



BLACK VALLEY

—— 黑峪投资 ——

中国咖啡产业报告-2025

China Coffee Industry Report

世界中餐业联合会&黑峪投资
2026年1月



2025年全球咖啡行业十大事件

1. 《欧盟零毁林法案》(EUDR) 落地：绿色合规成为全球贸易准入证，重溯上游供应链成本。
2. ICE 咖啡期货创 47 年新高：极端气候叠加海运震荡，倒逼下游品牌进入“长协+自建工厂”博弈。
3. 瑞幸 30,000 店：全球单市场门店规模第一，中国咖啡“平权”时代终结。
4. 星巴克中国引入博裕资本：控股权易主，外资巨头开启“中国合伙人”本土化控股模式。
5. 史上最大咖啡并购案完成：Keurig Dr Pepper (KDP) 以约180亿美元完成对 JDE Peet's 的收购。
6. 雀巢“分子重组”无咖啡因咖啡技术突破
7. “咖啡+茶”席卷东南亚：中国式“咖饮化”定义全球现制饮品新赛道，精品咖啡边界模糊。
8. 印尼本土咖啡连锁品牌Fore Coffee在印尼证券交易所 (IDX) 挂牌上市。
9. AI 深入产区与烘焙：从预测产量到精准风味，科技成为对抗“靠天吃饭”的最后堡垒。
10. 功能性咖啡爆发：2025年的全球各大咖啡节（如伦敦、上海咖啡节）中，添加了益生菌、胶原蛋白、功能性蘑菇（如灵芝、狮鬃菇）的咖啡成为主流。



1

咖啡产业价值链

全球咖啡产业价值链概览



BLACK VALLEY

黑谷资本



上游：咖啡种植



中游：贸易加工



下游：流通渠道



下游：终端业态

概述

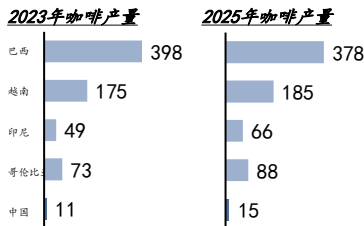
- 咖啡只能种植于热带和亚热带，以赤道为中心，雨量充沛，温度介于15°C-25°C；
- 2025/26季，全球咖啡产量预计**1.788亿袋**（60kg/包）

- 四大贸易商通过在种植基地设置办公室，利用仓储物流设施掌控资源

- 全球的咖啡流通渠道最终被两大品牌垄断，业务涉及加工、烘焙、零售等

- 终端消费业态包括零售业态（办公室/家庭）和食品服务两大类（连锁咖啡厅/餐饮/酒店）

竞争格局



- 纽曼 (NKG)：90万吨
- 伊卡姆 ECOM：
- 沃尔咖啡 Volcafe：
- 奥兰国际 Olam：
- 日本丸红：以巴西的速溶咖啡——伊瓜苏咖啡；每年16万吨；
- 瑞幸咖啡：介入咖啡贸易，年烘焙产能达7.5万吨

- 雀巢 Nestle：22%
- JDE：（Sara Lee）帝怡咖啡和（亿滋国际）麦斯威尔等
- 盛美佳 Smucker：魔石咖啡、唐思都乐

- Food service：
 - Hotel
 - QSR
 - 专业店：星巴克等
- 自助贩卖机
- 零售品牌：雀巢垄断，约60%市场份额
 - 个人/家庭：
 - 办公：

评价

- 咖啡种植地域上较为集中，且主要被大型贸易商把控
- 罗布斯塔：预估8333万袋，同比增长10.9%；
- 阿拉比卡：9551万袋（-4.7%）。受巴西旱情影响，产量出现下滑。

- 咖啡贸易较为集中
- 贸易商同时具有烘焙等生产线
- 巴西的咖啡出口一半交易量被贝利掌控

- 全球渠道主要玩家为JAB、雀巢和KDP，超过**50%**的份额；
- 中国流通渠道市场规模100多亿元，其中70%-80%被速溶咖啡占据

- 中国咖啡终端的消费未来五年将维持约20%的复合增长，但终端竞争激烈，且不同业态的发展潜力难以判断



各环节对咖啡品质的影响：豆的品质及烘焙质量是决定因素

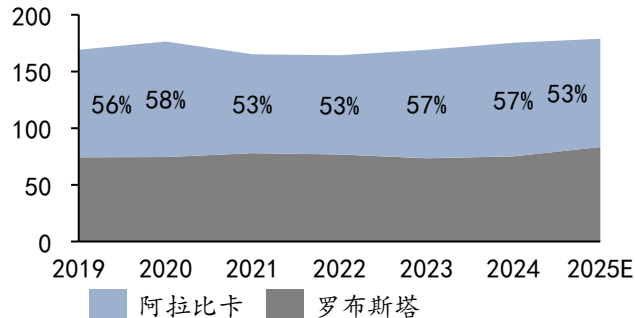




咖啡豆比较：阿拉比卡为主要的咖啡豆类别，占比近6成

2019-2025年全球咖啡产量分类

单位：千袋

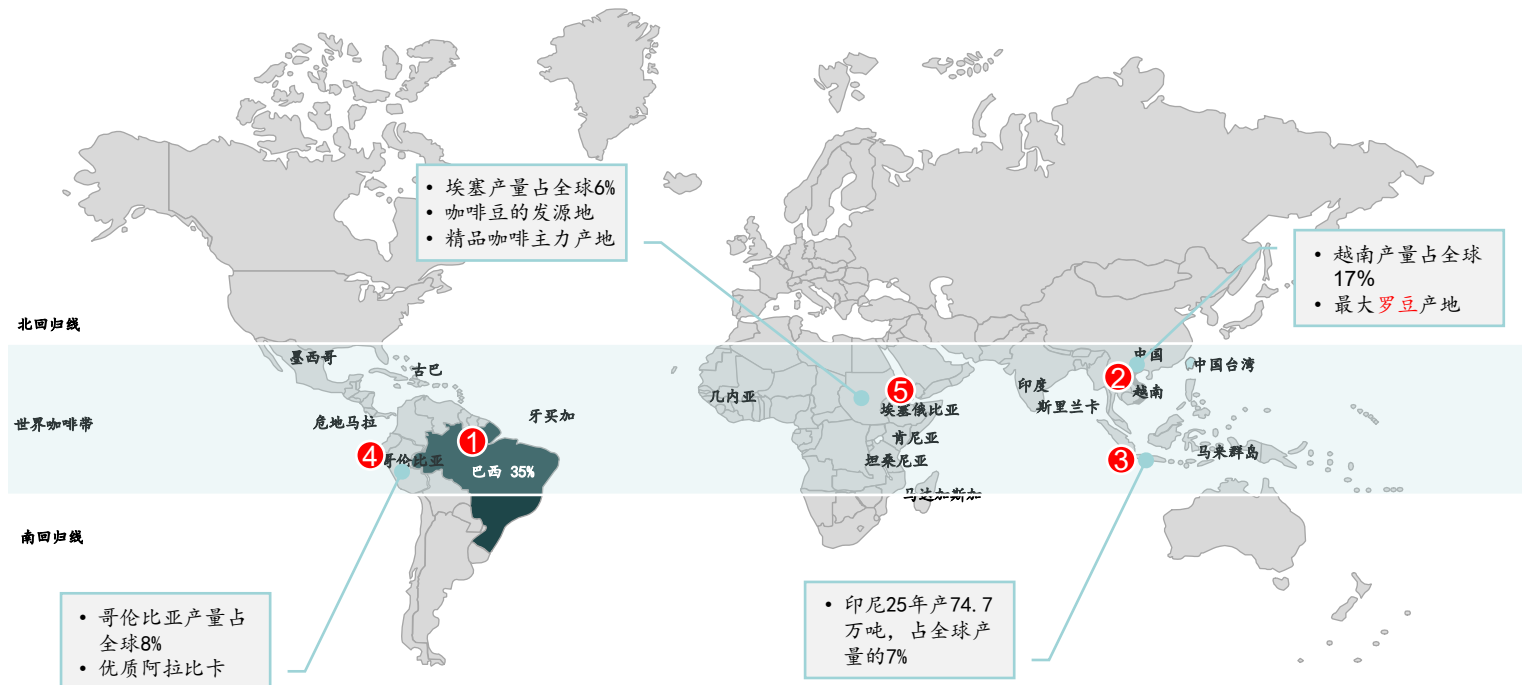


- 全球范围内咖啡主要是阿拉比卡和罗布斯塔两大类品种。
- 阿拉比卡品种亩产小，但是风味丰富，多作为精品咖啡豆；罗布斯塔不易得病，容易种植，亩产大，但风味欠佳。
- 一般常见的意式咖啡（商业咖啡），基于口感稳定和成本控制考虑，一般将两种品类的豆子进行拼配。

项目	阿拉比卡	罗布斯塔	利比里亚
口味/香气	● 优质的香味与酸味	● 香味类似炒锅的麦子，酸味不明显	● 苦味重
豆子形状	● 扁平、椭圆	● 较阿拉比卡种圆	● 汤勺状
树高	● 5-6m	● 5m	● 10m
收成量/树	● 相对较多	● 多	● 少
栽培高度	● 500-2000m	● <500米	● 200m以下
耐磨性	● 弱	● 强	● 强
适合温度	● 不耐低温、高温	● 耐高温	● 耐高温低温
适合雨量	● 不耐多雨、少雨	● 耐多雨	● 耐多雨、少雨
结果期	● 3年内	● 3年	● 5年
占世界产量	● 70-80%	● 20%-30%	● 少量



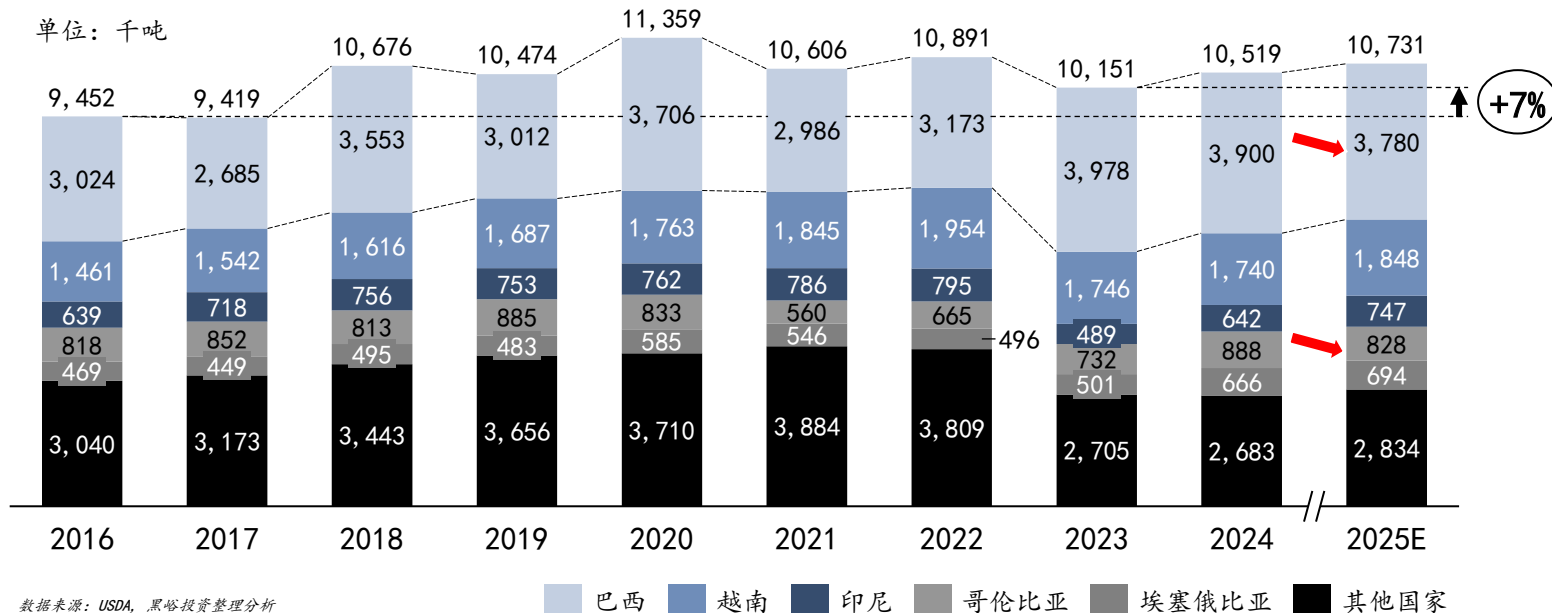
咖啡种植：基本位于南北回归线之间的咖啡带上, 五大产区占比超70%



全球咖啡产量略超过千万吨，近十年产量趋于平稳

2016-2025年全球咖啡产量

单位：千吨



数据来源：USDA，黑谷投资整理分析



2025年咖啡生豆ICE价格突破430美分/磅，创47年来历史新高

ICE-咖啡期货价格走势

美分/磅





咖啡烘焙市场相对集中，前十大玩家占比4成

全球前十大烘焙企业2025年预估产能

企业名称	总部	万吨/年	核心品牌/备注
雀巢 (Nestlé)	瑞士	95	• Nespresso, Nescafé, Starbucks At Home。
JDE Peet's	荷兰	35	• L'OR, Peet's, Jacobs。2025年被KDP全资收购。
星巴克 (Starbucks)	美国	28	• 全球连锁店自用及零售渠道。
拉瓦萨 (Lavazza)	意大利	19	• 意大利第一大烘焙商，2025年加速全球扩张。
奇博 (Tchibo)	德国	18	• 德国及中欧市场领导者。
瑞幸 (Luckin)	中国	16	• 2025年新晋前十。随厦门基地投产，产能跃升。
Keurig Dr Pepper	美国	15	• 主要是胶囊咖啡 (K-Cup) 市场。
美乐家 (Melitta)	德国	11	• 专注家用及零售市场。
世家兰铎 (Massimo Zanetti)	意大利	11	• Segafredo品牌母公司，全产业链运营。
三得利咖啡 (Suntory)	日本	10	• 亚太区巨头，主攻RTD即饮和罐装咖啡。

- 烘焙过程对咖啡豆风味的呈现起到关键作用。全球头部烘焙商多为打通了产业链上下游、食饮零售和餐饮服务多业务线发展的大型企业，包括雀巢、JDE Peet's、JM Smucker、星巴克和Tim Hortons等，CR10 达 35%。
- 国内烘焙行业集中度相对较高，品牌方一般自建烘焙厂或与较大产能的烘焙厂合作，以保证熟豆品质稳定。



BLACK VALLEY

—— 黑谷资本 ——

咖啡萃取：不同的萃取方式适用于不同的产品和消费场景定位1/2



全自动机



半自动机



胶囊机



速溶咖啡

便捷性

- 较为方便，自动制作 Espresso，花式咖啡需单独配备奶泡机等

- 专业咖啡师操作
- 适用各种咖啡豆；
- 清洗要求、配套设备

- 非常方便
- 一键解决
- 清洗方便

- 开水冲泡，非常方便

技术

- 9-15bar压力，**现磨咖啡**，可以制作浓缩咖啡和美式

- 专业的适宜于意式的咖啡机，9bar稳定压力，单独配备磨豆机**现磨咖啡**

- 3-15bar胶囊机，现磨粉胶囊封装保证品质，口味接近现磨咖啡

- 通过浓缩咖啡喷粉或冻干制作，**与现磨有本质不同**

品质

- 品质好坏取决于咖啡豆的好坏和**新鲜程度**
- 各类咖啡

- 品质取决于咖啡豆品质和咖啡师水平
- 个性化的咖啡定制

- 稳定的品质，胶囊阻温阻氧，不同于速溶
- 多样的热饮选择

- 品质较差，无法封存咖啡的香味

价格

- 零售终端美式咖啡约 20元/杯

- 价格与全自动咖啡机制作产品类似

- 美式胶囊的价格3-5元

- 15g/条，1元/条

评价

- 低成本加热快和震动泵
- 适用于流量大的连锁咖啡厅和便利店

- 锅炉和旋转泵，成本高；
- 蒸汽功能；需配备专业磨豆机；
- 适用于独立的专业咖啡厅

- 震动泵和加热快设计
- 适用于办公室和家庭使用

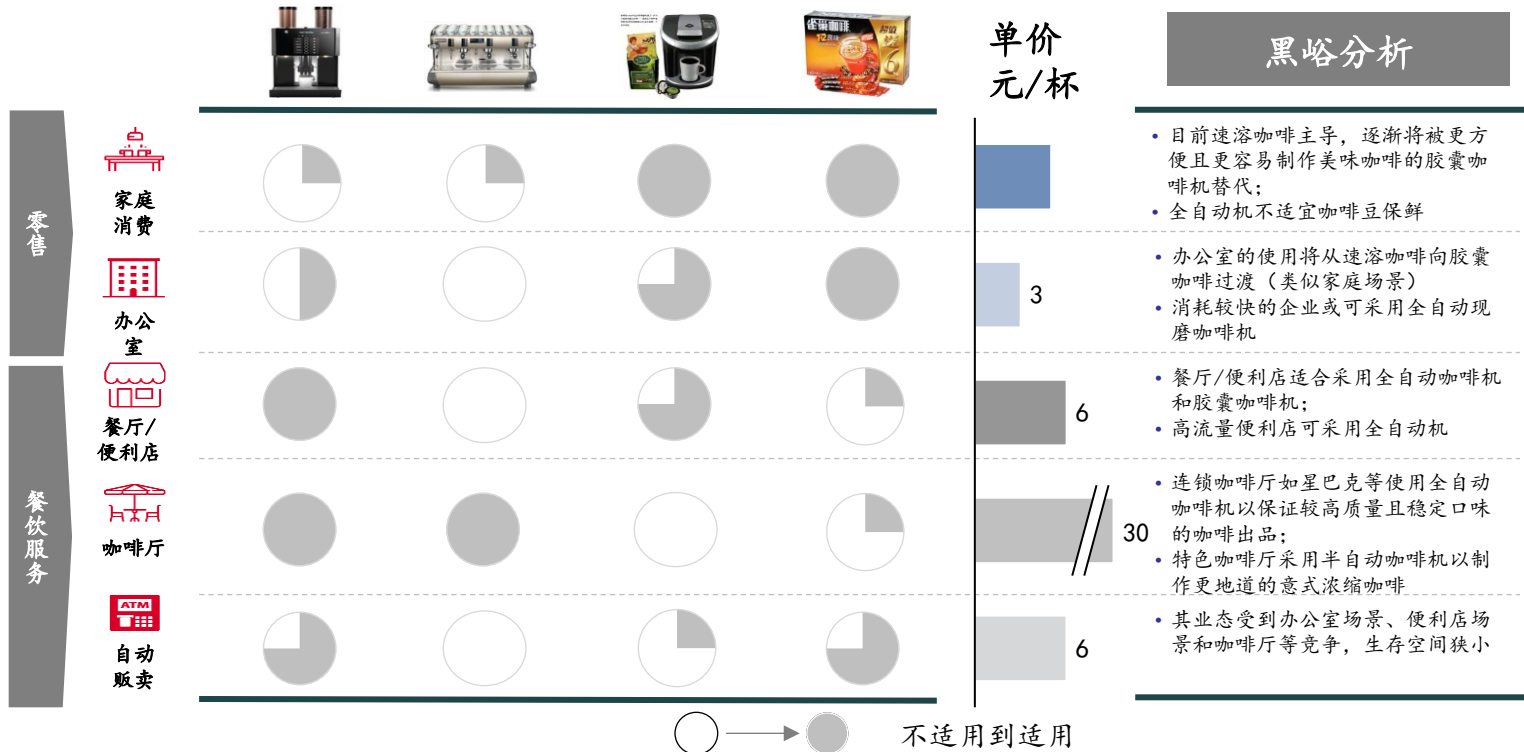
- 适用于办公室和家庭，但由于品质较差，将被替代



BLACK VALLEY

黑峪资本

咖啡萃取：不同的萃取方式适用于不同的产品和消费场景定位2/2





2

中国咖啡产业

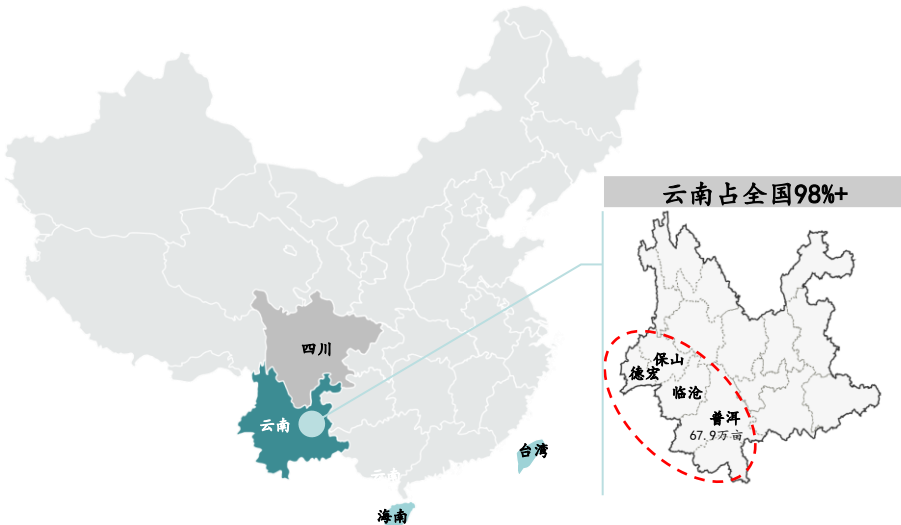
中国咖啡种植：从扩面转向提质，从单一走向多样



BLACK VALLEY

黑峪投资

中国咖啡种植区域

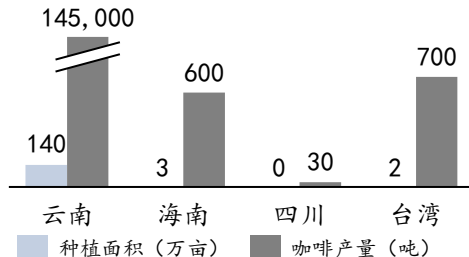


数据来源：农业农村部、黑峪投资整理分析

中国咖啡种植发展趋势

1. 从扩面转向提质: 中国咖啡种植（面积和产量）不足全球的2%，种植面积趋于稳定，已经转向高质发展阶段。
2. 品种从单一走向多样: 云南咖啡约80%以上是卡蒂姆，2025年，品种多样化进程显著加快。瑰夏、铁皮卡（Typica）、波邦和黄波邦等精品品种种植面积大幅增加。
3. 产量与产值双提升: 受市场行情、品质提升（**精品率30%+**），以及精深加工的发展，咖啡产值飙升。

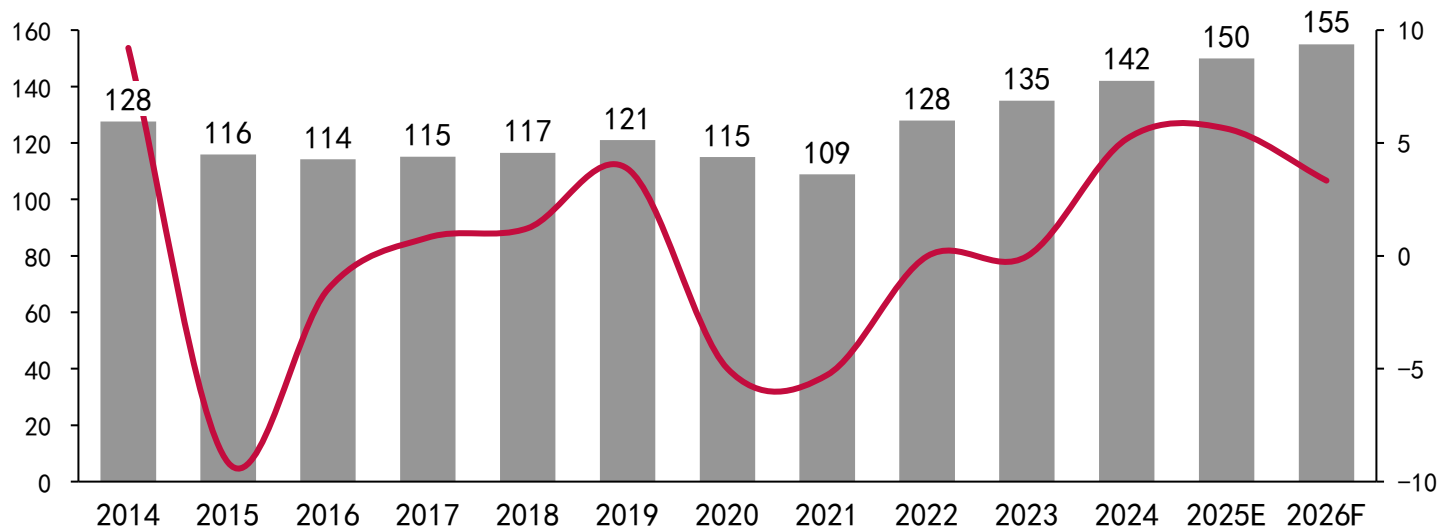
2025中国咖啡面积及产量



2014-2026年中国咖啡生产量

单位：千吨

— 增速 %
■ 生产量



数据来源：USDA，云南省统计局&黑谷投资整理分析

中国咖啡出口量趋于平稳，出口额因品质提升和加工增值不跌反升

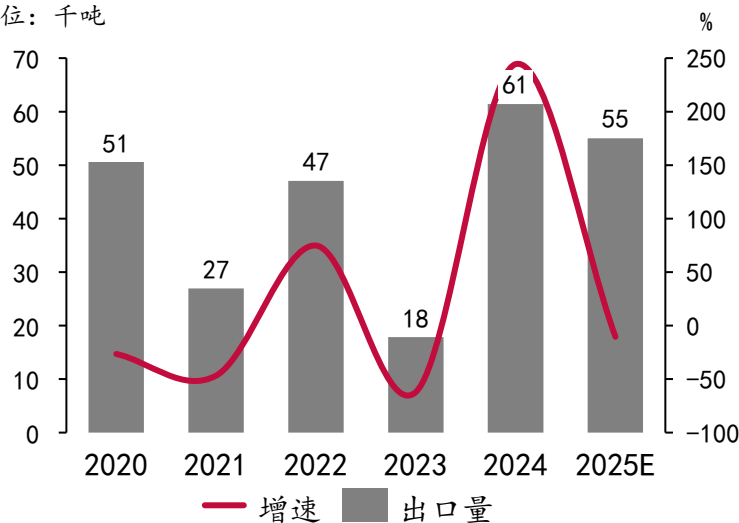


BLACK VALLEY

黑谷投资

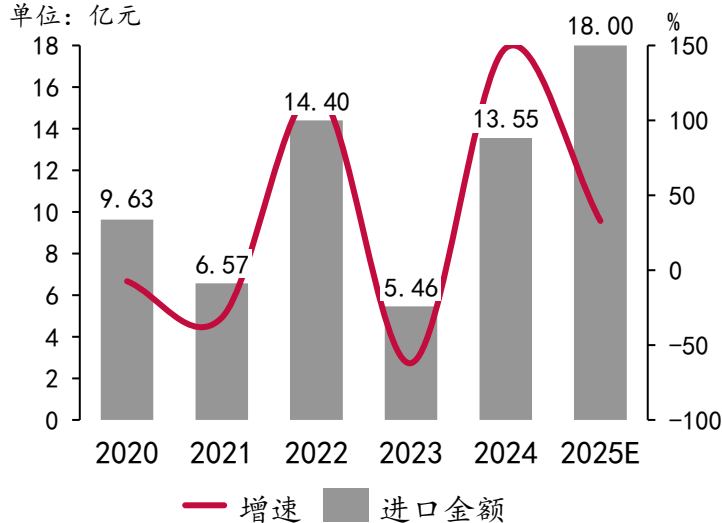
2020-2025中国咖啡出口量

单位：千吨



2020-2025中国咖啡出口金额

单位：亿元



数据来源：海关总署，中国食品土畜进出口商会，黑谷投资整理分析

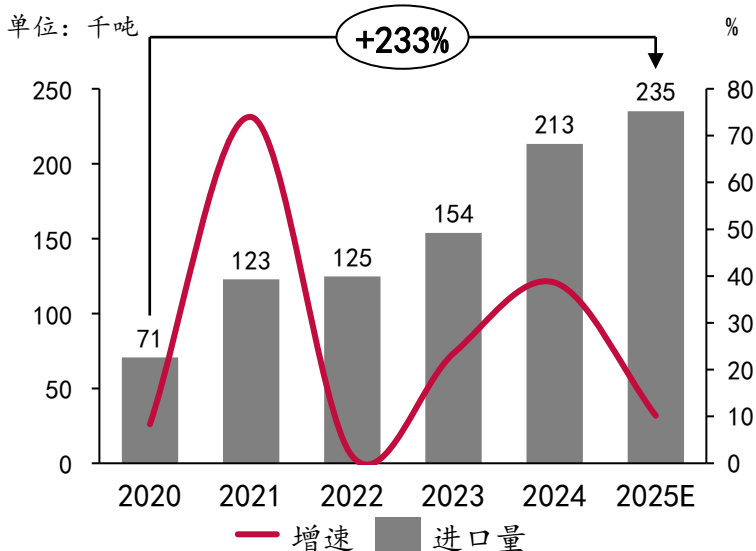
中国咖啡进口量价齐升，反映了国内现磨咖啡市场的急剧扩张



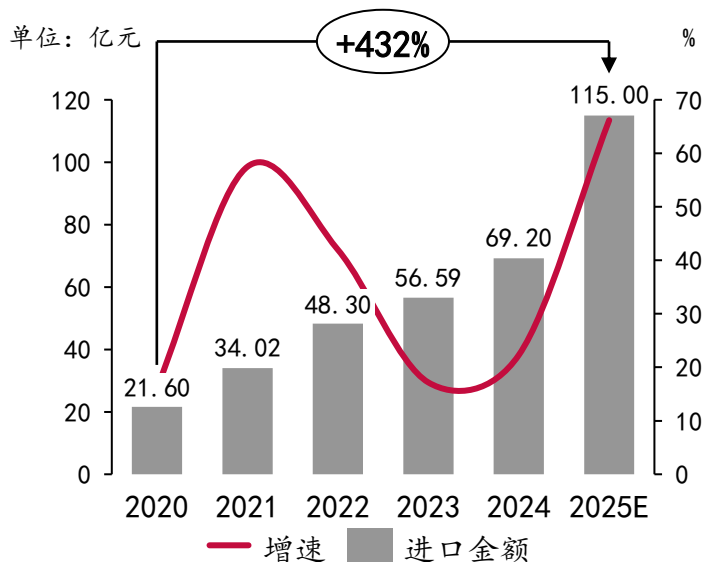
BLACK VALLEY

黑峪投资

2020-2025中国咖啡进口量



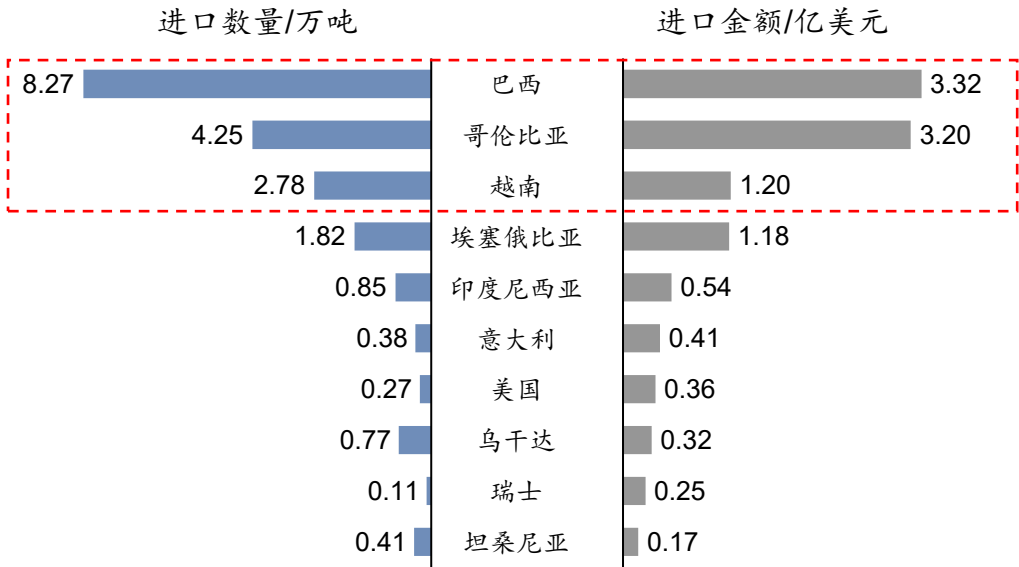
2020-2025中国咖啡进口金额



数据来源：海关总署，黑峪投资整理分析

中国进口咖啡豆主要来自巴西、哥伦比亚和越南，占比近80%

2024年中国咖啡进口贸易伙伴TOP10（按进口金额排名）



黑峪分析

全球各国的出口到中国的咖啡豆产品有所不同

- 巴西作为全球最大咖啡豆生产国，同时也是中国最大的进口来源地，其阿拉比卡咖啡豆是商业拼配豆中最主要的原料。
- 哥伦比亚咖啡豆比巴西酸感更强，也是商业拼配豆的核心原料之一。
- 越南作为罗布斯塔最大生产国，是降低商业拼配豆成本的核心原料，同时也是即溶咖啡的主要来源地。
- 意大利出口到中国的主要是熟豆，比如熟悉的illy、lavaza等品牌。
- 美国的产地仅夏威夷柯娜，产量小，价格很高。

中国咖啡消费量2025年预估突破40万吨

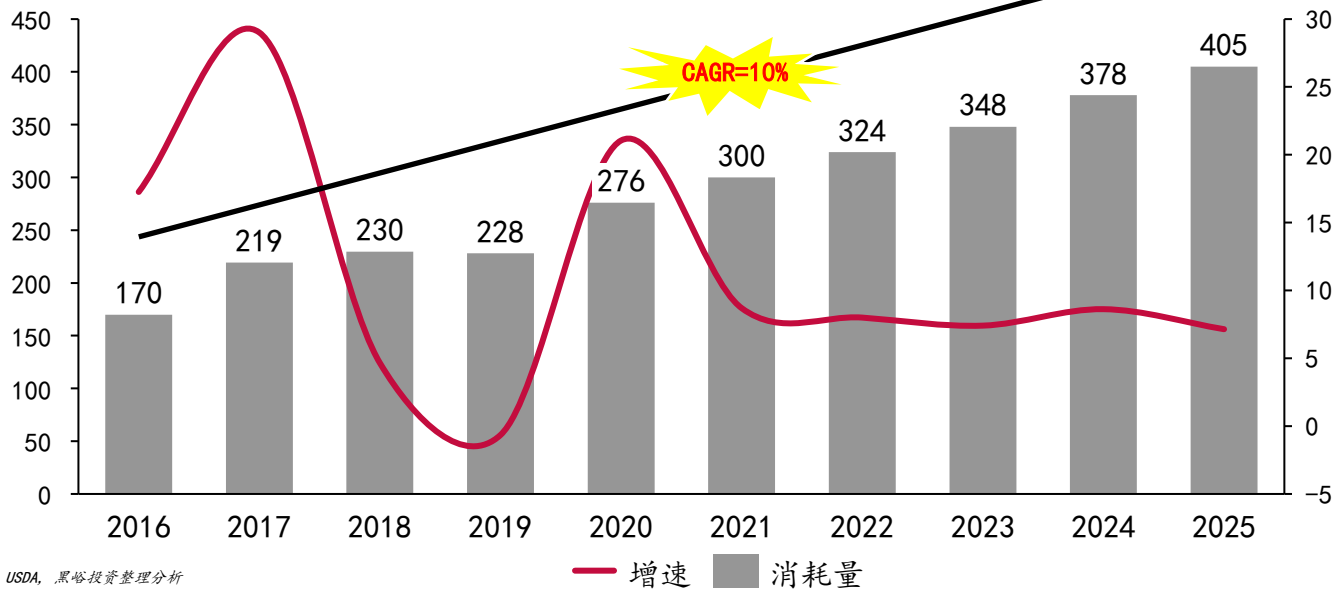


BLACK VALLEY

黑谷投资

2016-2025年中国咖啡消耗量

单位：千吨



数据来源：USDA，黑谷投资整理分析



2024年中国咖啡烘焙产能已超35万吨

中国咖啡部分烘焙工厂概况

#	品牌名称	工厂情况	年产能/吨
1	• 亿政咖啡	昆山工厂	70,000.00
2	• 星巴克	昆山工厂	60,000.00
3	• 库迪咖啡	安徽合作工厂	45,000.00
4	• 瑞幸咖啡	昆山工厂	30,000.00
5	• 瑞幸咖啡	福建基地	15,000.00
6	• 隅田川	挂耳工厂	12,000.00
7	• 顺大咖啡	N/A	10,000.00
8	• 三顿半	合资工厂	10,000.00
9	• 爱伲庄园	云南工厂	5,000.00
10	• 蜜雪冰城	自有工厂	5,000.00
11	• 捷荣集团	广东工厂	5,000.00
12	• 乐饮	山东工厂	5,000.00
合计			272,000.00

数据来源：公开信息、瑞幸年报，黑谷投资整理分析

瑞幸咖啡工厂概况



瑞幸福建宁德工厂



瑞幸江苏昆山工厂

- 2021年，瑞幸咖啡首个烘焙工厂正式投产，总投资2.1亿元人民币、占地面积4.5万m²、咖啡豆年烘焙产能1.5万吨，采用国际尖端技术、配备全套进口先进生豆处理设备，是国内较为领先的全产线自动化智慧型烘焙基地；
- 2022年，瑞幸咖啡与昆山经济技术开发区签约，计划总投资1.2亿美元建设集咖啡研发、烘焙生产、销售和物流分拨为一体的全自动化生产基地，基地建成投产后，预计年烘焙生产咖啡豆可达3万吨，将进一步推动瑞幸咖啡打通咖啡全产业链、全流程把控咖啡产品质量，持续提升服务品质升级



2025年咖啡烘焙产能仍在持续扩张…烘焙行业格局已发生变化

2025年中国主要投产/开工/建设咖啡烘焙工厂汇总表

企业名称	项目/工厂名称	2025年状态	产能与战略意义
瑞幸咖啡	厦门创新产业园	2025年6月开工	• 年产能 5.5万吨 。总投资30亿元，建成后将成为中国最大的单体烘焙工厂，使瑞幸总产能达到15.5万吨。
库迪咖啡	安徽当涂二期项目	2025年7月投产	• 年处理生豆 7.5万吨 。通过高度自动化的智慧工厂，支撑其万店扩张及全球供应链外溢。
幸运咖	海南生产基地	2025年上半年投产	• 年烘焙产能 2万吨 。利用海南自贸港进口生豆零关税政策，打造出海及下沉市场的成本护城河。
金猫	苏州咖啡扩产项目	2025年产能爬坡	• 年产焙烤豆 1.6万吨 ，另含8000吨咖啡液。由“奶精巨头”转型全链条供应商，定增7.5亿元打造。
挪瓦咖啡	宁波咖啡产业基地	2025年内投产	• 集烘焙与冷链仓配于一体。标志着中坚品牌开始摆脱对外部代工的依赖。
亿政咖啡	二期扩产项目	2025年1月开工	• 预估总产能达 7万吨 。国内头部第三方“超级代工厂”，计划于2026年全面建成。
星巴克	昆山创新产业园	持续升级运营	• 投资15亿。虽然已投产，但2025年正持续加大对中国市场的特定烘焙曲线研发及产能优化。

黑峪分析

1. “万店巨头”垂直一体化：

- 从代工转向全链掌控：瑞幸（厦门）、幸运咖（海南）等头部品牌自建万吨级烘焙基地。
- 极致控本：摆脱第三方溢价，强化价格战护城河。
- 品质标杆：直接掌控烘焙曲线，确保全球万店风味一致性。

2. 赛道分化：跨界巨头与区域势力的战略转型

- 跨界巨头（如佳禾食品）：从“植脂末”转向“咖啡原料”。
- 区域新势力（如挪瓦咖啡）：中坚品牌开启“自产自销”模式；自有基地成为进入头部竞争圈的“入场券”。

3. 独立烘焙商转型：

- 中小型独立烘焙商转向“定制化”与“产地直采”，专门服务于区域性精品咖啡馆或办公室场景。



3

中国咖啡消费市场

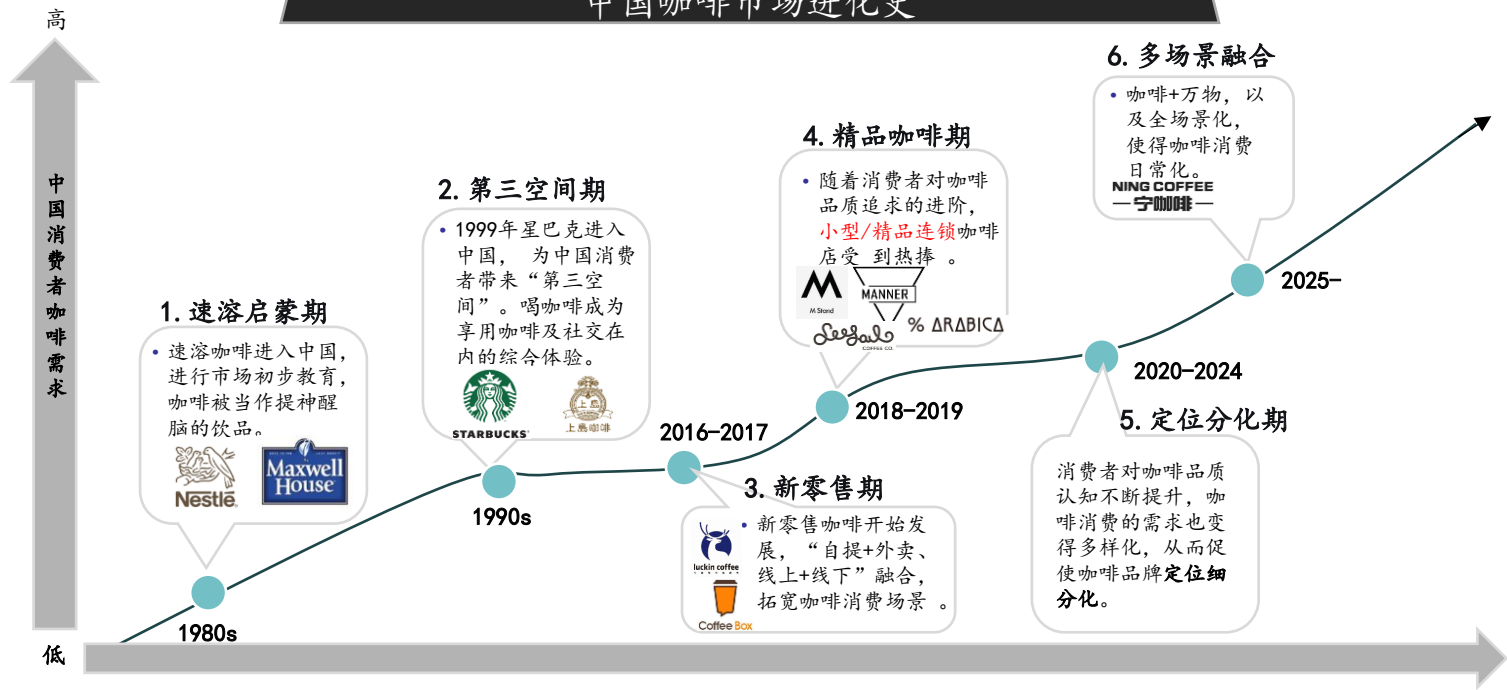
中国咖啡发展历程：从速溶咖啡主导到咖啡多场景融合发展阶段



BLACK VALLEY

黑谷资本

中国咖啡市场进化史





BLACK VALLEY

黑谷资本

咖啡终端消费市场分为现磨咖啡和零售咖啡

		产品定义及特点	产品图例	代表品牌
零售咖啡	现磨咖啡	通常指现场将咖啡豆磨成粉，并使用咖啡机等萃取而形成的咖啡饮料（包括其他含有咖啡因的现制饮品）。		
	速溶咖啡	指咖啡经过高温萃取后，通过喷雾干燥后形成的可速溶的咖啡		
	冻干咖啡	指咖啡经萃取后的原液通过冻干技术使得水分升华得到的咖啡粉		
	即饮咖啡	RTD咖啡，也即用瓶（PET 玻璃 易拉盖）等包装的被加工好的咖啡成品饮料。		
	挂耳咖啡	挂耳咖啡是一种咖啡豆磨粉后装滤袋密封的便携式咖啡		
	咖啡浓缩液	一般指咖啡豆经过（高压环境下）萃取后形成的咖啡液体		
	咖啡豆/粉	经过烘焙的咖啡豆，或咖啡豆经过研磨后形成的粉末		
	胶囊咖啡	胶囊咖啡是将咖啡豆先研磨成咖啡粉，再用铝质胶囊封装的咖啡		

中国零售咖啡国产品牌概览-新兴国产品牌抢占细分市场机会



BLACK VALLEY

黑谷资本

#	品牌	成立时间	品牌简介
1	• 三顿半	2015年	• 精品冻干咖啡品牌；主要为用户提供澎湃装挂耳咖啡、手冲咖啡系列、冷萃咖啡系列、手摇咖啡磨豆机等产品
2	• 隅田川咖啡	2015年	• 以挂耳咖啡、冻干粉、鲜萃咖啡液为主要产品；在天猫平台挂耳/咖啡液双类目年销量第一；除了天猫，亦广泛进入线下精品商超、酒店等线下经销渠道（2020年获兴旺投资独家投资）
3	• 时萃SECRE	2019年	• 主打浓缩液咖啡：第一款产品是昵称为“甜甜圈”的挂耳包咖啡，在小程序电商做用户运营。2019年底上市了小袋装的冻干即溶咖啡产品“乐萃包”，并进驻天猫（2020年完成A轮投资）
4	• 柯林咖啡	2006年	• 中高端定位咖啡饮品，以咖啡豆、便捷式挂耳咖啡为主，例如柯林臻选精品咖啡豆、臻选精品挂耳咖啡、柯林经典挂耳系列等产品
5	• 沃欧咖啡	2017年	• 主打适合华人口味的即溶咖啡（冻干粉），以“白咖啡”品类为主
6	• 永璞咖啡	2014年	• 产品包含冻干即溶咖啡粉、挂耳咖啡、冷萃咖啡液
7	• 咖啡星人	2013年	• 主打三角体研磨咖啡包，并提供马克杯、咖啡壶等周边产品；提供订阅服务，为用户按月配送咖啡包产品
8	• Yao咖	2019年	• 致力于便捷创新精品咖啡产品的开发，主推产品为精品冷萃、即溶咖啡粉、茶粉、茶咖，研发类产品包括风味咖啡、功效咖啡等（获得东方阳木和魔饮咖啡战略投资）
9	• Ketomall	2017年	• 防弹咖啡品牌；帮助用户抑制饥饿感从而达到减肥的目的；产品主要通过有赞店铺、微信群、淘宝店进行线上售卖
10	• 云南肆只猫	2016年	• 集咖啡种植、加工生产、网络营销为一体的B2C公司，产品以冻干即溶咖啡粉、挂耳咖啡为主

现磨咖啡消费场景丰富多样

现磨咖啡	咖啡专营店			其他渠道				
	连锁咖啡店		独立咖啡店	快餐店咖啡	茶饮店咖啡	便利店咖啡	自助咖啡机	酒店自助
	大店模式	小店模式						
• 模式特征	“第三空间”空间氛围	外带+外卖	精品+手冲	餐食+咖啡	茶饮店扩品+子品牌	便利店自助咖啡机或子品牌	无人售货机	早餐自助咖啡
• 门店特征	大面积	小面积	通常面积较大	咖啡柜台	非独立门店&小面积	咖啡柜体	无门店	无门店
• 产品特点	咖啡+周边	咖啡为主	专业咖啡	滴滤/冷萃为主	意式特调	意式咖啡为主	意式咖啡为主	意式咖啡为主
• 价位区间	25-40元/杯	15-25元	>30元	10-20元	10-20元	8-15元	6-12元	免费
• 核心客群	商务/休闲社交人士价格敏感度较低	办公区/写字楼周边上班族	咖啡爱好者	餐食标配	茶饮爱好者	功能性咖啡饮用者	满足及时饮用	酒店标配
• 代表品牌	星巴克、太平洋、Tims、Mstand	瑞幸、manner、库迪	地方独立品牌	麦咖啡、肯悦咖啡	幸运咖、喜茶	湃客咖啡、便利蜂	小咖、屋里咖啡	万豪、华住等

数据来源：公开信息，黑谷投资整理分析



他山之石：韩国成熟市场的多业态模型一览

2016年门店实地走访汇总



- **基本情况：**
 - 2001年成立，2011年门店超过300家；韩国外目前68家门店
 - 2014进入中国，2015年新开了五家门店
- **产品价格：**
 - 咖啡通常在4.5-6k KRW
- **单店模型：**
 - 门店面积大概150sqm；
 - 1台POS，2名员工；
 - 80座位；
- **产品情况：40+SKU**
 - 咖啡：~15款
 - 烘焙甜品：~30个
 - 茶和饮料：>20个SKU
- **个人感受：**
 - 韩式时尚格调，品类齐全，顾客年轻



- **基本情况：**
 - 1998成立，定位生活时尚体验；
 - Hollys门店450多家；
 - 2012进入中国
- **产品价格：**
 - 咖啡通常在4.5-6k KRW
- **单店模型：**
 - 门店面积大概120sqm；
 - 1台POS，2名员工；
 - 70座位；
- **产品情况：40+SKU**
 - 咖啡：~15款
 - 烘焙甜品：~10个
 - 茶和饮料：>10个SKU
- **个人感受：**
 - 韩式时尚格调，品类相对简单



- **基本情况：**
 - 2002成立，定位欧式咖啡；
 - CJ Group旗下，2014年门店超过500家；
 - 2011进入中国
- **产品价格：**
 - 咖啡通常在4.5-6k KRW
- **单店模型：**
 - 门店面积大概250sqm；
 - 1台POS，2名员工；
 - 150座位；
- **产品情况：40+SKU**
 - 咖啡：~15款
 - 烘焙甜品：~30个
 - 茶和饮料：>20个SKU
- **个人感受：**
 - 韩式时尚格调，品类齐全，顾客年轻时尚
 - 在韩式高端咖啡店中处于引领位置



- **EDIYA COFFEE：**
 - 2001年成立，韩国最大的经济型连锁咖啡，全韩门店约1500家；
- **产品价格：**
 - 咖啡通常在3k KRW
- **单店模型：**
 - 门店面积大概50sqm；
 - 一台POS，2名员工；
 - 桌子19张*2位=38位；
- **产品情况：40+SKU**
 - 咖啡：~12款
 - 烘焙甜品：~10个
 - 茶和饮料：15个SKU
- **个人感受：**
 - 布置简单明朗，品质令人满意，价格亲民



- **基本情况：**
 - N/A
- **产品价格：**
 - 咖啡通常在2.5-3k KRW
- **单店模型：**
 - 门店面积大概10sqm；
 - 1台POS，1名员工；
 - 0座位；
- **产品情况：40+SKU**
 - 咖啡：~10款
 - 烘焙甜品：~10个
 - 茶和饮料：<10个SKU
- **个人感受：**
 - 性价比高的takeaway coffee，在很多地铁站口有门店



韩国咖啡市场已进入超饱和成熟期，呈现出从“空间导向”向“功能与跨界导向”的极致分化。

演进时间轴 (EVOLUTION PATH)

PHASE 1: 大店时代 (旗舰/社交)

代表: Starbucks, Hollys

强调“第三空间”，选址顶级商圈，提供高端社交与商务办公环境。

PHASE 2: 效率小店爆发 (刚需/低价)

代表: MEGA COFFEE, PAIK'S COFFEE

主打外带、极致性价比与高频次，深度渗透社区和写字楼末梢。

PHASE 3: 极致场景融合 (生活方式)

现状: “咖啡 + X”

咖啡不再是单一业态，而是作为生活方式的载体进行跨界融合。

业态融合的三大典型模式

零售融合

便利店咖啡

占据了极大的底层份额，将咖啡彻底“水化”和日常化。

内容/美学融合

圣水洞“策展型”大店

不再只卖咖啡，而是卖空间设计、潮流文化和快闪体验。

服务融合

银行/书店/洗衣房+咖啡

咖啡作为留存客户、提升坪效的工具（如Hana Bank）。



So What (核心洞察)

成熟市场的标志是咖啡不再是“目的地”，而是“寄生态”，通过与高频场景融合实现全天候覆盖。

中国咖啡赛道正经历“非典型性爆发”，非专业背景玩家通过存量渠道优势，实现场景的跨界降维打击。



BLACK VALLEY

黑谷投资

多点开花的场景矩阵

渠道巨头 (能源/政务)

易捷咖啡 (中石化)、邮局咖啡

网点密度降维打击：利用数十万个现成网点，实现“咖啡下乡”或高速公路场景垄断

餐饮延伸 (快餐/正餐)

荣咖啡 (新荣记)、老乡鸡

全时段/高坪效：用咖啡承接非餐时段的闲置流量，通过高端或亲民心智互补。

品牌溢价 (零售/潮流)

李宁、来伊份、美宜佳

生活方式延伸：咖啡不是为了赚钱，而是增加进店时长，强化“国潮”生活方式属性。

行业驱动力分析 (DRIVERS)

✓ 供应链成熟

模块化设备和标准化咖啡豆供应，让非专业玩家入场门槛极低（如全自动咖啡机普及）。

✓ 消费平权

咖啡从“精英”降为“刚需”，场景越接地气（如菜市场、加油站），转化越高。



Future Outlook (未来展望)

跨界玩家的涌入正重塑行业边界。未来竞争不再是“豆子”的竞争，而是“渠道入口”和“品牌渗透深度”的博弈。

数据来源：公开信息，黑谷投资整理分析

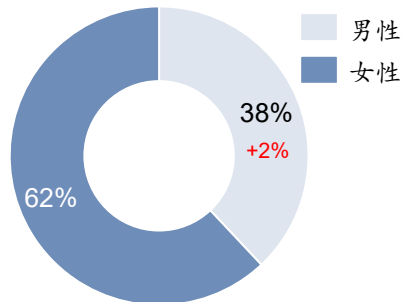
中国现磨咖啡消费者画像-年轻女性上班族是主力消费者



BLACK VALLEY

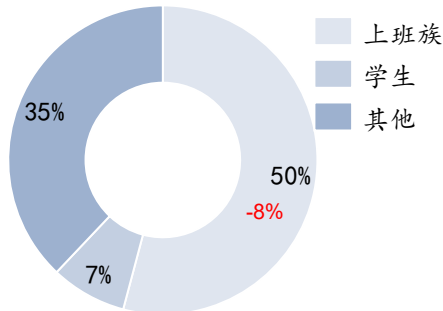
黑谷投资

女性咖啡消费者占比近2/3

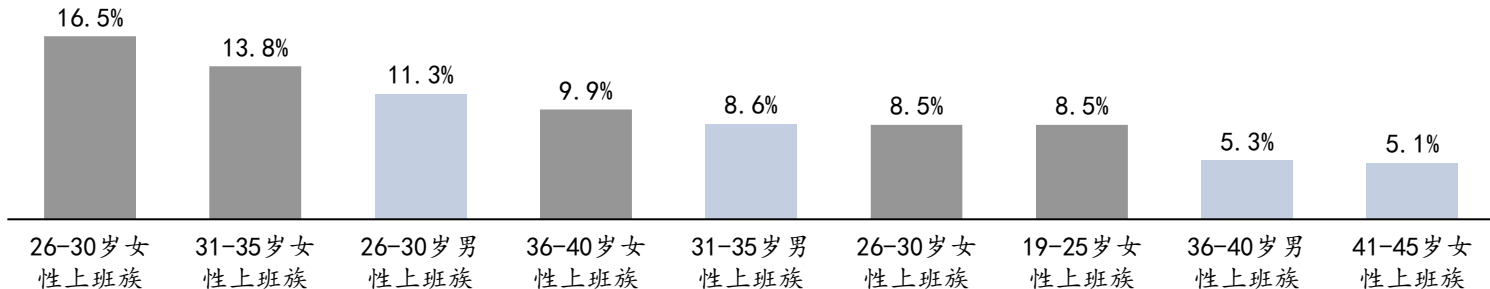
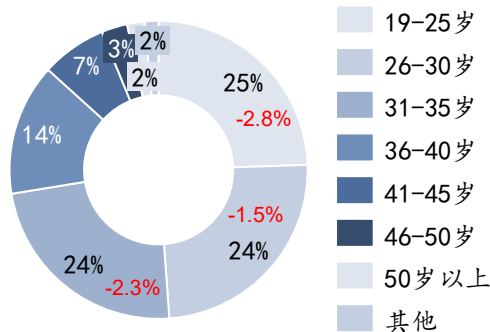


注：红色百分比为相对于2024年9月份数据的变化

上班族消费者近6成



35岁以下消费72.5%

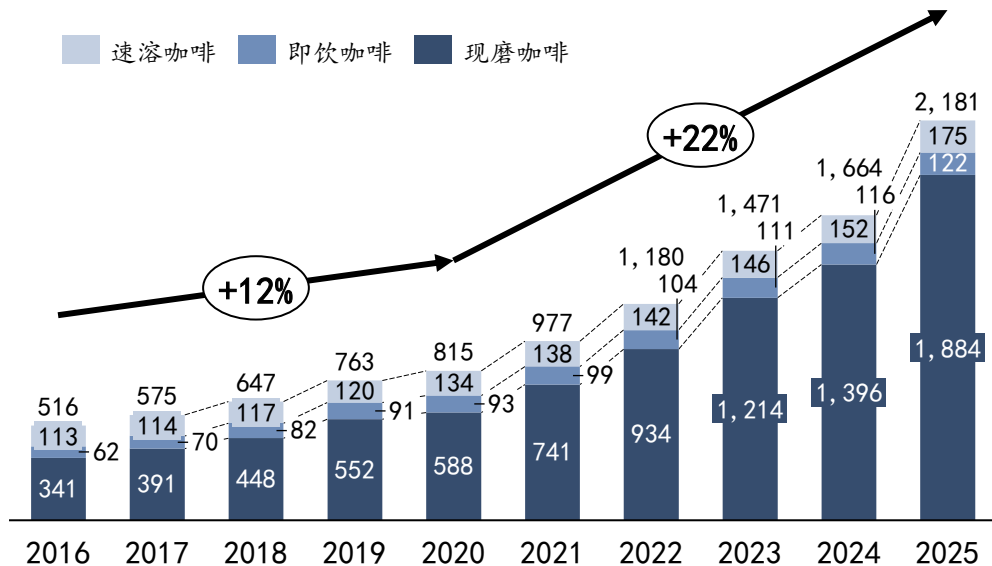


数据来源：大众点评，黑谷投资整理分析



中国咖啡市场规模2,181亿元，其中现磨咖啡市场超1,880亿

2015-2025年中国咖啡市场规模（亿元）



关键信息

- 零售咖啡包括速溶咖啡和即饮咖啡，是最早进入中国的咖啡产品。以雀巢“三合一”速溶咖啡以及灌装即饮咖啡为代表。
- 即饮咖啡由雀巢、三得利、星巴克等主导，但是农夫山泉（炭蓓）、元气森林（Never Coffee）等本土品牌正在加速分食）
- 现磨咖啡市场随着瑞幸、库迪、Manner、M stand、SeeSaw等品牌的扩张，近三年引来爆发式增长。
- 市场数据通过咖啡消耗量进行复核测算（市场规模=杯量 × 单价）。

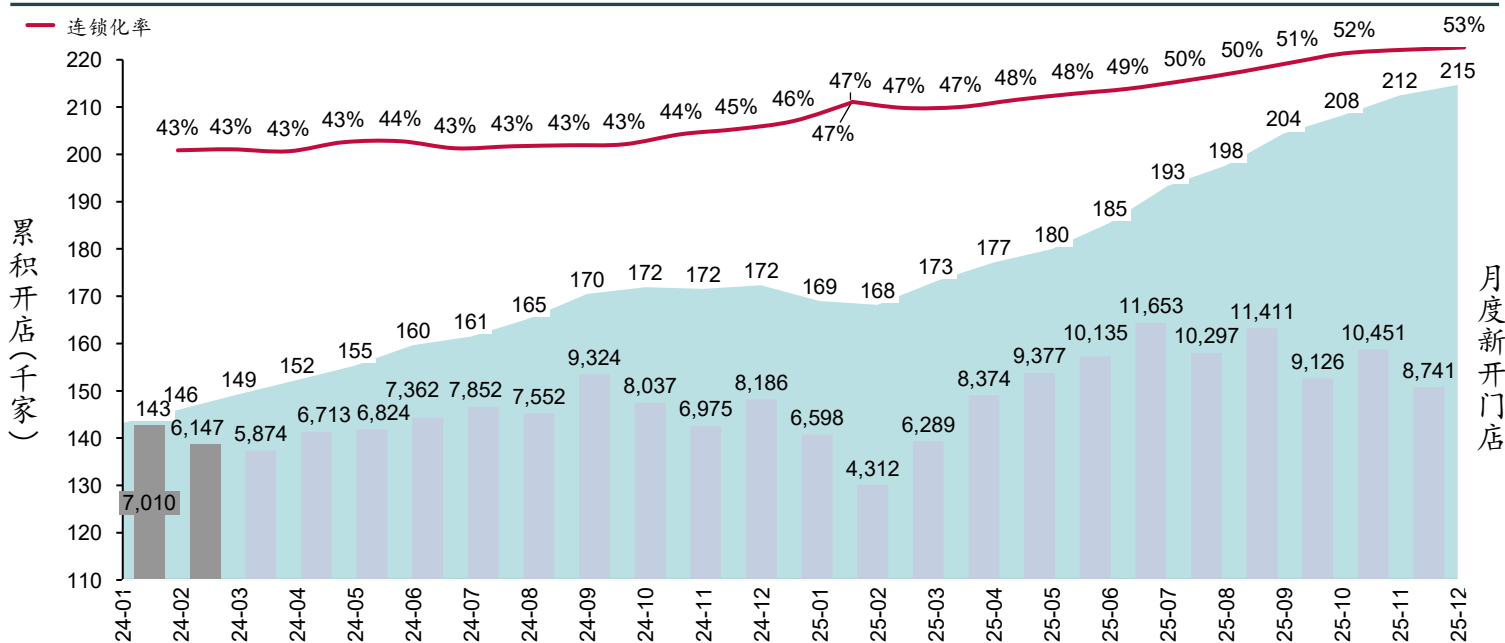
2025年中国咖啡门店数净增4万多家，达到21.5万家，增幅25%；连锁化率也从46%提升至53%；



BLACK VALLEY

黑峪投资

中国咖啡连锁门店月度增长及连锁化情况



数据来源：公开信息，黑峪投资整理分析

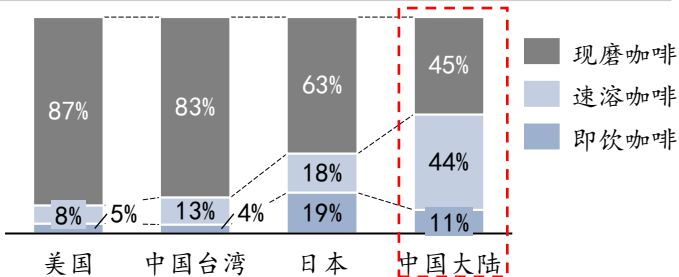
市场趋势一：中国现磨咖啡市场快速发展，预计3年内将成为主流咖啡消费（消耗量）



BLACK VALLEY

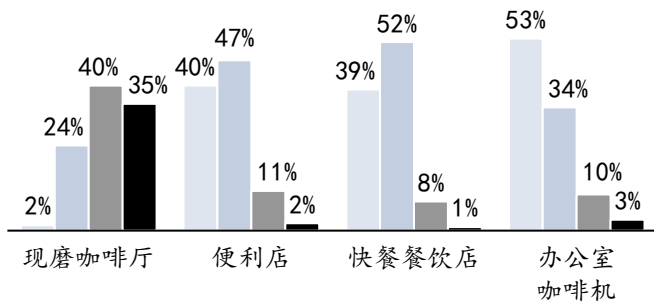
黑谷资本

相较于成熟市场，中国大陆现磨咖啡市场空间巨大

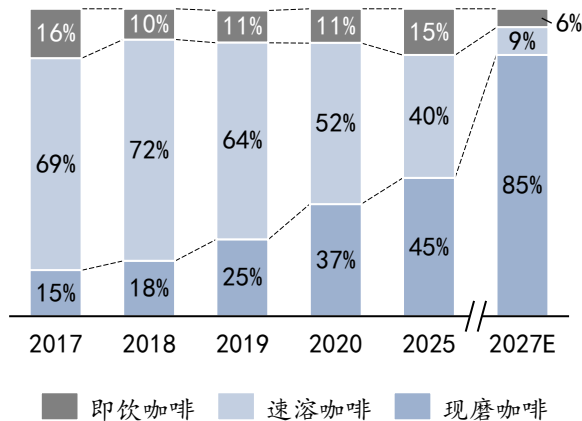


超70%消费者经常光顾咖啡厅

从不 偶尔 经常 总是



现磨咖啡成为最大品类，未来三年将占主导



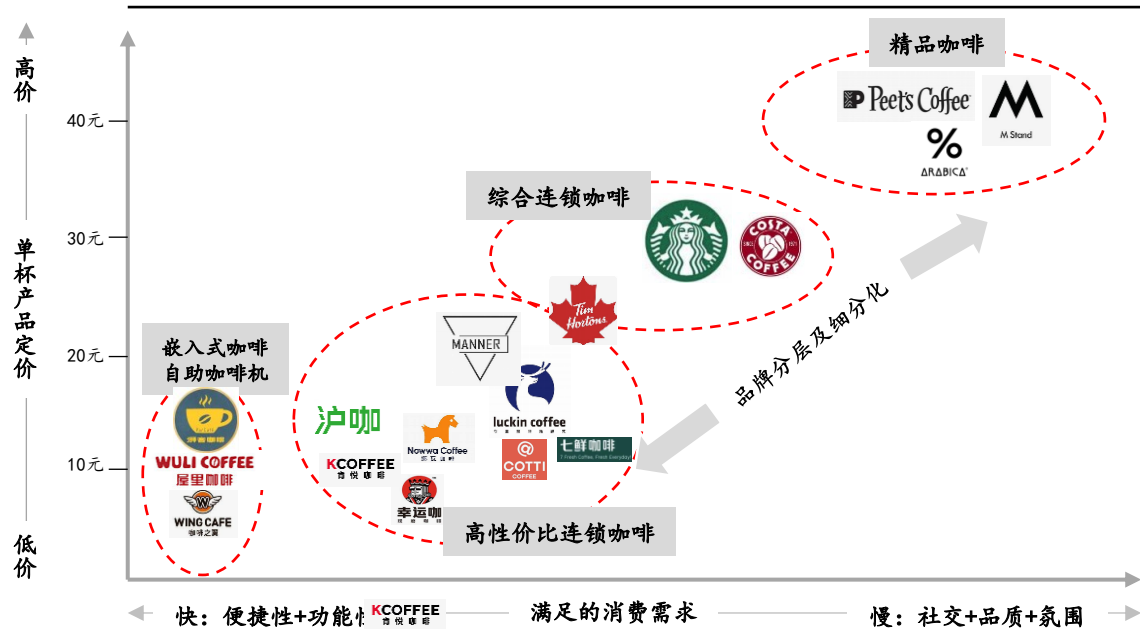


BLACK VALLEY

—— 黑谷资本 ——

市场趋势二：中国现磨咖啡品牌竞争格局-多元化、细分化发展

中国现磨咖啡连锁品牌竞争格局



关键信息

- 现磨咖啡市场参与者众多，按细分市场的参与者类型来看，精品咖啡馆类品牌为定价高于平均单价的以咖啡豆品质、店铺空间与氛围为核心卖点的品牌；
- 综合连锁咖啡品牌为提供高品质产品和社交空间的传统品牌；
- 高性价比连锁咖啡品牌为定价低于平均单价的以满足便利性和功能性需求为核心卖点的品牌；
- 除此之外，立足于便利店、酒店等场所的嵌入式咖啡品牌和智能咖啡机为消费者提供了高便捷的购买选项，抢占咖啡市场。

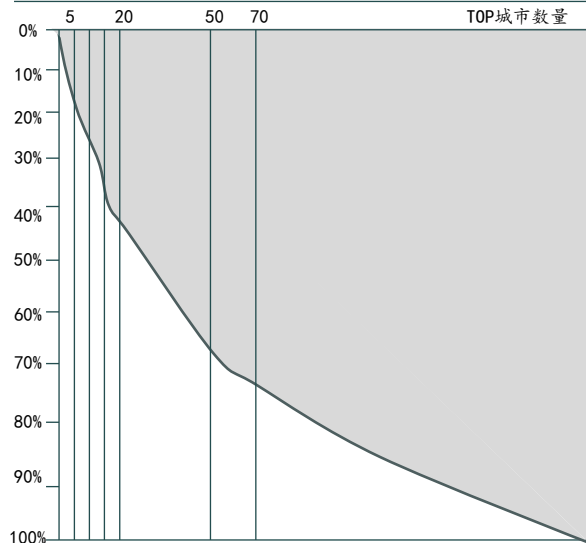
趋势三：下沉市场开店加快，咖啡门店数前十城市25年门店占比 较24年9月继续下降约2%



BLACK VALLEY

黑谷投资

中国咖啡门店分布占比-按城市门店数, 2025年12月



数据来源：大众点评，黑谷投资整理分析

中国咖啡门店分布占比-按城市门店数量排名

城市	2022年	市场份额	202409	市场份额	2025年	市场份额	22-25 门店增幅
上海	7,391	7.20%	8,862	5.20%	10,012	4.66%	35%
广州	4,347	4.20%	6,677	3.92%	7,810	3.64%	80%
北京	4,183	4.10%	5,557	3.26%	6,787	3.16%	62%
成都	3,922	3.80%	5,539	3.25%	6,434	3.00%	64%
深圳	3,770	3.70%	5,260	3.09%	6,675	3.11%	77%
前五小计	23,613	23.00%	31,895	18.71%	37,718	17.57%	60%
杭州	3,402	3.30%	4,935	2.89%	6,195	2.89%	82%
苏州	2,701	2.60%	4,108	2.41%	4,810	2.24%	78%
佛山	2,067	2.00%	3,663	2.15%	4,419	2.06%	114%
东莞	2,129	2.10%	3,550	2.08%	4,098	1.91%	92%
重庆	2,267	2.20%	3,441	2.02%	4,009	1.87%	77%
前十小计	36,179	35.20%	51,592	30.26%	61,249	28.53%	69%

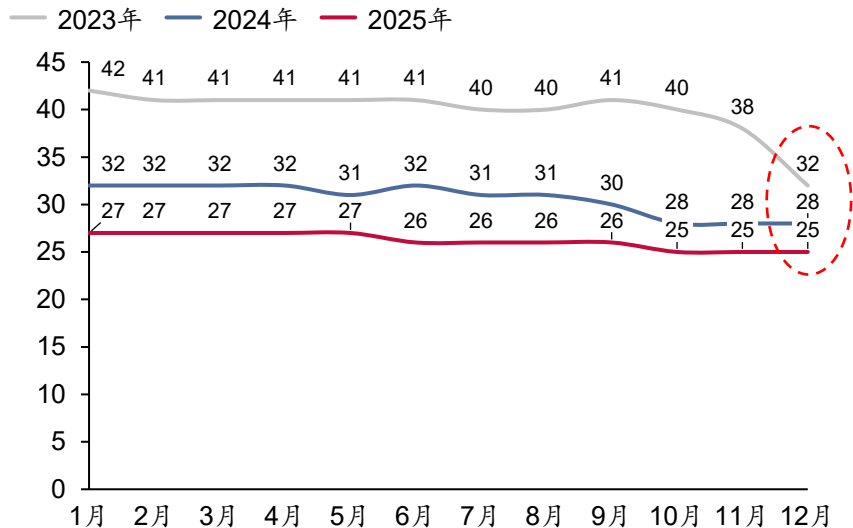


BLACK VALLEY

黑峪投资

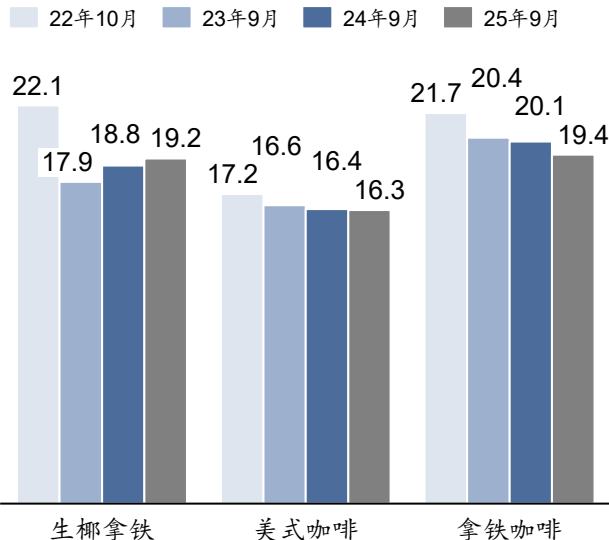
趋势四：产品单价及客单消费持续下滑

2023年-2025年连锁咖啡客单价持续下滑



数据来源：大众点评，黑峪投资整理分析

2022年10月起核心咖啡产品价格下滑





4

中国咖啡连锁头部品牌

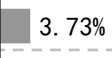
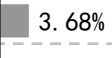
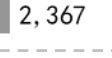
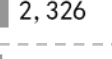
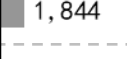
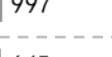
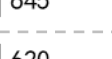
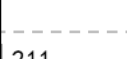
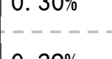
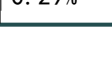
中国前十现磨咖啡品牌合计超过7.8万家，市场占比近36%



BLACK VALLEY

黑谷投资

中国咖啡门店TOP10（截止2025年12月）

排名	去年名次	品牌名称	营业门店数	2025净开店	市场份额	人均消费(元)
1	1	瑞幸咖啡 	 30,612	 9,212	 14.26%	14
2	2	库迪咖啡 	 16,414	 8,539	 7.65%	10
3	4	幸运咖 	 8,437	 5,330	 3.93%	35
4	3	星巴克 	 8,012	 413	 3.73%	8
5	6	NOWWA 	 7,903	 6,547	 3.68%	16
6	5	Manner Coffee 	 2,367	 858	 1.10%	21
7	10	肯悦咖啡 	 2,326	 1,844	 1.08%	15
8	7	Tims天好咖啡 	 997	 57	 0.46%	25
9	8	沪咖 	 645	 -199	 0.30%	15
10	na	小幸运 	 620	 211	 0.29%	13

数据来源：大众点评，黑谷投资整理分析

Copyright ©2026, Black Valley Capital, Proprietary and Confidential

瑞幸咖啡2025年三季度业绩表现强劲



BLACK VALLEY

黑谷资本

2025Q3 净收入

RMB 5.0 bn

+50.2% YoY increase

自营同店增长 SSSG

14.4%



GAAP 营业利润



RMB 17 bn

+12.9% YoY increase

2025Q3 GMV

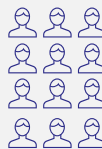
RMB 17.3 bn

+48.1% YoY increase

月均交易用户数

1.12亿

+40.6% YoY increase



店面层面营业利润（自营）
Store-level Operating Profit

19.41



+10.2% YoY increase

全球门店情况

29,214 stores

+3,008 net new store openings

中国门店数 **29,096**

自营门店数 **18,809**

加盟门店数 **10,287**

118 海外门店数

瑞幸咖啡2025年门店数增长超1万家，突破3万家

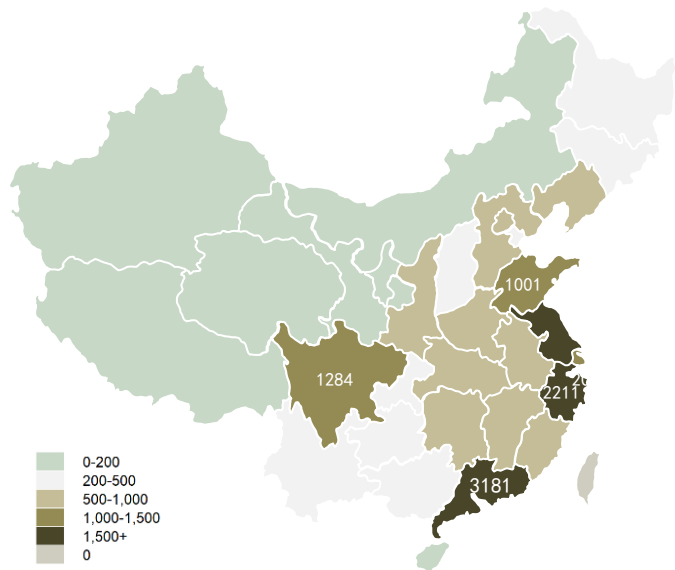


BLACK VALLEY

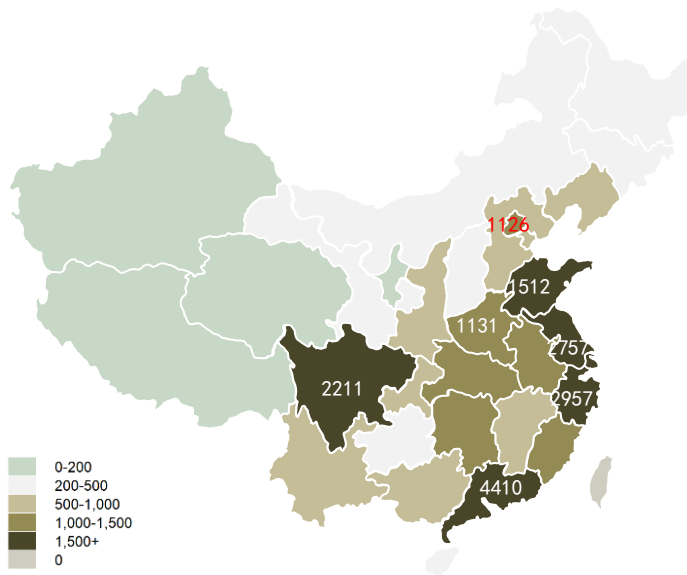
黑谷投资



瑞幸门店分布 (2024年9月)



瑞幸门店分布 (2025年12月)



数据来源：大众点评、黑谷投资分析整理

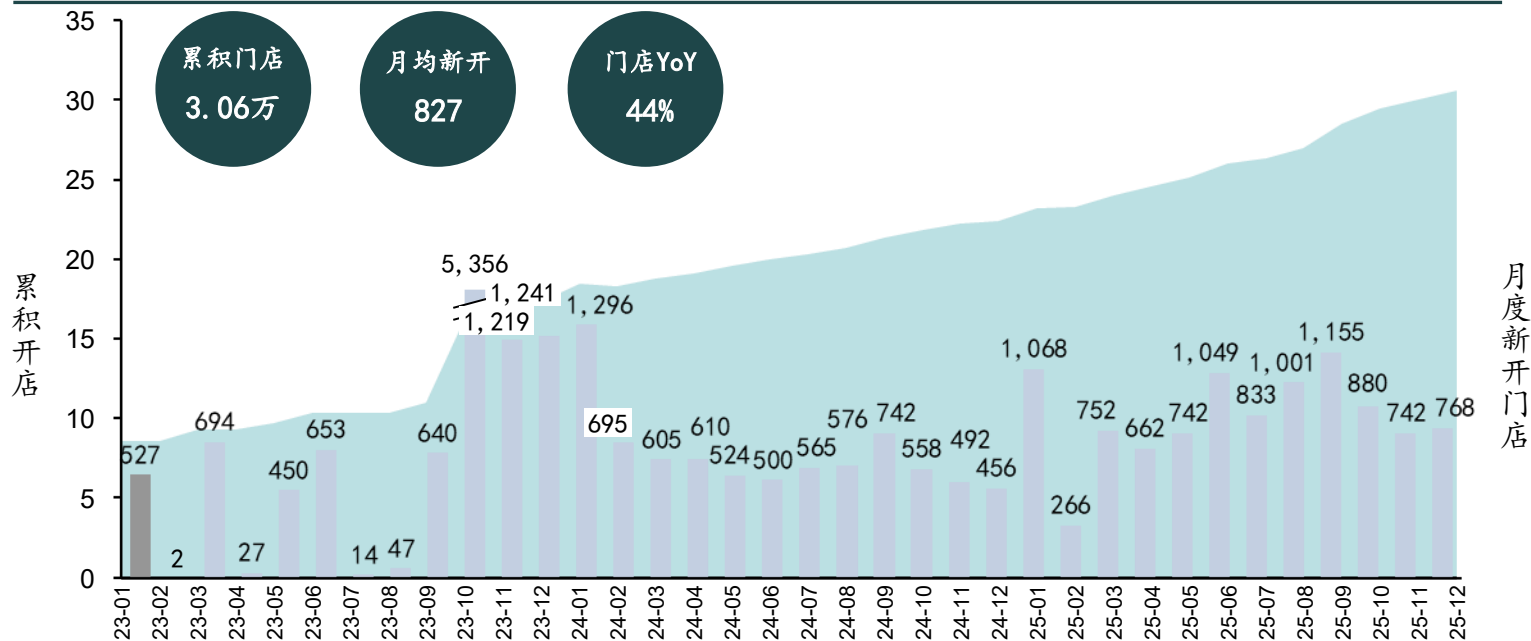


BLACK VALLEY

黑谷投资

瑞幸咖啡门店扩张态势图——2025新开万店 扩张加速

瑞幸咖啡近三年门店拓展态势图



数据来源：大众点评、黑谷投资分析整理

创新与多元化服务推动活跃客户指标创下历史新高



BLACK VALLEY

黑谷投资

#From the *Origin*
to You



luckin coffee

小黄油系列1周年
累计卖出 **2.2亿** 杯

小黄油拿铁 小黄油美式

Little Butter Series
220 million cups
Sold in its first year

Mango Pomelo Sago

12+ million cups
Sold during the National Day Holiday

luckin coffee

生椰杨枝甘露
假期销量突破

1240万+

420+ million
Cumulative transacting customers

42+ million *Record High!*
New transacting customers in 25Q3

112+ million *Record High!*
Average monthly transacting customers in 25Q3

QUANXI POMELLO SAGO 琯溪蜜柚拿铁

阿克苏苹果拿铁

秋露一杯 轻乳茶

星运跃迁 开盲盒

库迪咖啡2025年门店数从9000多家增至超1.6万家

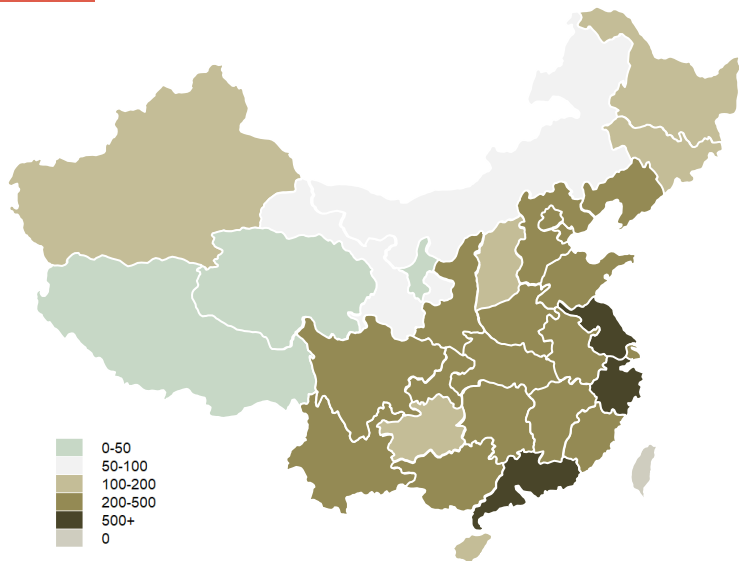


BLACK VALLEY

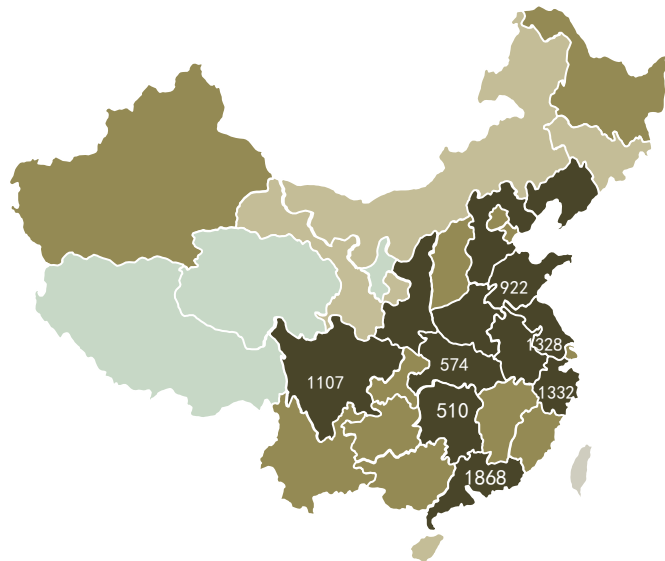
黑谷投资



库迪门店分布（2024年9月）



库迪门店分布（2025年12月）



数据来源：大众点评、黑谷投资分析整理

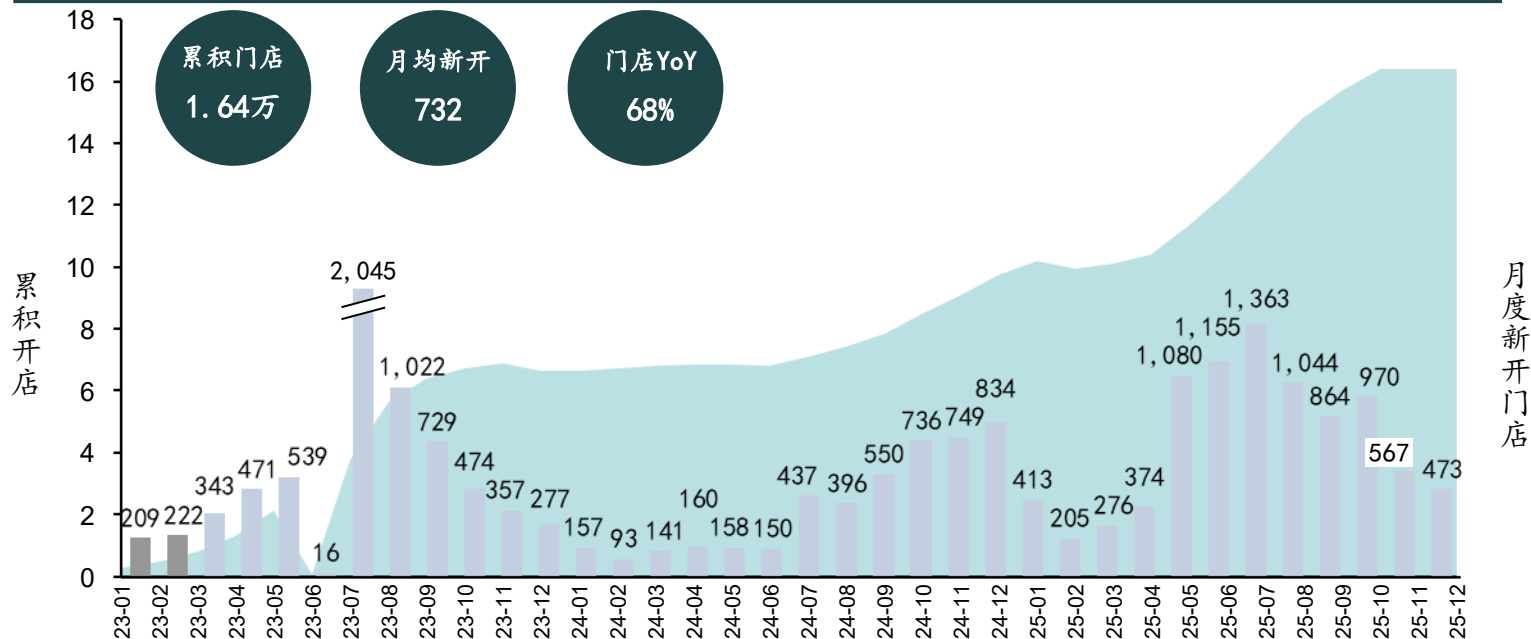


BLACK VALLEY

黑谷投资

库迪门店扩张态势图——2025新开近九千家店 扩张加速

库迪咖啡2023-2025门店月度拓展态势图



数据来源：大众点评、黑谷投资分析整理

幸运咖2025年门店迎来爆发式增长，突破1万家

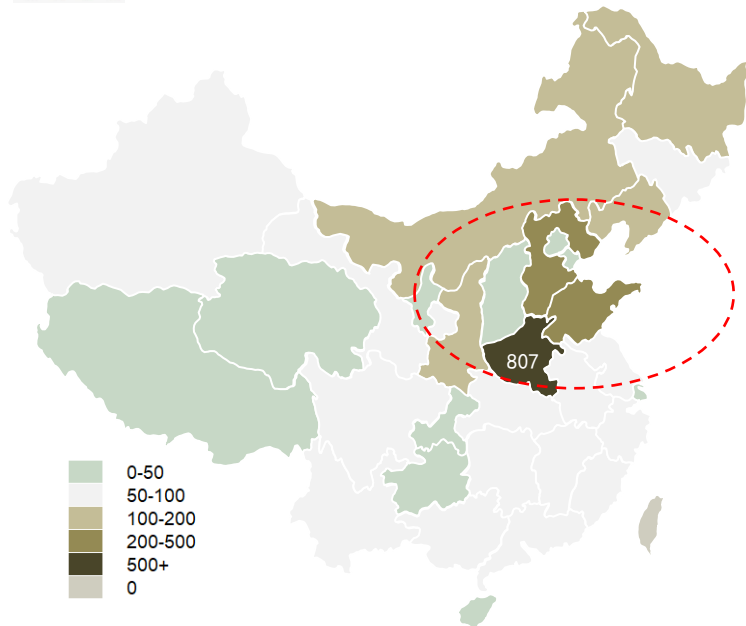


BLACK VALLEY

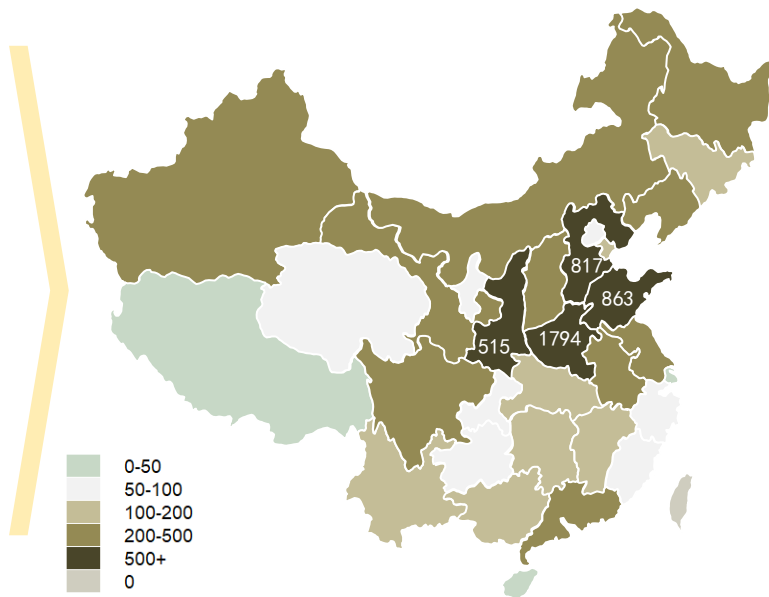
黑峪投资



幸运咖门店分布（2024年9月）



幸运咖门店分布（2025年12月）



数据来源：大众点评、黑峪投资分析整理

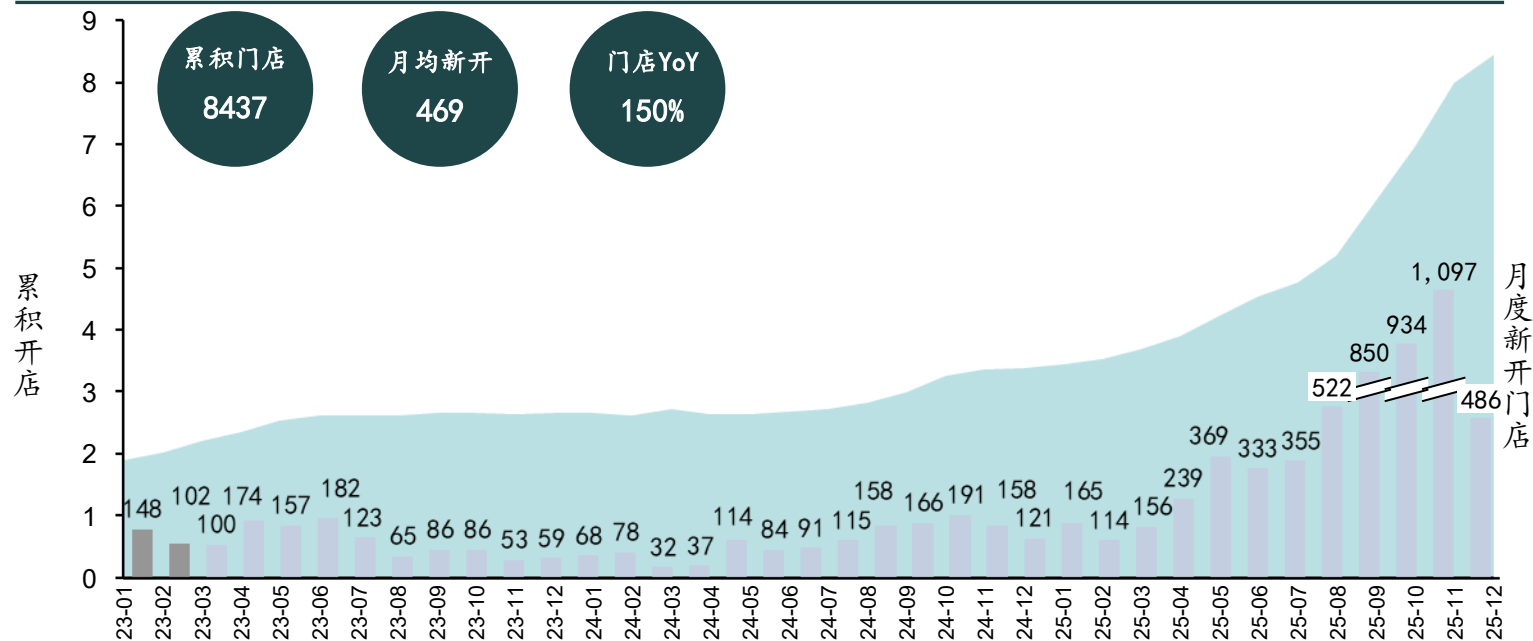


BLACK VALLEY

黑谷投资

幸运咖门店扩张态势图——2025迎来爆发式增长 进入万店俱乐部

幸运咖2023-2025门店月度拓展态势图



数据来源：大众点评、黑谷投资分析整理

星巴克2025年净开店仅300多家，累积门店数8000+

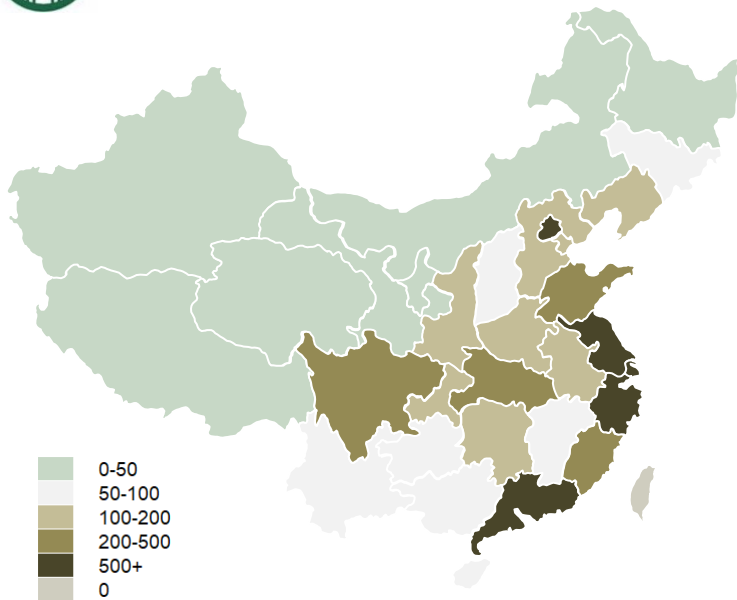


BLACK VALLEY

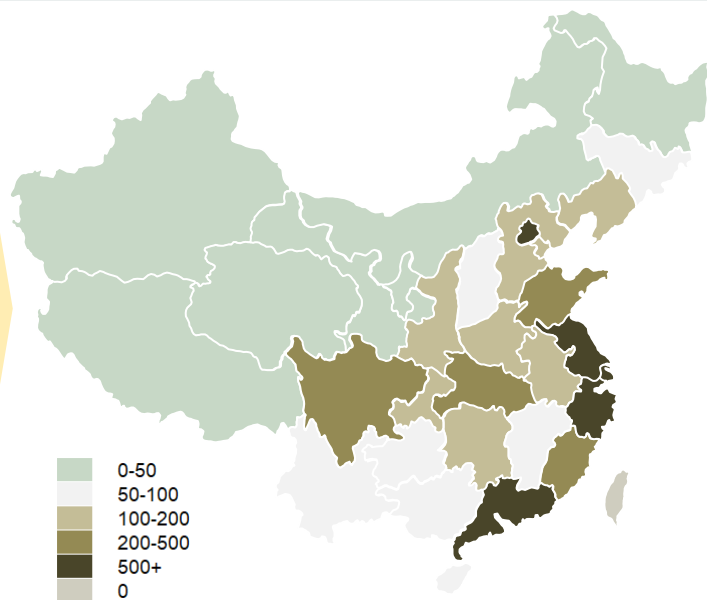
黑谷投资



星巴克门店分布（2024年9月）



星巴克门店分布（2025年12月）



数据来源：大众点评、黑谷投资分析整理

Manner2025年门店新增超700家，增速达40%+，累积门店近2500家

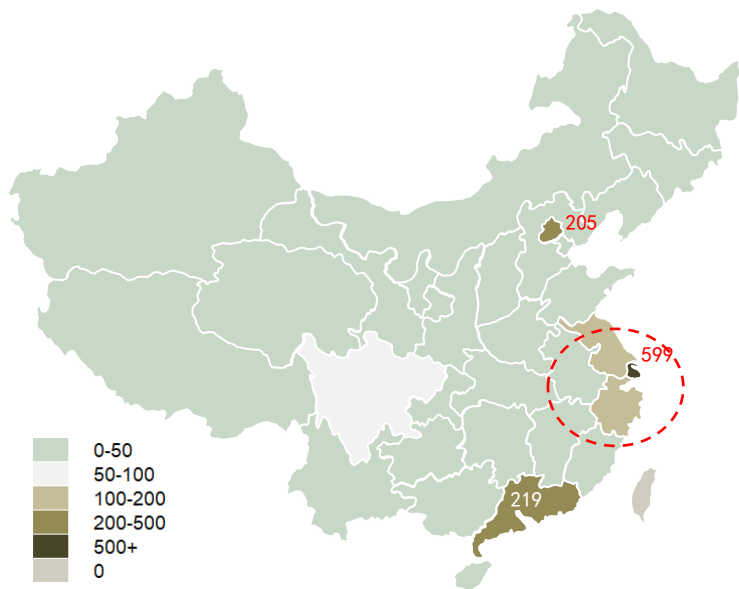


BLACK VALLEY

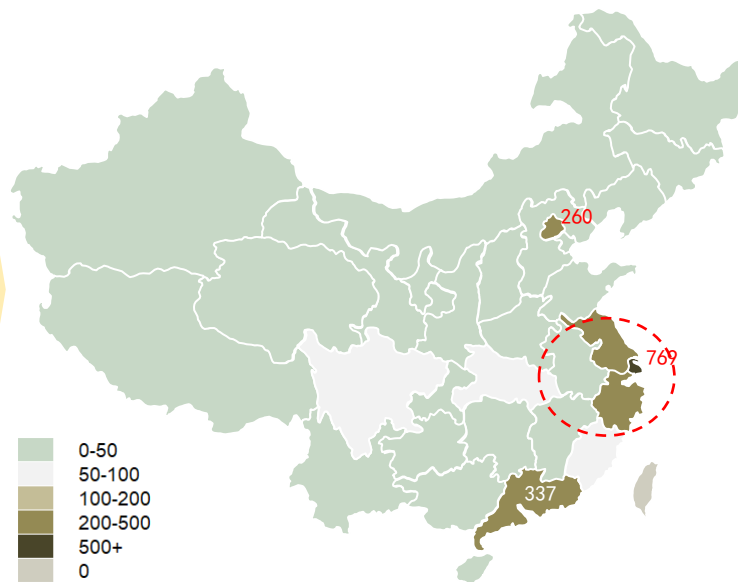
黑谷投资



Manner 门店分布（2024年9月）



Manner 门店分布（2025年12月）



数据来源：大众点评、黑谷投资分析整理



5

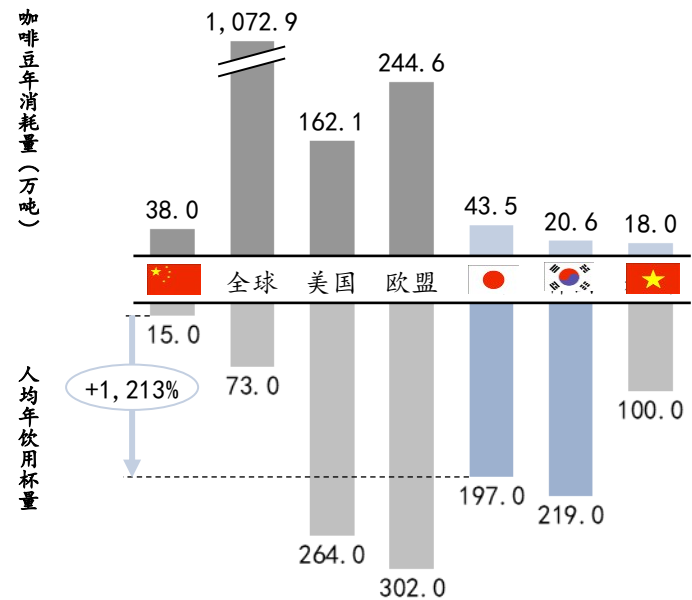
中国咖啡市场增长的核心
驱动因素

中国咖啡消费总量和人均消费量与成熟市场仍有较大差距，预示着广阔的发展空间



BLACK VALLEY
黑峪资本

中国与全球市场咖啡消费量对比（2025）



注：1. 假设每杯咖啡含18g咖啡粉

数据来源：USDA、黑峪投资分析整理

黑峪分析

- 2025年，中国的咖啡豆总消耗量近**40万吨**，虽然已进入全球十大咖啡消费国，但与美国、欧盟和日本等咖啡产业已相对成熟的市场相比体量仍然较小。
- 结合各个国家和地区的人口数量，中国的人均咖啡年饮用量仅15杯，与全球的平均水平还存在较大差距，与日韩等亚洲国家比差距更大，具有很大的发展空间。
- 随着头部咖啡品牌的发展，人们消费咖啡的场景和选择越来越多，未来咖啡消费仍将保持高速发展。

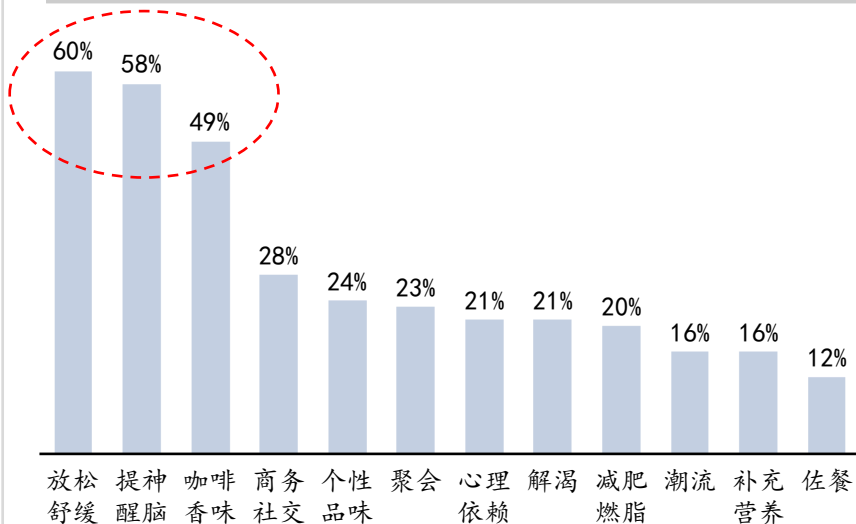


BLACK VALLEY

黑谷资本

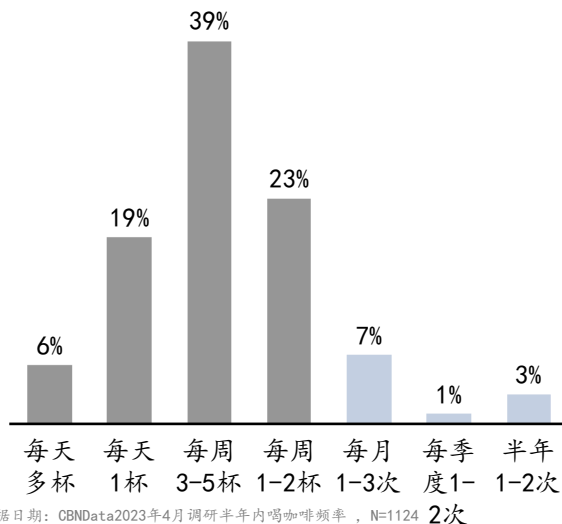
咖啡的成瘾性和功能性 让消费者形成消费粘性

消费者对咖啡功能性需求占主导



数据日期：CBNData2023年4月饮咖人群调研，N=1039，多选且限选5项

多数消费者已经养成咖啡饮用习惯



数据日期：CBNData2023年4月调研半年内喝咖啡频率，N=1124



6

咖啡行业投融资情况

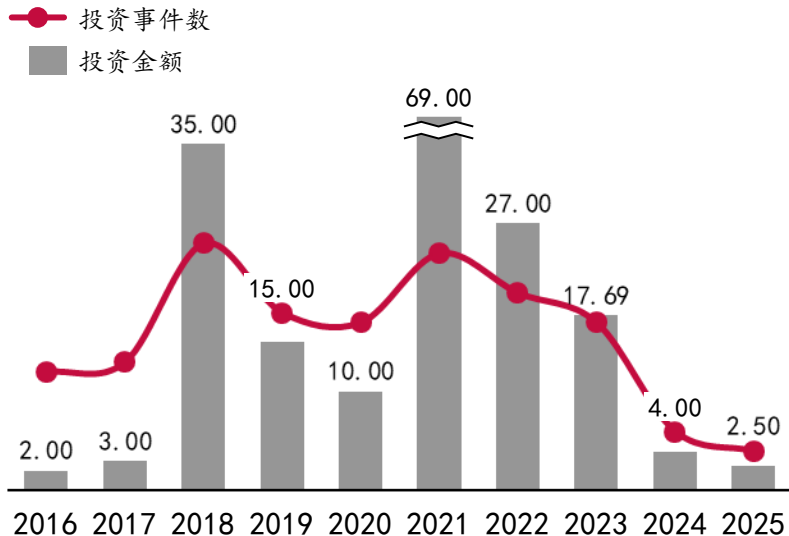
中国咖啡企业融资情况-资本持续加注咖啡赛道推动行业发展



BLACK VALLEY

黑峪投资

2016年至2025咖啡行业融资情况



数据来源：公开信息、黑峪投资分析整理

黑峪分析

- 2023年，尽管消费赛道已经被大多数投资机构抛弃，但是咖啡赛道却仍然得到了投资机构的青睐。不少咖啡品牌获得了融资，其中融资金额过亿元的有弄咖、幸猫、M Stand、星茵咖啡等7个品牌。知名VC/PE机构均有出手投资，比如梅花创投、黑蚁资本、金沙江创投等。
- 从融资阶段来看，大多停留在A轮及A轮以前，获得天使轮融资的品牌占了三成以上。个别品牌的发展因为符合投资预期，得到了机构的持续加注。

中国咖啡行业2023-2024年投融资事件

咖啡品牌	融资时间	轮次	投资金额	投资方	公司和产品介绍
隅田川咖啡	2023/3/27	C轮	未透露	沂景资本、建德国控（领投） 不二资本、启明创投	专注挂耳咖啡、胶囊浓缩咖啡液、袋泡咖啡等高品质便捷快消咖啡产品
小咖主咖啡	2023/3/20	A轮	1亿元人民币	星米资本（领投），赛马系列 AD-VC基金	非洲风连锁咖啡品牌，提供高品质的平价咖啡。
AoTiger虎闻	2023/2/13	天使轮	未透露	梅花创投	咖啡连锁品牌，保证低成本、低价格。
Tims中国/天好咖啡	2023/2/9	未透露	未透露	笛卡尔资本、RBI等	加拿大国民咖啡品牌中国业务
幸猫咖啡	2023/2/23	A轮	1500万美元	Bit Origin	新式咖啡品牌，拥有现磨咖啡、饮品和烘焙产品。
布鲁熊咖啡	2023/03	天使轮	未透露	艺领基金	主打纯手工美式咖啡
四叶咖	2023/03	天使轮	数千万元人民币	天图投资、内向基金	专注于云南咖啡的国咖品牌
雷力咖啡	2023/2/15	A轮	3000万元	昕晟基金管理有限公司	有创造力的外带咖啡品牌，提供高品质平价咖啡。
奢啡CEPHEI	2023/2/14	A轮	数千万元人民币	金沙江创投，翼弛咨询	速溶咖啡品牌，主打冷热双泡的功能性冻干咖啡。

数据来源：公开信息、黑峪投资分析整理

中国咖啡行业2023-2024年投融资事件

咖啡品牌	融资时间	轮次	投资金额	投资方	公司和产品介绍
一口十一	2023. 3	天使轮	5000万人民币	欧若拉投资	以咖啡及面点烘焙搭配组合的新兴餐饮品牌公司
Au Caf é	2023. 3	种子轮	未透露	嘉州金控	主打花果香型咖啡
星茵咖啡	2023. 5	A轮	2500万美元	中天资本	自有烘焙厂，定位为多元化、性价比高的咖啡饮品
小咖咖啡	2023. 6	B轮	4. 48亿人民币	清望资本	“咖啡设备+互联网” “小吧+小店”的全新模式
M Stand	2023. 6	B+轮	数亿元人民币	小红书	精品咖啡连锁品牌
默啡咖啡	2023. 7	天使轮	5000万人民币	HashKey Capital	专注于意式咖啡的品牌
啡途咖啡	2023. 7	战略融资	2500万美元	未披露	露营主题、手工现磨
魔豆司咖啡	2023. 8	天使轮	未透露	黑蚁资本	咖啡烘焙品牌
啡行家	2023. 9	A轮	1500万人民币	良品铺子	武汉本土咖啡品牌

数据来源：公开信息、黑峪投资分析整理

中国咖啡行业2023-2024年投融资事件

咖啡品牌	融资时间	轮次	投资金额	投资方	公司和产品介绍
• 漫耳茶咖	2024年9月	A轮	3000万	冠峰永越投资	“低负担&轻食”咖啡连锁
• 挪瓦咖啡	2024年9月	B++	数亿元	甬山天玑、盛景嘉成母基金、源星资本	咖啡连锁品牌（低热量产品）
• 上海氩豚COFE+	2024年4月	A+	未披露	家族基金	多场景Cofe+机器人
• 咖爷科技	2024年4月	A轮	数千万元	苏创投、领军创投、苏州国发	全自动咖啡机SmartX
• 比星咖啡	2024年1月	A轮	数千万	正煊资本、顺为资本	精品咖啡小店加盟模式
• 咖百世	2024年1月	A轮	五千万	海纳亚洲	连锁门店

数据来源：公开信息、黑峪投资分析整理

咖啡行业2024-2025年投融资事件

咖啡品牌	融资时间	轮次	投资金额	投资方	公司和产品介绍
• 漫耳咖啡	2024/9/10	战略投资	3000 万元人民币	冠峰资本	四川漫耳茶咖，融资用于门店与品牌扩张
• Flash Coffee (印尼)	2025年初	增长轮 / 战略投资	300 万美元	TA Ventures (领投)、White Star Capital (跟投)	印尼咖啡连锁，目标 2025 年超 70 店、进入 2 个新城市
• 代数学家	2025/5/19	B轮	数千万元	苏高新金控	代数学家咖啡定位为 “潮流精品咖啡”
• Copper Cow Coffee (美国)	2025-05	A 轮	850 万美元	Cultivian Sandbox、Arborview Capital (共同领投)；Siddhi Capital、Silverton Partners (跟投)	越南风味咖啡，总部洛杉矶
• 雀巢 (巴西 Nescafé 基地)	2025/5/30	产能 / 供应链扩建	5 亿雷亚尔 (约 8830 万美元，至 2028)	雀巢 (自有资金)	叠加 2024 年 15 亿雷亚尔，合计 20 亿雷亚尔；用于扩产 Dolce Gusto、咖啡机与可持续种植
• 枫蓝咖啡	2025/07	A 轮	5千万元人民币	未公开??? (真实性待确认)	专注于创意精品咖啡连锁运营
• 比星咖啡	2025/11/1	B 轮	数千万元人民币	苏州市农发产业科创基金 (独家领投)	精品咖啡小店加盟，总部落户昆山张浦，发力门店与供应链
• 氩豚科技 (COFE+机器人)	2025年	第5轮	亿元级融资	上海瀚远投资领投	主打全智能咖啡机器人。
• 云南咖啡产业股权投资基金	2025/11/7	产业基金设立	约 3 亿元人民币	普洱市投资基金管理、正大 (海南) 咖啡、云南兴昂实业等	专注云南咖啡产业股权投资与资产管理

数据来源：公开信息、黑峪投资分析整理

24-25年中，全球老牌连锁咖啡品牌相关资本并购交易较为活跃



公告时间	标的	交易类型	对价	买方 / 投资方	卖方
2024-10	• JDE Peet' s (Peet' s Coffee 母公司)	控股权增持 (股权收购)	约 21.6 亿欧元 (每股 25.10 欧元, 合计 8600 万股)	JAB Holdings	亿滋国际 (Mondelēz)
2025-08-25	• JDE Peet' s (荷兰, Peet' s Coffee 母公司)	全现金收购 (待交割)	157 亿欧元 (每股 31.85 欧元, 溢价 33%)	Keurig Dr Pepper (KDP)	JDE Peet' s 股东 (含 JAB)
2025-11-03	• 星巴克中国零售业务 (合资企业)	控股权出售 (合资)	约 40 亿美元 (现金无负债估值, 整体估值超 130 亿美元)	博裕资本 (Boyu Capital)	星巴克 (Starbucks)
2025-11	• Blue bottle	洽谈中	洽谈中	大钲资本	Blue bottle
2025-11	• Costa coffee	洽谈中	洽谈中	大钲资本	可口可乐

数据来源：公开信息、黑峪投资分析整理



End