至表面有点烧焦的程度;
- ②然后将奶酪切成可入口的大小放进杯中;
- ③最后将滴滤式咖啡倒入即可



越南酸奶咖啡 (Cà Phê Sữa Chua)

咖啡特点:

可以品味到咖啡酸、香、甜等不同层次的细节变化, 质地醇厚, 口味偏甜, 喝起来清爽无负担; 酸奶一开始浮在上面; 搅拌后, 会形成美丽的大理石状效果。

历史发展:

咖啡与酸奶都是最初法国人带到越南, 并被纳入了当地的烹饪传统; 随着使用酸奶、鸡蛋甚至水果的变化, 越南咖啡逐渐形成了自己的风格。

具体做法:

- ①将100ml滴滤式咖啡和约15ml的炼乳倒入杯中搅拌均匀;
- ②加入冰块;
- ③最后倒入半杯 (约100ml) 的越南酸奶



咖啡形态形态变化：速溶咖啡&咖啡糖浆

采用速溶咖啡的奶咖有马来西亚怡宝白咖啡、印度式冰咖啡等；采用咖啡糖浆的奶咖有咖啡牛奶等

采用速溶咖啡的奶咖主要原料包括速溶咖啡、水、牛奶、糖等，其中马来西亚怡宝白咖啡是将磨碎的咖啡粉与非乳制品奶精和糖充分混合，咖啡味相对浓郁；印度式冰咖啡是速溶咖啡全脂牛奶、糖和冰的混合物，搅拌后形成完美的泡沫。采用咖啡糖浆的奶咖主要由咖啡糖浆和牛奶混合而成，类似于巧克力牛奶。

马来西亚怡宝白咖啡 Ipoh White Coffee



咖啡特点：

咖啡豆使用低温烘培法，烘培时间较长，咖啡因含量较低；将磨碎的咖啡粉与非乳制品奶精和糖充分混合，咖啡冲泡出的香气更加浓郁。

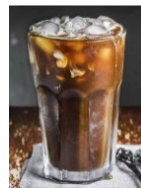
历史发展：

源于英国统治马来半岛的英属马来亚时期，一位名叫“白叔”的华人在马来西亚的英国人家庭当管家，后因英国人迁离马来西亚而失业，便在怡保推木头车以“白咖啡”为名售卖咖啡。

具体做法：

- ① 加入20-40克速溶怡保白咖啡，使用150-180毫升热水（±80℃）冲泡
- ② 而后可以在咖啡中加入炼奶与淡奶至充满整个杯子

印度式冰咖啡 Delhi-Style Cold Coffee



咖啡特点：

是速溶咖啡全脂牛奶、糖和冰的混合物，搅拌后形成完美的泡沫；咖啡通常使用速溶咖啡，但也可选择使用滴滤式咖啡或意式浓缩咖啡制作。

具体做法（速溶咖啡的版本）：

- ① 将50g咖啡粉和50ml水放入搅拌机中搅拌；
- ② 加入15-20g左右的糖，继续搅拌直至起泡；
- ③ 最后加入一把冰和约100ml左右的牛奶至充满整个杯子即可

咖啡牛奶 Coffee Milk



咖啡特点：

咖啡牛奶是一种饮料，将咖啡糖浆或提取物与牛奶混合，类似于巧克力牛奶；由于产品的受欢迎程度，咖啡糖浆最终被装瓶并由商家出售。

历史发展：

起源于20世纪初的美国，第一杯咖啡牛奶是由一个冷饮机操作员发明的，他用牛奶和糖把剩下的咖啡渣制成糖浆，然后把它混合到牛奶中。

具体做法：

- ① 100g咖啡粉与400ml水通过咖啡机制作煮好的咖啡
- ② 将咖啡倒入平底锅加热并放入200g砂糖，小火熬煮约30分钟，至混合物变浓稠
- ③ 将糖浆装入罐子内冷藏降温，
- ④ 饮用时加入30ml的咖啡糖浆，和约200毫升的牛奶

风味添加变化：酒

额外添加酒成分的奶咖有爱尔兰式咖啡(Irish)、法利赛咖啡(Pharisäer Kaffee)、Asiático等

此类奶咖的原料是主要由威士忌/朗姆酒/白兰地/Licor 43（西班牙利口酒）、浓缩咖啡、奶油、炼乳、可可粉/肉豆蔻/柠檬皮等组成。

爱尔兰式咖啡 Irish



咖啡特点：

一种含咖啡因的酒精饮料，由爱尔兰威士忌、热咖啡和糖混合而成；上面加了奶油，而咖啡则透过奶油喝。

历史发展：

由爱尔兰利默里克附近福因斯港的厨师，乔·谢里丹(Joe Sheridan)于1943年冬天发明。此后，一名美国人将这种做法带回了旧金山并开始在一家旧金山的咖啡馆开始提供此种咖啡，并逐渐在美国加州等地区传播开来。

具体做法：

- ① 将杯子装满热水预热，然后倒空；
- ② 将150ml热咖啡倒入温暖的玻璃杯中，直到大约3/4满；
- ③ 加入15-20g红糖，搅拌至完全溶解；
- ④ 加入50ml爱尔兰威士忌；
- ⑤ 将约15ml左右的打发好的鲜奶油放在饮品上，使其浮在咖啡之上；
- ⑥ 最后将肉豆蔻撒到奶油上

法利赛咖啡 Pharisäer Kaffee



咖啡特点：

现煮浓咖啡加方糖，加入一份朗姆酒，再盖上厚厚的打发奶油，需要用较高的杯子盛放，以凸显层次，喝之前不要搅拌。

历史发展：

这类饮品起源自19世纪的德国北部地区，当地一名牧师致力于推行禁欲的生活方式，而法利赛咖啡通过厚奶油遮住了酒味使人们得以隐蔽地摄入酒精。法利赛人在基督教中常与“伪君子”一词挂钩，因此当牧师发现了这类含酒精的饮品后，便将其命名为法利赛咖啡。

具体做法：

- ① 将杯子装满热水进行预热，而后倒空；
- ② 将1-2块方糖和60ml朗姆酒；
- ③ 往杯子里倒满咖啡，直到杯子的90%；
- ④ 在最上层表面上打发好的鲜奶油；
- ⑤ 最后在上面撒上可可粉

Asiático



咖啡特点：

最初的配方由咖啡、炼乳和干邑白兰地组成，按需会添加一些Licor 43（一种西班牙利口酒）以及一些柠檬皮和肉桂；通常放在更厚的特殊玻璃杯中，以免过热而导致杯子崩坏。

历史发展：

可以追溯到20世纪40年代，当时由西班牙东南部卡塔赫纳地区的酒吧老板Pedro Conesa Ortega制作；在此之前，当地渔民已经在喝这种酒精度很高的饮料的粗制版本，有助于在长途钓鱼时保持温暖。

具体做法：

- ① 将50ml炼乳放入杯子底部；
- ② 加入20ml白兰地，加入10ml Licor 43；
- ③ 加入45ml意式浓缩咖啡；
- ④ 加入适量的鲜奶或打发好的奶以盖住咖啡；
- ⑤ 最后用肉桂粉、柠檬皮等材料进行装饰

风味添加变化：茶

额外添加茶成分的奶咖主要是鸳鸯咖啡，在马来西亚地区多被称为Kopi Cham

此类奶咖的主要原料包括浓缩咖啡、红茶、糖。鸳鸯咖啡是香港地区流行的咖啡饮品，一半一半的搭配，故名之为“鸳鸯”。而在马来西亚地区，由于当地受到了来自中国东南地区移民的影响，在当地也出现了一种名为Kopi Cham的饮品（可译作咖啡茶），在做法上与鸳鸯基本相同。



咖啡特点：

咖啡属燥热性饮料，红茶属温凉性饮料，两者混合正可养生保健，提神醒脑。有着咖啡的香味和奶茶的浓滑，棕红浓香，苦中带甘，柔厚如缎。冷热饮皆可。鸳鸯被视为香港文化的象征，用以比喻香港中西文化交融的现象，鸳鸯及港式奶茶均被收录为香港非物质文化遗产。

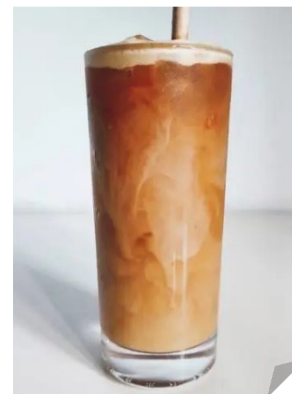
历史发展：

香港原来没有饮用咖啡和奶茶的习惯，两者都是英国人在19世纪中叶建立殖民地后引入香港。鸳鸯的发源已不可考：

- 有一说法称，很多搬运工在码头从事劳力工作，为货船装卸货物，当休息时搬运工为了解除饥渴、补充体力及提神，便将味苦及带有刺激性的咖啡混合茶水一起饮用。后来，鸳鸯从草根阶层开始向不同社会扩展，而且深得人心，成为香港经典饮品
- 另有一说法称鸳鸯起源自香港的大牌档，成为平民化的关键

具体做法：

- ① 用茶包制作出约200ml的红茶
- ② 在红茶中加入约100ml的淡奶
- ③ 在杯中加入炼奶（冷饮版同时加入冰块），并将淡奶与红茶的混合如倒入杯中
- ④ 加入一份意式浓缩咖啡



风味添加变化：鸡蛋

额外添加鸡蛋成分的奶咖有鸡蛋咖啡(Cà Phe Trứng)、北欧蛋咖啡(Scandinavian Egg Coffee)等

此类奶咖的主要原料包括鸡蛋、糖、炼乳、浓缩咖啡、可可粉等，咖啡与鸡蛋的结合，使得此类奶咖的质地和口感更加绵密柔和。

鸡蛋咖啡 Cà Phe Trứng



咖啡特点：

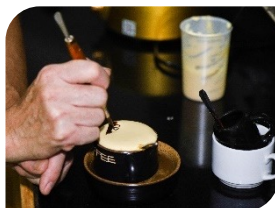
咖啡的浓郁与鸡蛋的丝滑结合，形成了一种奶油般的口感和柔和的甜味；人们有时把杯子放在一碗热水里，或者放在一根小蜡烛上保持杯子的温度；是越南人社交和休闲的重要组成部分，也是品味越南文化的一种方式。

历史发展：

是一种源自越南河内的咖啡饮品，传统上是用蛋黄、砂糖、炼乳和罗布斯塔咖啡粉制成的；当时咖啡被法国人引进越南时，因为越南的牛奶较难取得，当地人想要在咖啡里做出卡布奇诺的泡沫效果，于是就拿蛋黄当作替代品，而形成独特的越南鸡蛋咖啡。

具体做法：

- ① 用20g的越南咖啡粉与60-80ml左右的热热水制作滴滤式咖啡；
- ② 将1个蛋黄和30ml的炼乳放入碗中并搅拌，直到颜色变白并产生泡沫；
- ③ 加入15ml的滴滤式咖啡并搅拌均匀；
- ④ 在咖啡杯中倒入冲好的咖啡；
- ⑤ 在咖啡上倒入发泡的鸡蛋液



北欧蛋咖啡 Scandinavian Egg Coffee



咖啡特点：

一种独特的北欧饮品，在制作咖啡时加入鸡蛋，主要作用使过滤并使咖啡变得更加澄清；鸡蛋有助于澄清使咖啡渣更容易与水分离。蛋清可以从咖啡渣中提取苦味，增强咖啡的咖啡因；结果是一款清淡、清澈的咖啡，没有苦味或酸度，质地柔软，易于饮用。

历史发展：

在19世纪中期，人们还没有高档的咖啡机和过滤器，而北欧人对于食物有着较高的要求，所以他们用蛋壳和其他富含蛋白质的东西来过滤咖啡；瑞典移民将这一传统带到了美国；由于咖啡过滤技术的提升，这一方式逐渐被北欧人舍弃。

具体做法：

- ① 在平底锅中倒入9杯水，并煮沸；
- ② 在等待水沸腾的同时，将3/4杯咖啡粉、1/4杯水和1个完整的鸡蛋放在一个小碗或量杯中搅拌。（部分做法中会要求将蛋壳加入进去）
- ③ 水开后，倒入鸡蛋和咖啡的混合物，把火关小，煮3分钟，并注意不要沸腾；
- ④ 咖啡渣会逐渐聚集在一起，漂浮在锅的顶部，立即把锅从火上拿开；
- ⑤ 在平底锅中倒入一杯冷水，让咖啡静置10分钟。这样可以让咖啡渣沉淀到壶底；
- ⑥ 一旦咖啡渣沉到底部，将咖啡通过细孔筛或过滤器倒入杯子中，就可以享用了

03 / 主要奶咖产品创新分析

新兴创新品类：脏咖啡 Dirty

借助提纯奶制作技术，Dirty咖啡于2019年在东亚地区兴起，并逐渐在世界各地传播

Dirty是近年借助提纯奶技术兴起的较为新颖的品类，制作工序较为简单、分层带来的视觉效果好、奶味浓郁、有冷热碰撞的口感、可创作性强是Dirty的主要产品特点。

产品发展历史

2015-2016年

提纯奶技术开始逐渐在WBC的赛场上被参赛选手应用，比如2017的加拿大选手Ben Put、2018年WBC中国区选手潘志敏、2019的韩国选手Jooyeon Jeon

2019年

Dirty咖啡开始出现在市场上，从东亚地区兴起，并逐渐在东南亚、澳洲以及欧洲其他地区传播

2019年开始

在中国，从上海随着该品类在社交媒体的传播以及连锁厂商的推动而逐渐为人熟知

产品特点

工序简单

制作工序简单，出品迅速，对于咖啡厅来说制作的门槛较低

视觉效果佳

制作过程中，将热咖啡慢慢倒入冰凉的牛奶之上，形成明显的层叠，视觉呈现效果较好

奶味浓郁

Dirty在国内制作多会使用通过冷冻提纯后的冰牛奶，因此奶味更加浓郁

冷热碰撞口感

由于热咖啡与冰牛奶不会快速充分融合，因此可以体验到冷与热在嘴中碰撞的感觉

可创作性强

由于Dirty本身的原料较为简单，产品创新思路可以借鉴拿铁等品类的发展，因此也推动了各类风味Dirty咖啡的出现

新兴创新品类：脏咖啡 Dirty

“冰”与“热”的碰撞与融合，更有生椰、抹茶等口味变种，品类知名度不断提升

Dirty咖啡由油脂丰富的意式浓缩和顺滑可口的冰牛奶融合制成，可以形成黑白分明的自然分层，入口则是由热变凉的丰富口感，从咖啡的浓郁到牛奶的香甜。国内市场中M Stand、铁手咖啡制造局、Manner、瑞幸等品牌，积极探索、创新风味Dirty，助推该品类知名度不断提升。

经典做法：

(以8盎司杯/约230毫升为例)

- 将杯子进行冷冻（非必要，但冰杯在理论上可以做到更好的视觉效果呈现）
- 在冰杯中倒入提纯奶（约4-6盎司）
- 萃取1份意式浓缩
- 将意式浓缩倒入杯中或将装有牛奶的杯子直接放在咖啡机上萃取出的咖啡液缓缓低下。

饮品做法



主要饮品变化/变种：



M Stand-生椰Dirty

- 冰冻生椰乳搭配热浓缩，散发出淡淡的椰子香气，入口速滑



M Stand



铁手咖啡制造局-翡翠抹茶Dirty

- 加入日本五十铃抹茶，口感浓郁醇厚，层次分明



METAL HANDS
SINCE 2016



Manner-白桃Dirty

- 中深烘焙坚果风味的拼配豆，结合加入白桃果酱的牛奶，入口微甜，有着淡淡的果香



MANNER



瑞幸-山茶花Dirty

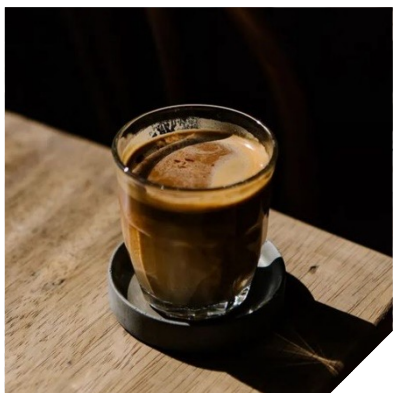
- 耶加雪菲搭配厚牛乳，再融入山茶花风味，整体口感丝滑浓郁，花香、奶香、咖啡豆香均衡



新兴创新品类：防弹咖啡

意式浓缩咖啡加黄油与MCT油混合打发，具有“减肥”的创新功效，近年在中国流行开

防弹咖啡是硅谷企业家在喜马拉雅山脉旅行时，受传统藏式酥油茶启发开发的咖啡。制作方式上，防弹咖啡是由意式浓缩中注入热水后，加入黄油与MCT油进行搅拌和打发制成。该饮品是咖啡在功能上变化的创新，选择饮用防弹咖啡的消费者更多处于健康、减脂方面的考虑。



咖啡特点

- 使用黄油与MCT油（“medium chain triglycerides”，即中链甘油三酯）制作的咖啡，可以起到一定减肥的作用，满足健康、减脂需求
- 在饮用口感上，防弹咖啡的油感较重

历史发展

一位硅谷企业家在喜马拉雅山脉旅行时，喝到传统的藏式酥油茶消除了高原反应，因此收到启发，在2004年创造出了这种咖啡，并于2009年左右公布了配方

防弹咖啡的名称来自于这名企业家所创办的品牌Bulletproof，该品牌宣扬近似于生酮饮食的防弹饮食法，并将咖啡、MCT油等产品作为品牌商品进行销售

近几年，防弹咖啡开始在日本、中国等地区流行开来，随着更多人开始使用生酮饮食法进行减肥，防弹咖啡被认为是生酮饮食法中必不可少的一环



具体做法

(以8盎司杯/约230毫升为例)

- ① 萃取1份意式浓缩并倒入约200ml热水（也可采用法压壶或摩卡壶等方式制作一杯约200ml的咖啡）
- ② 在杯中加入一茶匙的黄油与一茶匙的MCT油/椰子油
- ③ 用奶泡机或搅拌器对杯子的饮品进行搅拌和打发

新兴创新品类：手打咖啡

雀巢速溶、白糖和牛奶，简单的原料与做法在疫情期间掀起“居家自制”热潮

手打咖啡又被称作槿糖咖啡、400次咖啡，原料构成简单，主要是将速溶咖啡粉、白砂糖、热水按照1:1:1的比例进行混合，然后将咖啡打发，呈现出类似于奶盖、奶油的质地，视觉呈现效果上近似于反转版的奶盖咖啡。消费者在家便可轻松制作，因此在国外疫情期间在tiktok等社交媒体上形成了制作槿糖咖啡的话题挑战。



咖啡特点

- 原料简单，制作方便，使用雀巢速溶咖啡、白糖、牛奶即可制成
- 搅拌后的咖啡的泡沫非常浓密，类似于奶盖、奶油的质地，因饮品的饮用口感较为绵密

历史发展

1997年，澳门名为“汉记”的咖啡厅的老板受到了一对国外夫妇启发，作出了这种咖啡

2004年左右，由于演员周润发来到这家咖啡厅品尝并称赞了手打咖啡。自此，这家咖啡厅开始变得小有人气

2020年初，一名韩国明星来到此处品尝了手打咖啡后，将其口感和颜色与韩国的槿糖联系起来，因此在韩国有了槿糖咖啡的说法

疫情期间，手打咖啡在tiktok上形成了相关的话题挑战。自此，手打咖啡开始在韩国、美国、中东等引起关注，并进入了咖啡馆的菜单中

由于有说法称该咖啡需要手打400次，因此在国内该饮品同样被称为“400”次咖啡

具体做法

- ① 将速溶咖啡粉、白砂糖、热水按照1:1:1的比例进行混合；
- ② 使用搅拌器或奶泡机对咖啡进行打发（愿意挑战自我的也可以选择手动打蛋器搅拌约8-12分钟），直至咖啡呈现出绵密、厚重的质感；
- ③ 在杯中先倒入冰块和奶，使奶的高度在四分之三或五分之四的位置；
- ④ 将打发好的咖啡加入杯中，使其浮于奶之上



海外市场创新产品洞察：概览

日韩产品创新更重视视觉颜值、味觉口感，东南亚基于传统咖啡进行再创新，美国融合各国文化进行创新

日本奶咖创新方向主要表现为结合季节特点推出季节限定产品、结合地域特点推出地域限定产品；韩国奶咖创新方向呈现甜品化趋势，添加可可粉、鲜奶油、糖果、糖浆等元素迎合消费者对颜值与甜度的追求；东南亚多是基于传统东南亚咖啡基础进行再创新，表现为使用东南亚传统滴滤式咖啡制作、添加具有热带地区特色的糖浆等；美国多是通过融合各个国家/地区的文化特色进行奶咖创新。

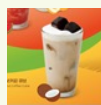
日韩

日韩奶咖消费者以女性、年轻群体为主，更重视视觉颜值、味觉口感，产品创新更多迎合消费特点：

- 日本奶咖产品创新的主要方向主要表现为结合季节特点推出季节限定产品、结合地域特点推出地域限定产品



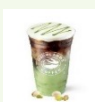
- 韩国奶咖产品创新呈现甜品化趋势，添加可可粉、鲜奶油、糖果、糖浆等元素迎合消费者对颜值与甜度的追求



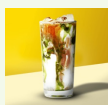
东南亚

在奶咖创新方面，更多是基于传统东南亚咖啡基础上的再创新：

- 东南亚作为咖啡产地，因此积淀着属于本地区的咖啡文化，厂商们通常使用东南亚传统滴滤式咖啡制作，并进行创新

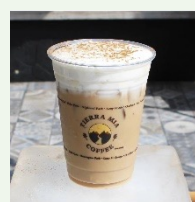
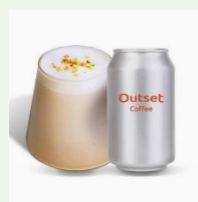
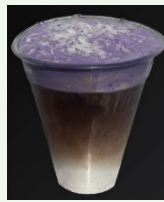
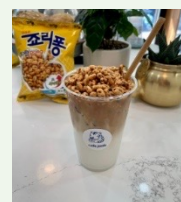


- 由于气候和咖啡品种等原因，东南亚消费者对咖啡普遍喜甜，此外，近年来意式浓缩为基底的咖啡逐渐进入东南亚市场，多个厂商将炼奶与特色糖浆加入意式浓缩中，加强甜度与视觉呈现



美国

作为移民国家，近年来多种文化在美国进一步融合，消费者对各地区一些特色原料/风味的奶咖产品产生兴趣。因此产品创新层面，品牌通过在原材料层面融入来自不同文化背景的原料，如中国的五香、韩国的品牌麦片等



海外市场创新产品洞察：日本

结合季节特点推出季节限定产品、结合地域特点推出地域限定产品是日本奶咖产品创新的主要方向

日本奶咖消费者以年轻学生及女性群体为主，在口味上更加追求浓郁感与味觉刺激。因而在产品创新层面，上岛咖啡、客美多咖啡、Moriva Coffee等日本国内大型连锁厂商与区域连锁商会结合季节特点，推出栗子风味拿铁等创新季节限定产品，同时，各厂商也会结合地域特点，将奶咖与山葵、茶、樱花结合，打造地域限定产品。

当地消费者特点及变化：

- 在奶咖消费者以年轻学生及女性群体为主
- 在口味上对于咖啡饮品近年来更加追求浓郁与更具有味觉刺激的产品，如更甜、更苦等

代表厂商介绍



全国连锁-上岛咖啡

1933年创立，在日本有80余家门店



全国连锁-客美多咖啡

1968年创立于名古屋，目前在日本有968家门店



区域连锁-Moriva Coffee

2015创立于东京都港区，目前在日本有18家门店，提供咖啡、三明治及季节性菜单



区域连锁-Sukemasa Coffee

2018年开业，位于东京浅草的独立咖啡厅，致力于提供正宗的意式浓缩及拿铁



区域连锁-Kurumicco Factory

2019年开业，位于日本神奈川县横滨市中区的独立咖啡店

创新产品特点总结：

结合季节特点打造季节限定产品



薄荷奶咖-上岛咖啡

夏季限定，加入冰淇淋与薄荷叶/糖浆



赏月栗子巧克力风味咖啡果冻-客美多咖啡

秋季限定，加入了栗子糖浆、巧克力糖浆与咖啡果冻



焦糖栗子拿铁- Moriva Coffee

秋季限定，加入了焦糖糖浆与整颗栗子



栗子拿铁- Kurumicco Factory

秋季限定，在拿铁上加入碎栗子，可选择加入一定的白葡萄酱

结合地域特点打造地域限定产品



伊豆山葵奶咖

限时提供，加入冰淇淋与伊豆山葵



丹波篠山焙烧茶奶咖

限时提供，加入地方特产的焙烧茶



玉露奶咖

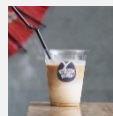
限时提供，加入冰淇淋与玉露茶



关山樱奶咖

限时提供，加入冰淇淋与关山樱

其他创新：加入日本特色饮品



Sukemasa Coffee-可尔必思拿铁

将拿铁的奶换成了可尔必思

海外市场创新产品洞察：韩国

奶咖产品创新呈现甜品化趋势，添加可可粉、鲜奶油、糖果、糖浆等元素迎合消费者对颜值与甜度的追求

韩国的奶咖消费者以年轻女性为主，更注重饮品的视觉与口感。产品层面，由包括Hollys Coffee、Tom n Toms、dal.komm COFFEE、EDIYA COFFEE等在内的连锁厂商推动创新，主要通过加入不同类别的甜点、不同风味的奶油或糖浆，打造视觉效果更好、口感偏甜的创新奶咖产品。

当地消费者特点及变化：

- 奶咖消费者以年轻女性群体为主
- 对于奶咖饮品更加重视饮品的视觉好看与口感甜
- 对于奶咖的奶部分更加重视，对于咖啡的风味目前重视度相对并不高

代表厂商介绍



连锁厂商-Hollys Coffee

1998年在韩国成立，目前有超过2000家门店，在中国、泰国、越南和马来西亚设有门店



连锁厂商-Tom n Toms

2001年在韩国成立，在9个不同的国家设有超过500家分店，致力于提供最好、最高端的咖啡文化



连锁厂商-dal.komm COFFEE

2013年在韩国成立，目前有超过100家门店，致力于为所有消费者提供亲近感和特殊价值



连锁厂商-EDIYA COFFEE

2001年在韩国开设了第一家门店，在韩国拥有3000家零售店，产品以大众化的咖啡饮品为主

创新产品特点总结：

➤ 奶油类咖啡较受欢迎



栗子艾斯班纳-dal.komm COFFEE

由栗子拿铁、意式浓缩咖啡、奶油奶酪组成



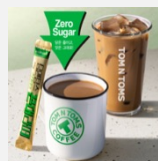
冰冷萃维也纳-EDIYA COFFEE

由冷萃咖啡、白巧克力、鲜奶油组成

其他创新

甜叶菊古板拿铁-Tom n Toms

Tom n Toms与韩剧《老伯实习生》联名推出的咖啡，通过搭配设计出老一辈喜欢的拿铁味道，这款咖啡的名字寓意着一种对老一辈人强调过去经验的讽刺，同时也体现了年轻一代对工作压力的独特感受。而添加了甜叶菊之后，该饮品可以在还原风味的同时，降低咖啡的糖分含量



➤ 奶咖甜品化趋势较为显著



栗子奶油拿铁-Hollys Coffee

秋季限定，加入了栗子风味的奶油与栗子形状的甜点



冬季提拉米苏拿铁-Hollys Coffee

冬季限定，在拿铁奶泡上加入棉花糖和可可粉，呈现上接近提拉米苏



椰子咖啡立方-dal.komm COFFEE

椰奶冰卡布奇诺并加上冻好的意式浓缩咖啡冰块



甜玉米立方-dal.komm COFFEE

玉米拿铁，上面放上甜玉米冰淇淋

海外市场创新产品洞察：东南亚

在传统东南亚咖啡基础上再创新，表现为使用东南亚传统滴滤式咖啡出品、添加具有热带地区特色的糖浆等

东南亚本身就是咖啡产地，因此在当地有着较为悠久的且不同于意式咖啡的咖啡文化。从整体来看，消费者仍以当地传统奶咖为主要消费品类。在产品创新层面主要有：使用东南亚地区的传统滴滤式咖啡制作，并在基础上进行创新。以及在意式浓缩中加入炼奶与其他具有东南亚热带地区特色的糖浆，加强产品的视觉呈现的产品创新。

当地消费者特点及变化：

- 由于气候与当地咖啡品种的原因，东南亚消费者对于咖啡饮品普遍喜甜，因此多会添加炼奶等元素
- 近年来意式浓缩为基底的咖啡逐渐进入东南亚市场，并在东南亚主要经济发达的地区逐渐受到年轻人的追捧

代表厂商介绍

FLASH COFFEE

新加坡-连锁厂商-Flash Coffee

成立于新加坡，后进入其他市场，门店数量超100家

THE COFFEE HOUSE

越南-连锁厂商-The Coffee House

在越南成立，全国超140家门店



越南-连锁厂商-Highland Coffee

1999年在越南河内创立，拥有500余家门店



印度尼西亚-连锁厂商-Kopi Kenangan

2017年创立，拓展至东南亚市场，开设880多家门店



泰国-独立咖啡店-Chilli Café Bang Saray

一家位于泰国的独立咖啡厅，主要销售以辣椒为主题的各类咖啡

来源：公开资料、专家访谈，艾瑞咨询自主研究及绘制。

创新产品特点总结：

➢ 使用东南亚传统滴滤式咖啡制作，并进行创新



开心果咖啡-Highland Coffee

由滴滤咖啡、开心果奶组成



杏仁奶咖-Highland Coffee

由滴滤咖啡、杏仁奶、咖啡冻组成



黑糖奶咖-Kopi Kenangan

在印尼传统奶咖的基础上加入了黑糖糖浆



烘烤杏仁云咖-The Coffee House

由滴滤咖啡、意式浓缩咖啡、可可淡奶、奶油、咖啡果冻组成

其他创新



胶原蛋白桃子拿铁- Flash Coffee

由意式浓缩咖啡、牛奶、桃子糖浆、胶原蛋白饮料组成

➢ 意式浓缩中，加入炼奶与特色糖浆，加强视觉呈现



马六甲拿铁-Flash Coffee

由意式浓缩咖啡、炼奶、椰奶组成



斑斓椰子拿铁- Flash Coffee

由意式浓缩、炼奶、椰奶、斑斓叶香草糖浆组成



黑糖大理石拿铁- The Coffee House

由意式浓缩咖啡、牛奶、黑糖组成



冰牛奶咖啡-The Coffee House

由意式浓缩咖啡、炼奶、咖啡果冻组成



烤椰子拿铁- Kopi Kenangan

由意式浓缩咖啡、烤椰子糖浆、椰冻组成



冰辣椒咖啡- Chilli Café Bang Saray

在拿铁咖啡的做法上加入辣椒

海外市场创新产品洞察：美国

作为多文化共生的移民国家，美国奶咖主要围绕融合各国多元文化特色进行产品创新

传统美国消费者追求在咖啡中加入大量的糖与奶，但近年以Z世代为主的人群健康意识逐渐觉醒，加奶加糖逐渐减少。产品创新层面，Thank You Coffee、Alfred Coffee等品牌通过融合中国、东南亚等国家/地区的文化进行产品创新，推出了五香拿铁等具备各地区文化特色的拿铁。

当地消费者特点及变化：

- 传统美国消费者对于咖啡饮品会喜欢加大量的奶和糖，但近年Z世代消费者的健康意识逐渐觉醒，加奶与加糖量相对减少。越来越多的消费者转向植物基的奶咖或甚至变为黑咖啡的饮用者
- 作为移民国家，近年来多种文化在美国进一步融合，因此消费者也会对于将外来文化在奶咖中展现的产品感到有兴趣和好奇

代表厂商介绍



区域连锁-Thank You Coffee

在安纳海姆和洛杉矶各有一家店面



区域连锁-Alfred Coffee

目前共有22家分店，主要分布在美国加州、德州



独立-Café Joah

位于纽约，主打韩式风格的咖啡厅



独立-Outset coffee

位于旧金山，店内提供现制与罐装咖啡，许多产品创新受到了来自亚洲文化的启发



独立-Animated Coffee

位于西雅图



独立-Tierra Mia coffee

目前在加州总共有21家分店

创新产品特点总结：

➢ 融合各个国家文化，推出具备各种地区文化特色的拿铁



五香拿铁-Thank You Coffee

中式风格，在拿铁中加入五香粉、大料等



Jolly pong拿铁- Café Joah

韩式风格，在拿铁中加入韩国的jolly pong麦片



香芋云拿铁-Animated Coffee

日式风格，在拿铁中加入椰子糖浆，并在顶部加入香芋奶泡与碎椰子肉



Iced O.G. Chagaccino-Alfred Coffee

东南亚风格，在奶咖中加入白桦茸、罗汉果、可可、肉桂、香草，激发出饮品中蘑菇的香味



桂花拿铁-Outset coffee

中式风格，在拿铁上加入桂花风味奶、燕麦奶、龙井茶，并撒上桂花



欧洽塔拿铁-Tierra Mia coffee

墨西哥风格，将奶替换为欧洽塔（horchata，通过大米、肉桂、香草、白糖等材料打碎并与牛奶或杏仁奶混合制作而成）

来源：公开资料、专家访谈，艾瑞咨询自主研究及绘制。

海外市场创新产品洞察：意大利

意大利奶咖的产品创新主要体现在通过加入丰富的原料进行口味的扩充以及拉花图案的创新

意大利作为现制咖啡的起源地之一，当地消费者长期保持着较为固定、传统的咖啡消费饮用习惯，但部分年轻人开始追求更丰富的口味及咖啡冷饮。受疫情影响，较多消费者开始在家自制奶咖，也提升了对各类奶的接受度。产品创新层面，各品牌一方面通过加入开心果碎、橘子汁、橘子汁等添加物进行口味的扩充及创新，另一方面通过糖浆、巧克力酱、可可粉的使用对拉花造型进行不断的创新。

当地消费者特点及变化：

- 当地消费者较为注重咖啡的功能性与性价比
- 在意大利的年轻一代中，也开始出现追求更丰富的口味、咖啡冷饮的群体
- 受疫情影响，许多消费者开始尝试在家中自制奶咖，也显著提升了消费者对于各类奶（包括植物奶）的接受度和尝试意愿

代表厂商介绍

LAVAZZA



连锁-Lavazza

成立于1895年，是一家拥有悠久的历史 and 全球知名度的意大利高档连锁咖啡品牌，商业版图覆盖意大利、德国、英国等多个国家，以其高质量的咖啡豆和深厚的意大利咖啡文化著称

连锁-TreCaffe Gianicolense

在罗马拥有四家分店的小型连锁咖啡店，旨在提供可口的甜点与带有精美拉花的牛奶咖啡

独立-Base V Juicery

是一家推崇环保和包容性的独立咖啡厅，其奶咖的原料与制作主打植物基与可持续

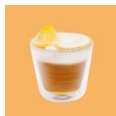
独立-Caffè del Teatro Niccolini

该咖啡店建立在佛罗伦萨历史上第一座剧院上，以提供高质量的咖啡与糕点著称

来源：公开资料、专家访谈，艾瑞咨询自主研究及绘制。

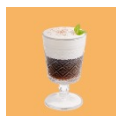
创新产品特点总结：

➢ 加入丰富的原料，对饮品的口味进行扩充



特调橘子卡布奇诺 -Lavazza

在咖啡中加入牛奶、橙糖浆、橘子汁



帕瓦多咖啡 -Lavazza

在咖啡中加入薄荷奶油、苦可可



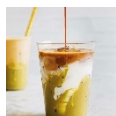
月拿铁 -Base V Juicery

在咖啡中加入杏仁浆、肉桂、姜黄、肉豆蔻、黑胡椒、南非醉茄、椰子油



格林拿铁 -Base V Juicery

在咖啡中加入燕麦奶、螺旋藻、生可可、可可片



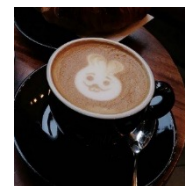
Pistachious - Caffè del Teatro Niccolini

在咖啡中加入开心果酱、鲜奶油、切碎的开心果

➢ 通过糖浆、巧克力酱、可可粉的使用，对拿铁拉花进行创新



TreCaffe Gianicolense:



兔子拉花



罗马斗兽场拉花



Caffè del Teatro Niccolini



人名拉花



绘画拉花

海外市场创新产品洞察：澳大利亚

澳大利亚奶咖产品创新主要体现在更多的奶选项、自由选取咖啡豆、视觉创新等层面

传统澳洲消费者对于咖啡会更加关注其本身的口味和风味；而近年澳洲的年轻消费者开始愿意尝试不同的口味。产品创新层面，主要体现在提供无乳糖奶、坚果奶等更多的奶选项、提供不同咖啡豆让消费者自由选取、通过添加物和原料进行视觉创新等。

当地消费者特点及变化：

- 传统澳洲消费者对于咖啡会更加关注其本身的口味和风味，因此也促使了诸如piccolo等品类的出现。同时也导致加糖浆的咖啡在澳洲的种类丰富度甚至不如欧洲地区。
- 从年轻消费者来看，澳洲的年轻消费者也出现对于咖啡的口味需求变多，对于传统的flat white等品类的偏好度下降，反而去选择摩卡等咖啡品类。

代表厂商介绍

0

区域连锁-Single O

目前在澳洲共有3家分店，并在日本有两家分店，以咖啡质量在悉尼当地较为出名



区域连锁-Health nut

一家注重于健康食品的品牌，在其悉尼的店铺中销售咖啡

dedy's

独立-Dedys Cafe & Pastries

一家位于悉尼的独立咖啡厅品牌，其提拉米苏拿铁在ins上较为火热

tomo's
LITTLE COLLINS

独立-Tomo's

一家位于墨尔本的独立咖啡厅品牌



独立-Glider coffee

一家位于悉尼的独立咖啡厅品牌

创新产品特点总结：

01

在奶的使用上进行创新

- 澳洲多数咖啡厅会提供较其他市场更多的奶选项给消费者，如Tomo's提供无乳糖奶（Lactose free milk）、Glider coffee提供澳洲坚果奶（macademia milk）、Health nut提供米奶（rice milk）等

02

自由选取咖啡豆

- 提供多种不同的咖啡豆选项，并可以让消费者自由选择，推出了其他市场上较为少见的自取batch tap的模式，如Single O等品牌



03

视觉创新

- 在奶的视觉呈现上进行创新，通过添加物和原料使拿铁的颜色更加的丰富



提拉米苏拿铁-Dedys Cafe & Pastrie
在咖啡上加上厚奶油与饼干，融入提拉米苏甜品的概念

BUSINESS
COOPERATION

业务合作

官 网



微信公众号



新 浪 微 博



企 业 微 信



联系我们

- ☎ 400 - 026 - 2099
- ✉ ask@iresearch.com.cn
- 💻 www.idigital.com.cn
www.iresearch.com.cn

LEGAL STATEMENT

法律声明

版权声明

本报告为艾瑞数智旗下品牌艾瑞咨询制作，其版权归属艾瑞咨询，没有经过艾瑞咨询的书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制、传播或输出中华人民共和国境外。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》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，部分文字和数据采集于公开信息，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，艾瑞咨询对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽最大努力的追求，但不作任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的观点均不构成任何建议。

本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

THANKS

艾 瑞 咨 询 为 商 业 决 策 赋 能