



BLACK VALLEY

黑峪投资

中国咖啡产业报告-2024

China Coffee Industry Report

世界中餐业联合会&黑峪投资
2024年10月

1. 咖啡产业价值链：

- 1) 咖啡产业价值链：从种植到消费终端产业链各环节对咖啡品质的影响及市场规模
- 2) 咖啡豆分品类产量及特性对比
- 3) 咖啡种植-全球咖啡带
- 4) 全球咖啡产量
- 5) 咖啡价格趋势
- 6) 咖啡烘焙
- 7) 咖啡萃取的不同技术路线及适用场景

2. 中国咖啡产业

- 1) 中国咖啡种植和生产环节
- 2) 中国咖啡年产量基本维持在10万吨
- 3) 中国咖啡豆进出口及消耗量
 - 2023年中国咖啡出口量缩减至2万吨
 - 2023年中国咖啡进口量增至15万吨
 - 2023年中国咖啡消耗量约35万吨
- 4) 中国咖啡烘焙产能35万吨，远超现磨咖啡需求

3. 中国咖啡消费市场

- 1) 咖啡市场发展历程：从速溶主导到多元化消费
- 2) 咖啡消费市场分类：现磨咖啡和零售咖啡
 - 零售咖啡国产细分品牌涌现
 - 现磨咖啡消费场景丰富多样
 - 现磨咖啡消费者画像
- 3) 中国咖啡市场规模1500亿
 - 市场趋势一：中国现磨咖啡将快速成为消费主流
 - 市场趋势二：现磨咖啡向多元化和细分化方向发展
 - 市场趋势三：下层市场开店加快，TOP5城市门店占比降低至19%
 - 市场趋势四：产品和客单消费下降

4. 中国咖啡连锁头部品牌

5. 中国咖啡市场发展核心驱动要素



一 咖啡产业价值链



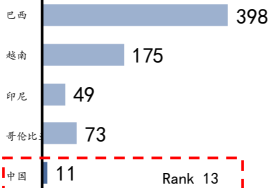
全球咖啡产业价值链概览



上游：咖啡种植

- 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；
- 2023/2024季，全球咖啡产量**1.7亿袋**（60kg/包），近十年累积增长~20%

2023年全球咖啡产量1,015万吨, Top3占比61%



- 咖啡种植地域上较为集中，且**主要被大型贸易商把控**
- 云南的咖啡豆供应给全球五大咖啡巨头；国内典型代表室后谷咖啡公司
- 蓝山咖啡每年700吨产量



中游：贸易加工

- 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

- 德国纽曼：80万吨
- 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

- 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



下游：流通渠道

- 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

- 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

- 全球渠道主要玩家为JAB和雀巢，**近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



下游：终端业态

- 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）

- 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70%市场份额
 - 个人/家庭：
 - 办公：

- 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

概述

竞争格局

评价



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

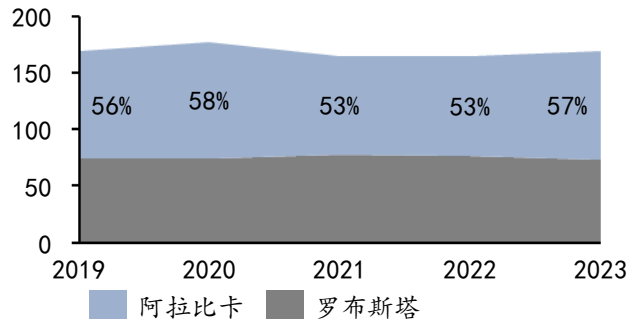




咖啡豆比较：阿拉比卡为主要的咖啡豆类别，占比近6成

2019-2023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



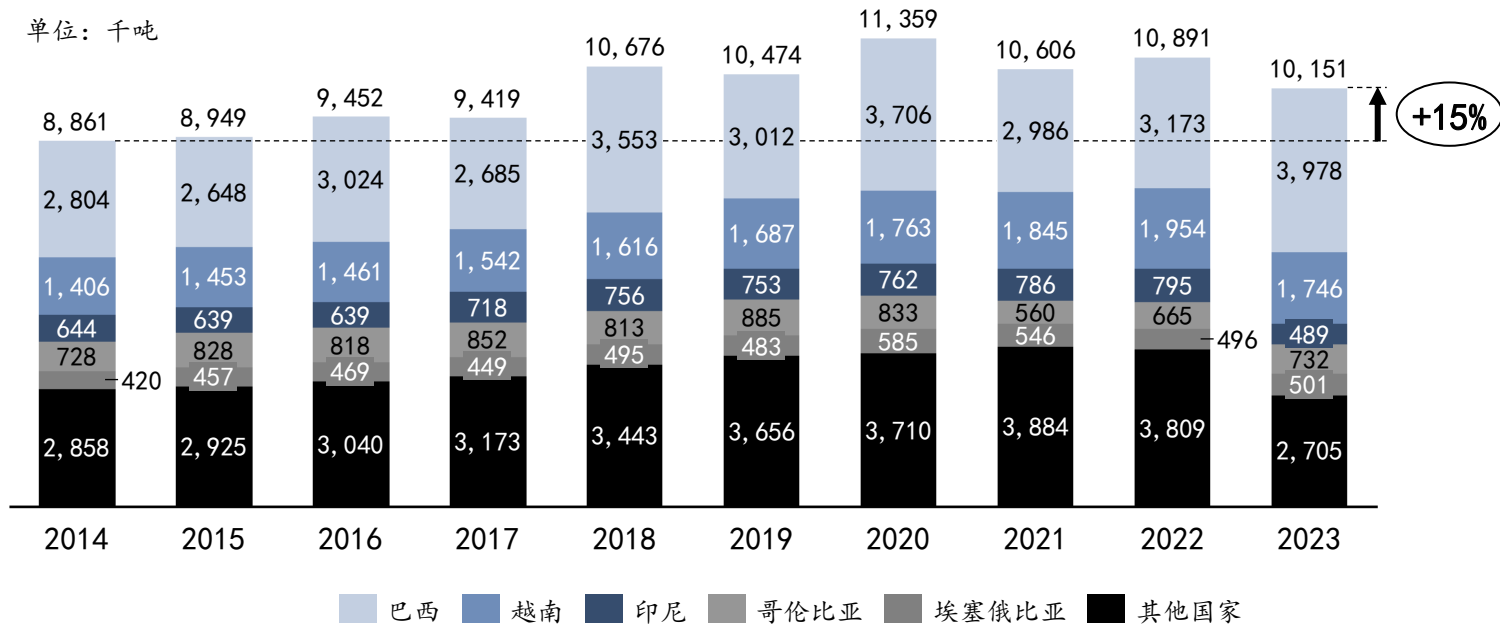
咖啡种植：基本位于南北回归线之间的咖啡带上



全球咖啡产量略超过千万吨，近十年增长~15%

2014-2023年全球咖啡产量

单位：千吨





咖啡生豆价格走势——目前处于2.5美元/每磅的高价位

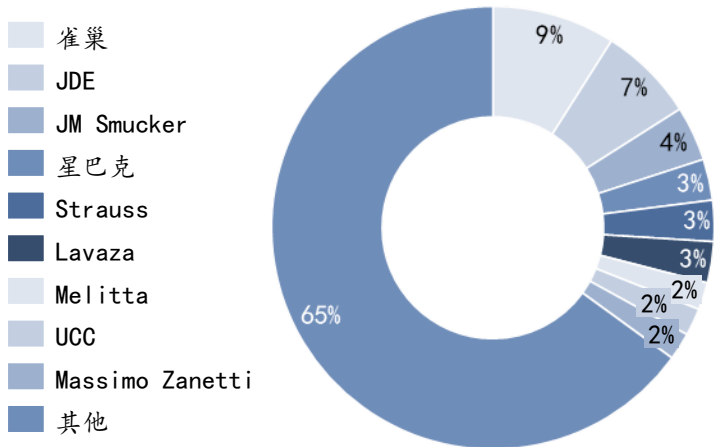




咖啡烘焙环节相对分散，前十大玩家占比不超过4成

- 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。

全球主要咖啡烘焙玩家



咖啡烘焙机





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



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

零售

餐饮服务



家庭消费



办公室



餐厅/便利店



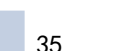
咖啡厅



自动贩卖



单价
元/杯



黑峪分析

- 目前速溶咖啡主导，逐渐将被更方便且更容易制作美味咖啡的胶囊咖啡机替代；
- 全自动机不适宜咖啡豆保鲜

- 办公室的使用将从速溶咖啡向胶囊咖啡过渡（类似家庭场景）
- 消耗较快的企业或可采用全自动现磨咖啡机

- 餐厅/便利店适合采用全自动咖啡机和胶囊咖啡机；
- 高流量便利店可采用全自动机

- 连锁咖啡厅如星巴克等使用全自动咖啡机以保证较高质量且稳定口味的咖啡出品；
- 特色咖啡厅采用半自动咖啡机以制作更地道的意式浓缩咖啡

- 其业态受到办公室场景、便利店场景和咖啡厅等竞争，生存空间狭小

○ → ● 不适用到适用

二 中国咖啡产业

中国咖啡种植区域

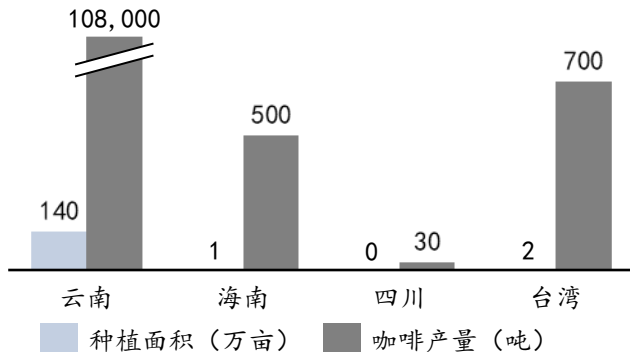


数据来源: USDA, 农业农村部、黑峪投资整理分析

关键信息

- 我国咖啡种植面积和产量不到全球的2%。咖啡产地主要分布在云南、四川、海南和台湾地区；其中云南的种植面积和产量占全国比重在99%以上，品种为小粒种阿拉比卡。

2023中国咖啡面积及产量



中国咖啡年产量基本维持在10万吨出头

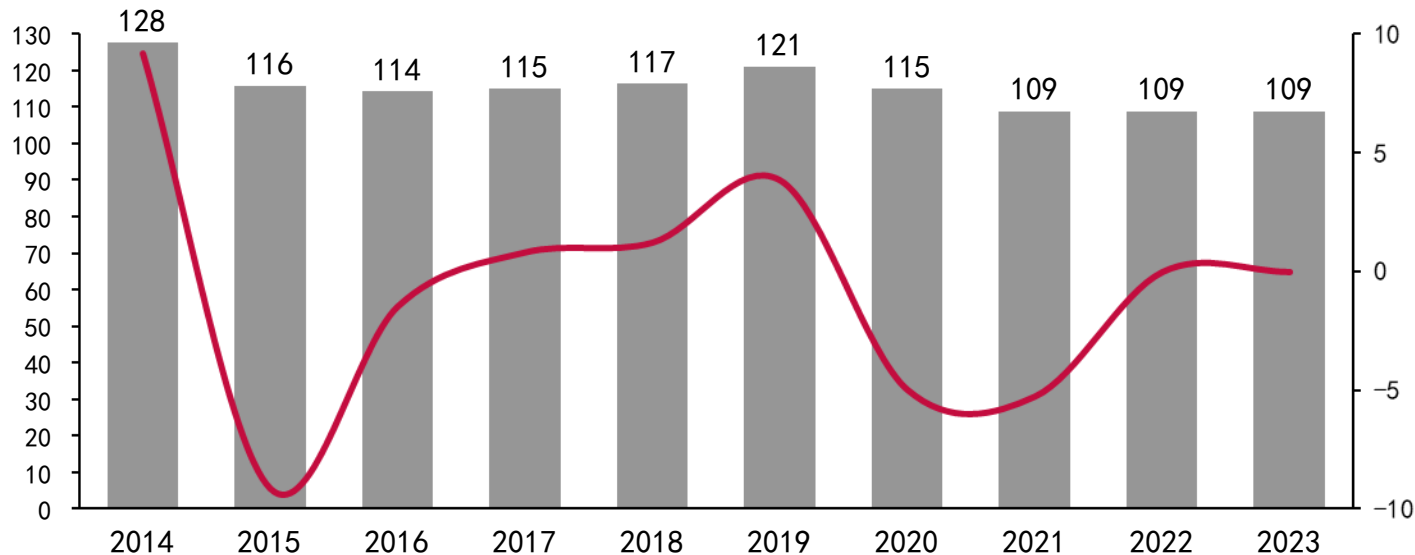


BLACK VALLEY

黑峪投资

2014-2023年中国咖啡生产量

单位：千吨

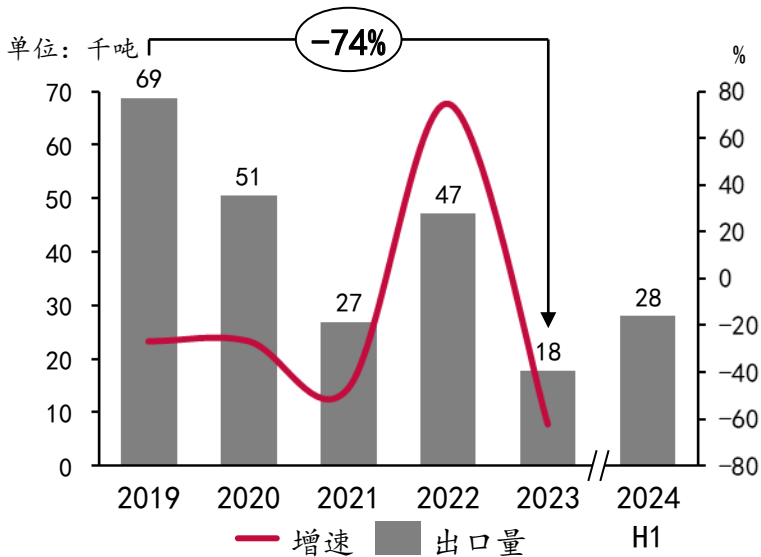


数据来源：USDA，黑峪投资整理分析

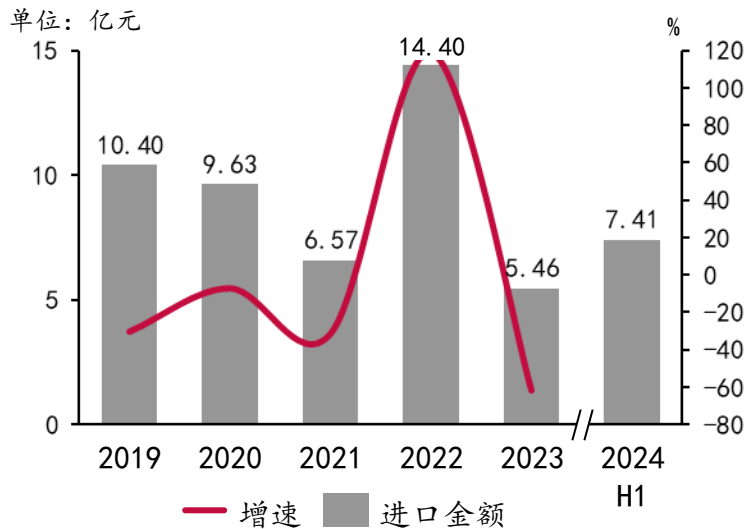
— 增速 ■ 生产量

中国咖啡出口量和出口额快速减少

2019-2024 H1 中国咖啡出口量



2019-2024 H1 中国咖啡出口金额

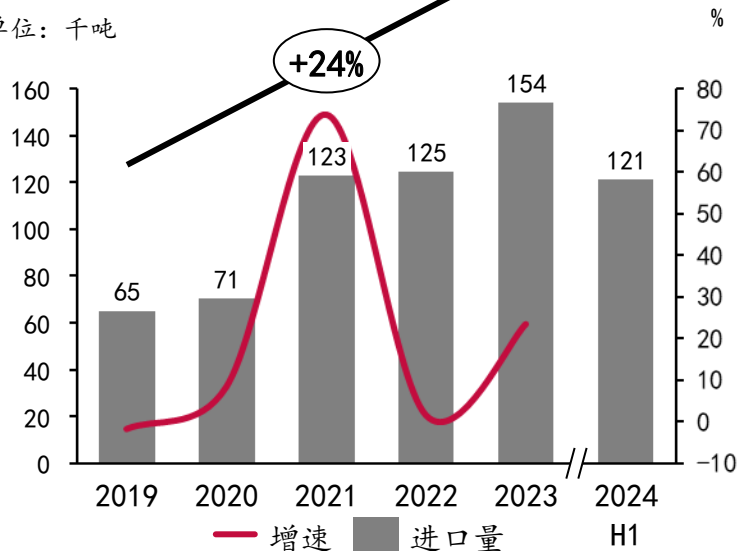


数据来源：海关总署，黑峪投资整理分析

中国咖啡进口量价齐升-2023年进口量达15万吨，五年复合增长24%

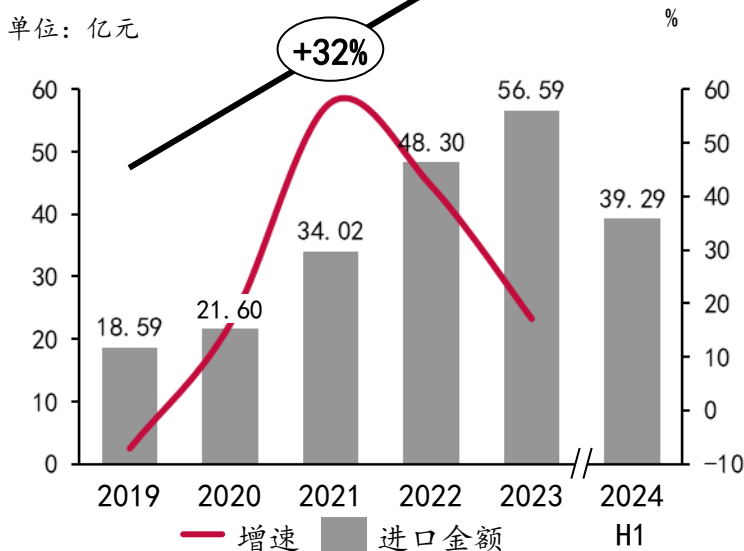
2019-2024 H1 中国咖啡进口量

单位：千吨



2019-2024 H1 中国咖啡进口金额

单位：亿元

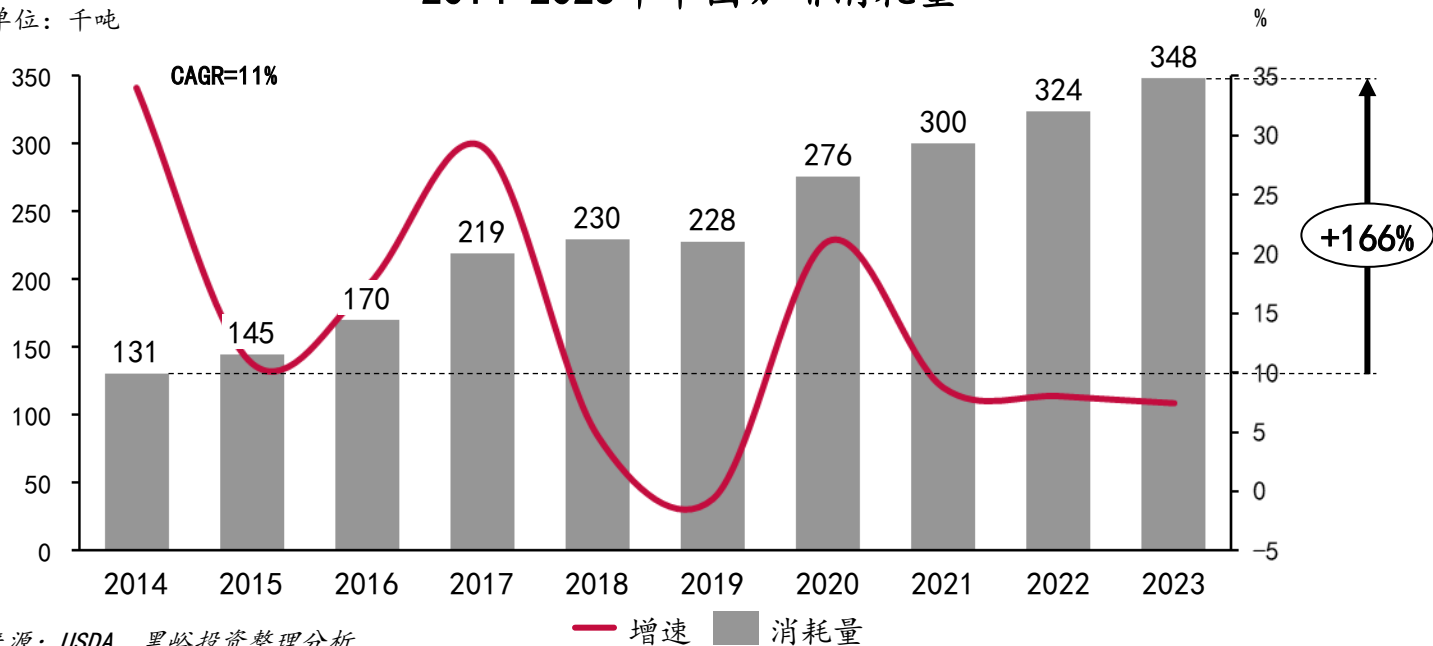


数据来源：海关总署，黑峪投资整理分析

中国咖啡消费量2023年接近35万吨，近十年增长了1.67倍

2014-2023年中国咖啡消耗量

单位：千吨



数据来源：USDA，黑峪投资整理分析

中国咖啡烘焙产能超过35万吨，远超现磨咖啡需求量

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，黑峪投资整理分析

瑞幸咖啡工厂概况



瑞幸福建宁德工厂



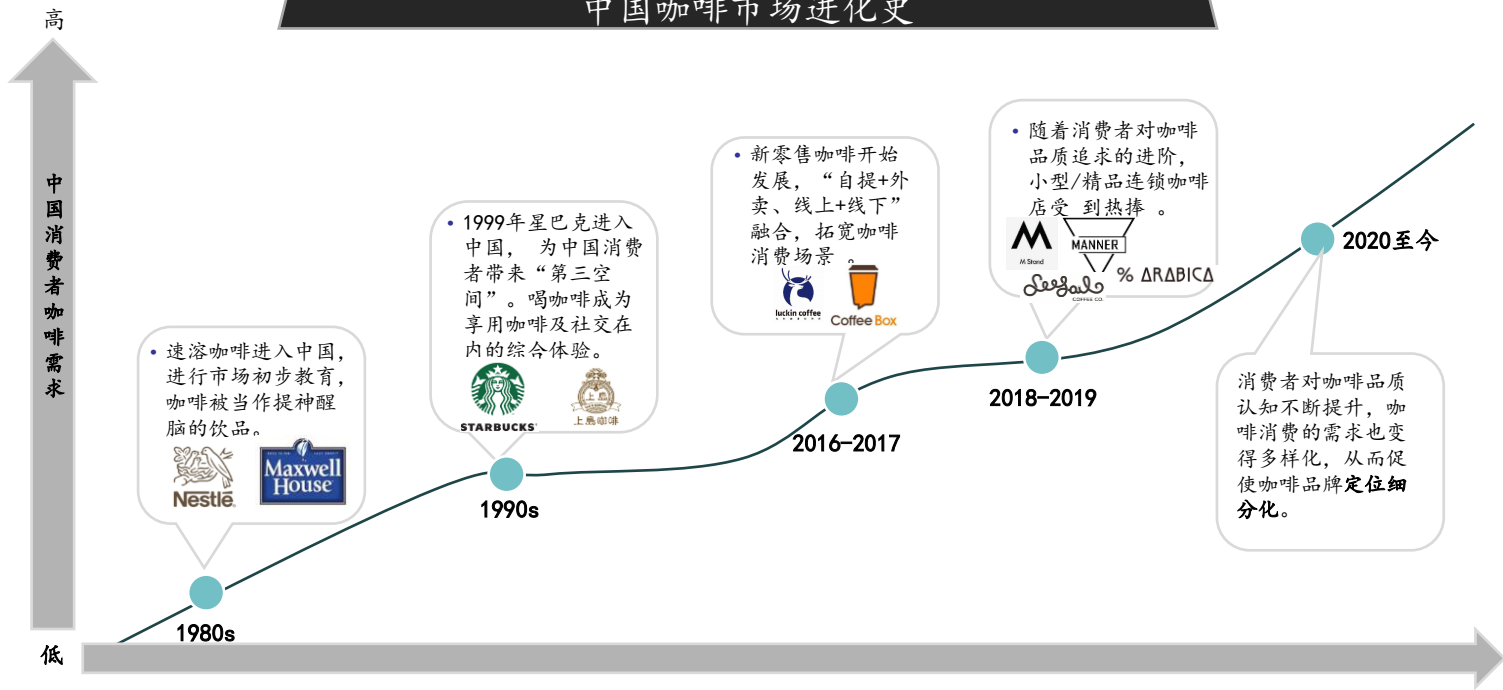
瑞幸江苏昆山工厂

- 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

三 中国咖啡消费市场

中国咖啡发展历程：从速溶咖啡主导到多元细分化发展阶段

中国咖啡市场进化史





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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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

#	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



BLACK VALLEY

黑峪投资

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，黑峪投资整理分析

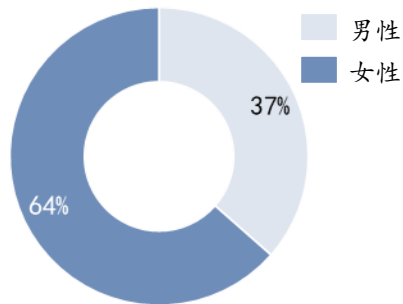
中国现磨咖啡消费者画像-年轻女性上班族是主力消费者



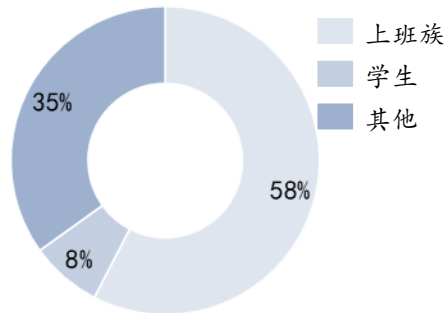
BLACK VALLEY

黑峪投资

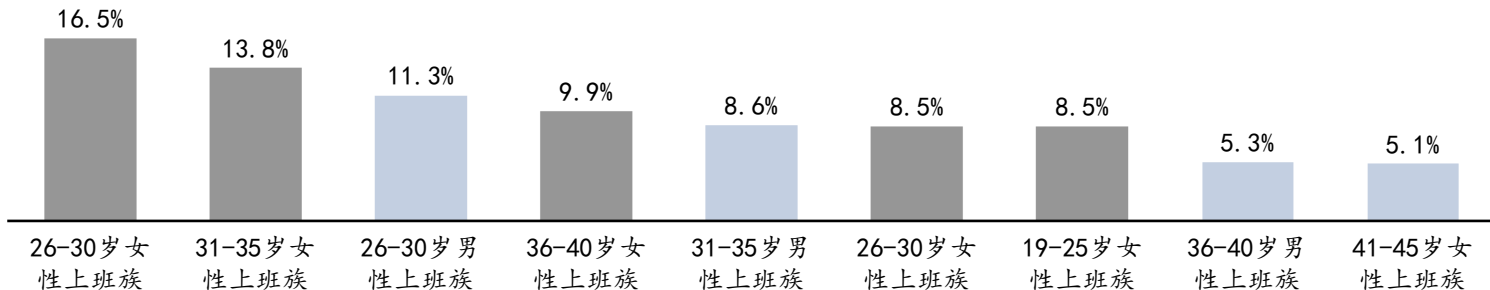
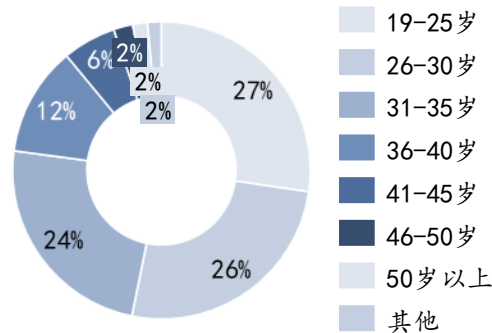
女性咖啡消费者占比近2/3



上班族消费者近6成



35岁以下消费者近八成

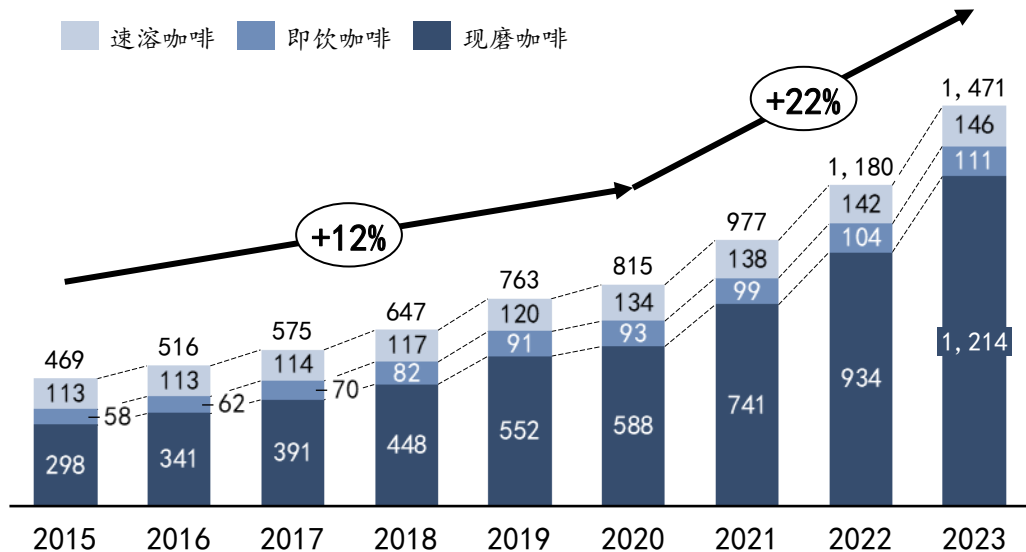


数据来源: 大众点评, 黑峪投资整理分析

Copyright © 2024, Black Valley Capital, Proprietary and Confidential

中国咖啡市场规模约1500亿元，其中现磨咖啡市场超1200亿

2015-2023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。
- 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）。

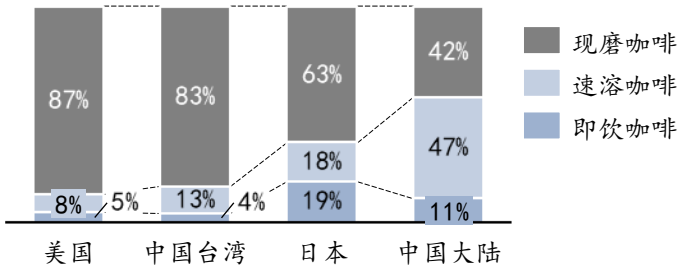
市场趋势一：中国现磨咖啡市场快速发展，预计3年内将成为主流咖啡消费（消耗量）



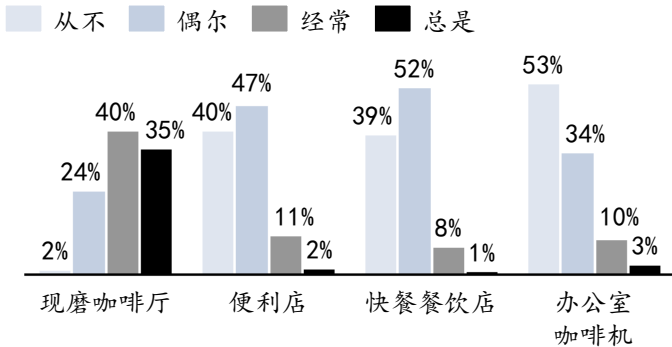
BLACK VALLEY

黑谷创投

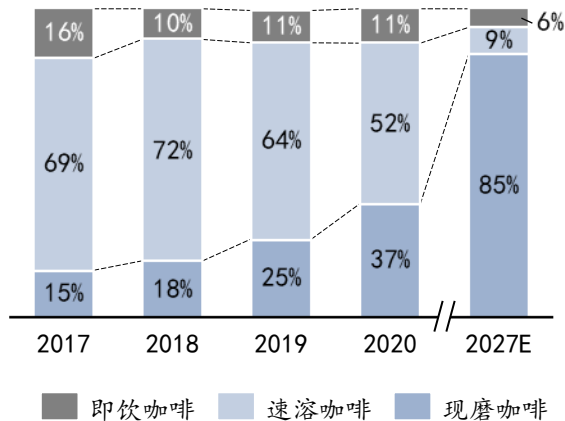
相较于成熟市场，中国大陆现磨咖啡市场空间巨大



超70%消费者经常光顾咖啡厅

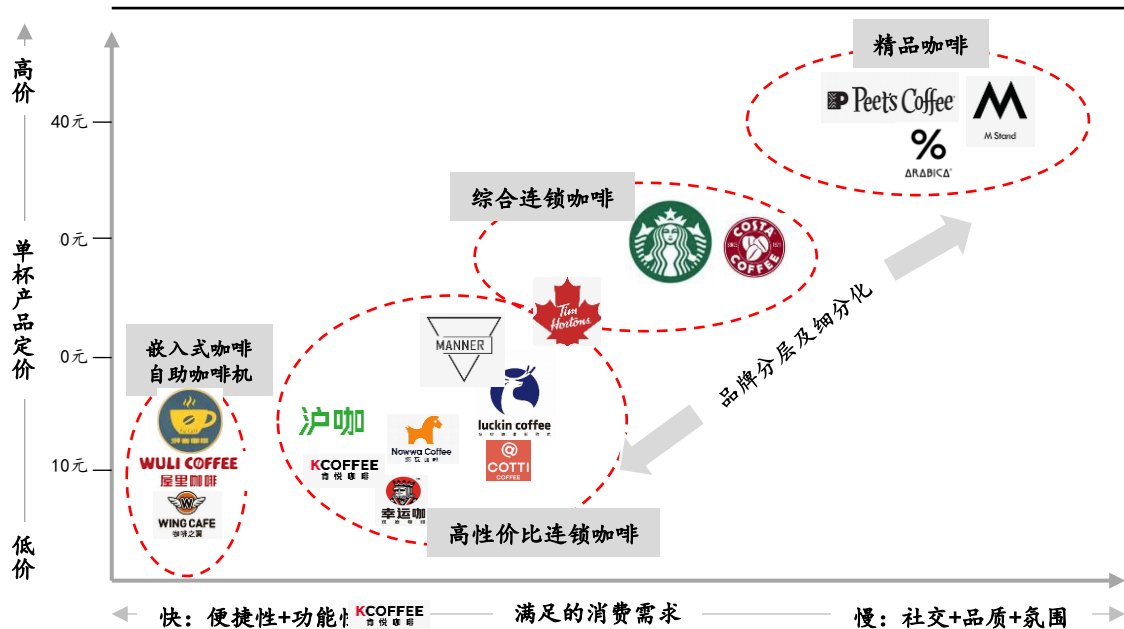


现磨咖啡市场未来三年将占主导



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。

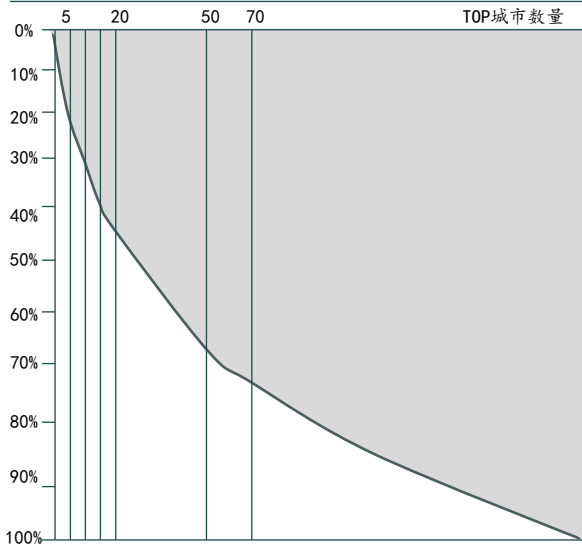
趋势三：下沉市场开店加快，2024年9月中国咖啡门店数TOP5城市份额从22年底的23%下降至19%



BLACK VALLEY

黑峪投资

中国咖啡门店分布占比-按城市门店数, 2024年9月



中国咖啡门店分布占比-按城市门店数量排名, 2024年9月

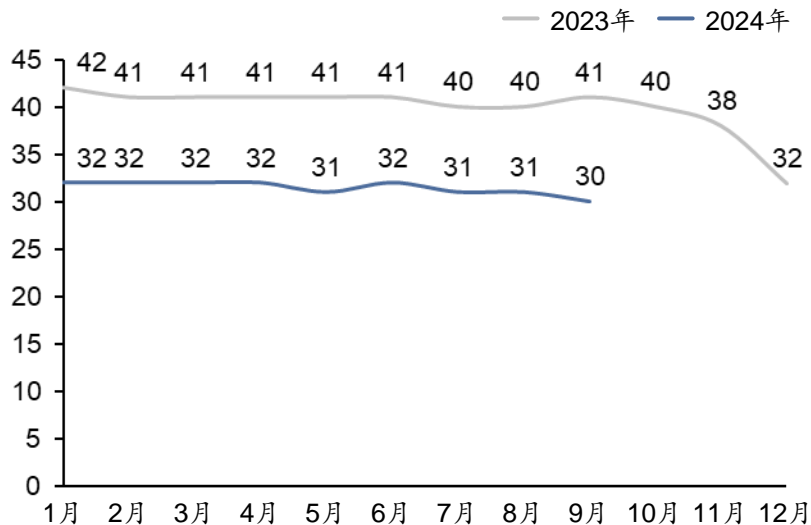
城市	2024年9月	市场份额	2022年12月	市场份额	门店增幅
上海市	8,862	5.20%	7,391	7.20%	20%
广州市	6,677	3.92%	4,347	4.20%	54%
北京市	5,557	3.26%	4,183	4.10%	33%
成都市	5,539	3.25%	3,922	3.80%	41%
深圳市	5,260	3.09%	3,770	3.70%	40%
前五小计	31,895	18.71%	23,613	23.00%	35%
杭州市	4,935	2.89%	3,402	3.30%	45%
苏州市	4,108	2.41%	2,701	2.60%	52%
佛山市	3,663	2.15%	2,067	2.00%	77%
东莞市	3,550	2.08%	2,129	2.10%	67%
重庆市	3,441	2.02%	2,267	2.20%	52%
前十小计	51,592	30.26%	36,179	35.20%	43%

数据来源：大众点评，黑峪投资整理分析

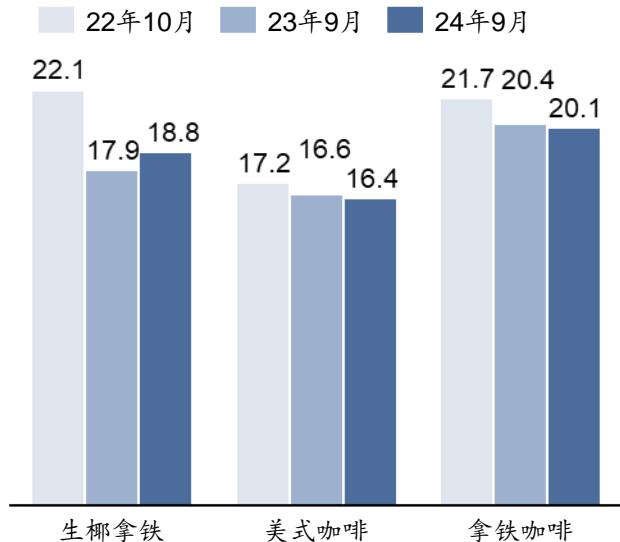


趋势四：产品单价及客单消费持续下滑

2023年1月-2024年9月连锁咖啡客单价持续下滑



2022年10月起核心咖啡产品价格下滑













数据来源：大众点评，黑峪投资整理分析

四 中国咖啡连锁头部品牌

中国前十现磨咖啡品牌合计超过4.5万家，市场占比近27%

中国咖啡门店TOP10 (截止2024年9月)

排名	品牌名称	营业门店数	当月新开门店数	点评分	人均消费(元)
1	瑞幸咖啡 	21,400	747	3.9	15
2	库迪咖啡 	7,875	560	3.9	10
3	星巴克 	7,599	206	4	37
4	幸运咖 	3,107	186	3.8	8
5	Manner Coffee 	1,509	117	3.9	23
6	NOWWA 	1,356	185	3.7	18
7	Tims天好咖啡 	940	26	4	26
8	沪咖·鲜果咖啡 	844	4	3.5	16
9	M Stand 	543	10	4.1	36
10	肯悦咖啡 	482	154	4	17

数据来源: 大众点评, 黑峪投资整理分析

Copyright ©2024, Black Valley Capital, Proprietary and Confidential

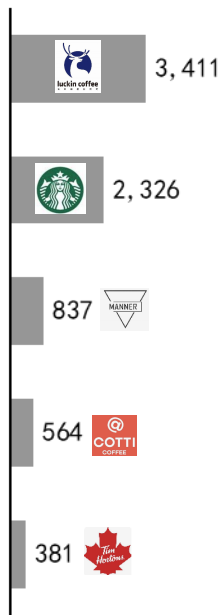
全国分城市等级TOP5咖啡品牌-瑞幸全线城市领先



BLACK VALLEY

黑峪投资

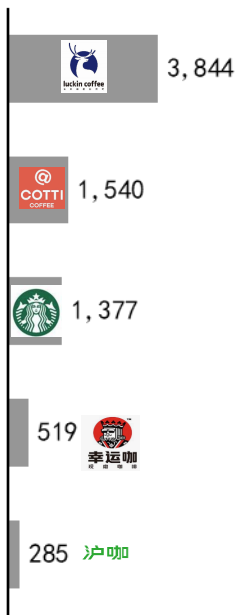
一线城市



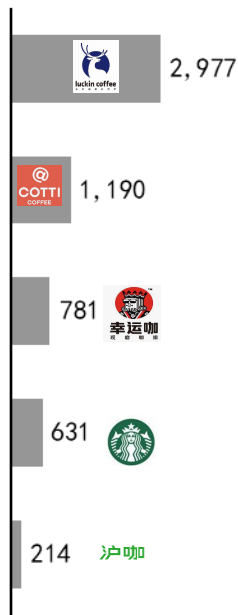
新一线城市



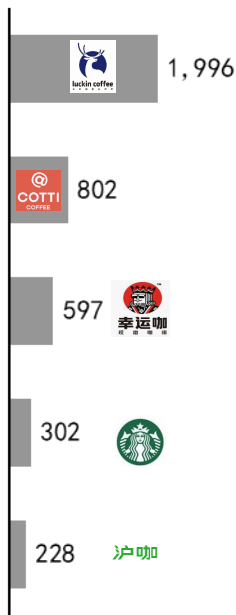
二线城市



三线城市



四线城市



五线城市



数据来源: 大众点评, 黑峪投资整理分析

Copyright © 2024, Black Valley Capital, Proprietary and Confidential

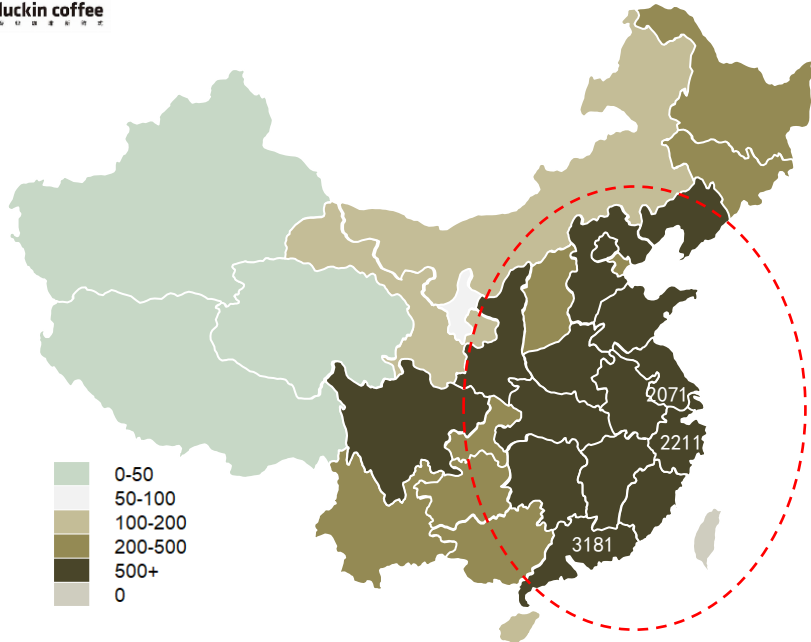


瑞幸咖啡情况概览-门店超2万家，收入近300亿，市值65亿美元



瑞幸咖啡门店分布情况（截止2024年9月）

luckin coffee



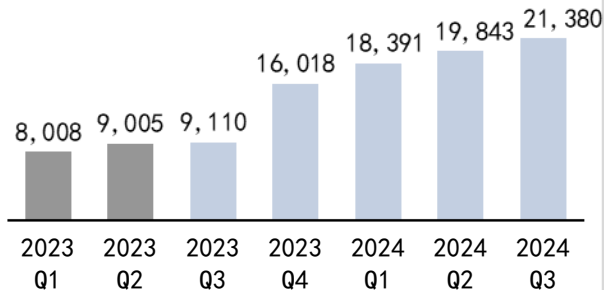
数据来源：大众点评、黑峪投资分析整理

Copyright ©2024, Black Valley Capital, Proprietary and Confidential

关键信息

- 成立于2017年
- 定位白领细分人群和年轻咖啡消费者，主打高性价比的现磨咖啡产品。
- 收入：2023年全年收入约**250亿元**。
- 市值：截止2024年9月市值约**65亿美元**。

2023 Q1-2024 Q3 门店发展情况

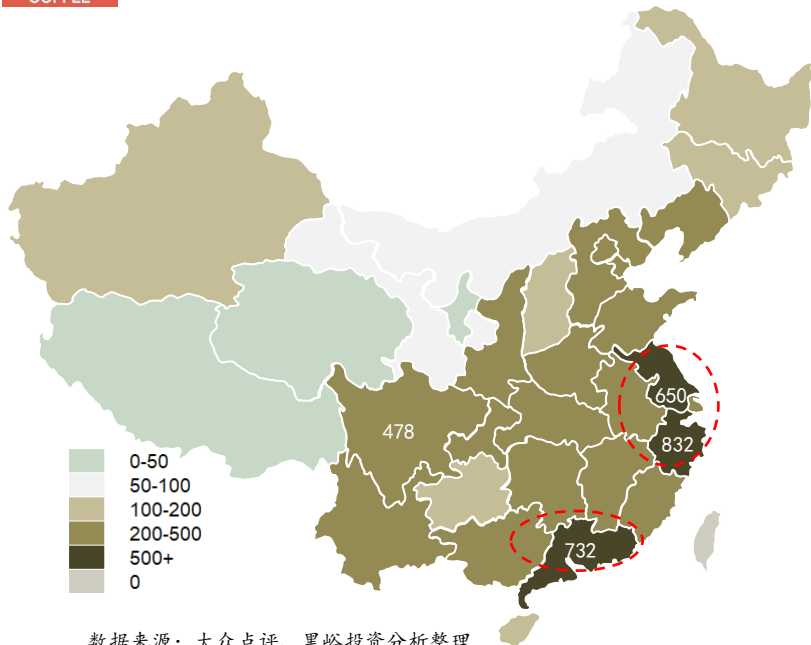




库迪咖啡情况-门店8千家，密集覆盖江浙广东



库迪咖啡门店分布情况（截止2024年9月）



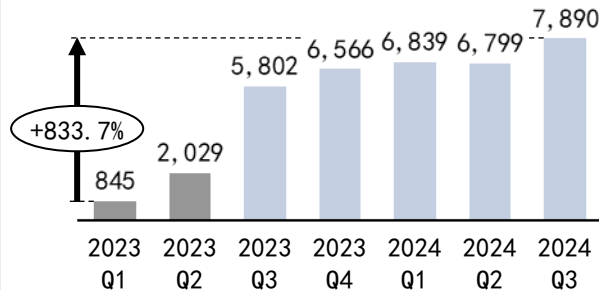
数据来源：大众点评、黑峪投资分析整理

Copyright ©2024, Black Valley Capital, Proprietary and Confidential

关键信息

- 成立于2022年，由瑞幸创始人陆正耀、前CEO钱治亚女士携瑞幸原核心团队倾力打造，注册资金2亿美元。
- 库迪咖啡拥有店中店、快取店、标准店、品牌店和户外店五大门店类型以及70余款热销产品。
- 库迪门店扩张采取跟随瑞幸的策略。

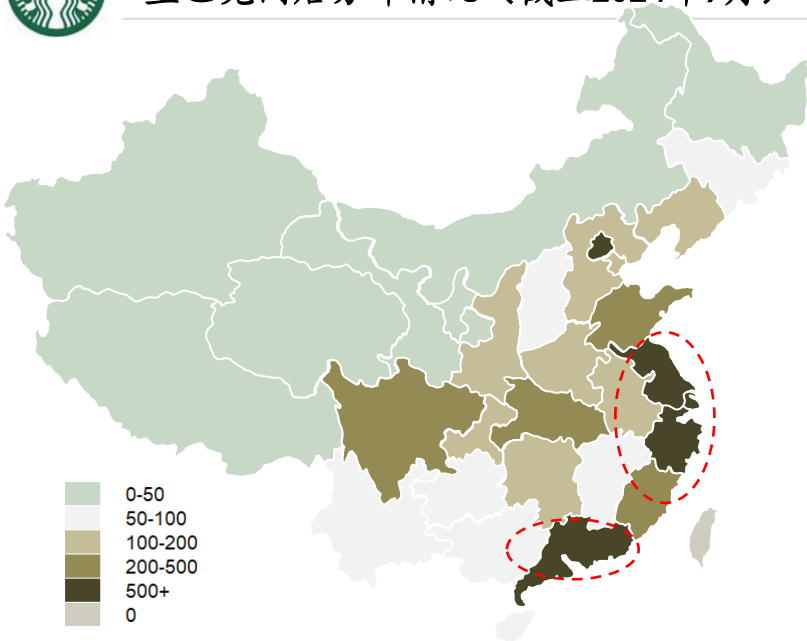
2023 Q1-2024 Q3 门店发展情况



星巴克情况-门店超7千家，密集覆盖华东、广东和北京，收入过200亿元



星巴克门店分布情况（截止2024年9月）



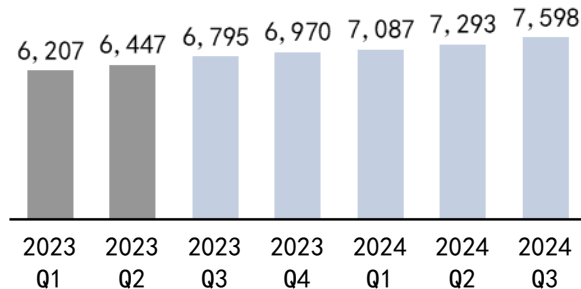
数据来源：大众点评、黑峪投资分析整理

Copyright ©2024, Black Valley Capital, Proprietary and Confidential

关键信息

- 成立于1971年，1999年正式入驻中国，中国已成为星巴克最大的海外市场。
- 早期采取特许经营，目前中国大陆全部采用直营模式。
- 定位：基于咖啡的“第三空间”。
- 收入：星巴克中国2023年收入约**220亿元**
- 市值：截止2024年9月市值约**1,000亿美元**

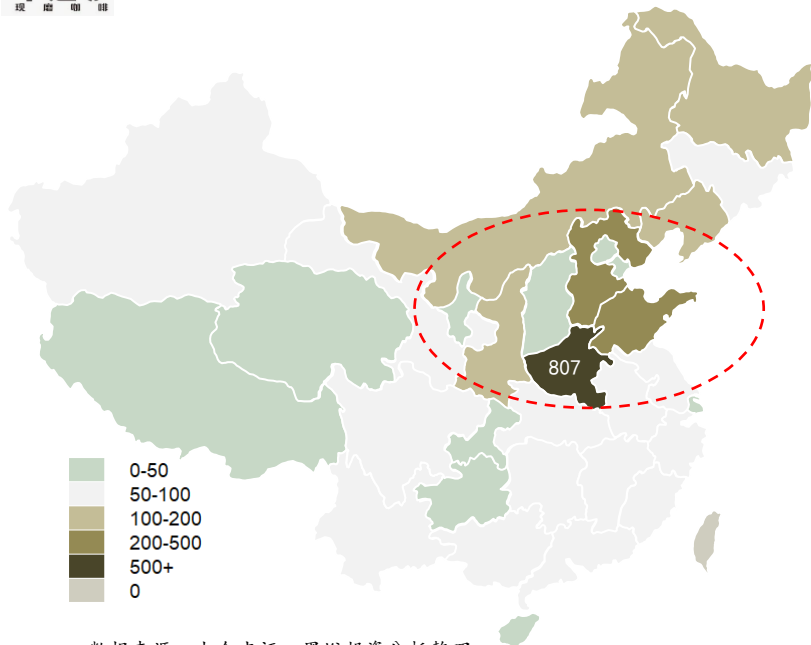
2023 Q1-2024 Q3 门店发展情况



幸运咖情况-门店超3100家，主要覆盖中原及北方下沉市场



幸运咖门店分布情况 (截止2024年9月)



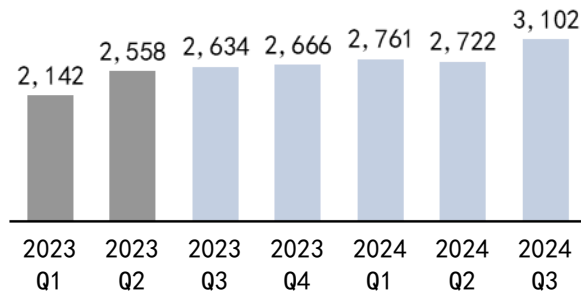
数据来源：大众点评、黑峪投资分析整理

Copyright © 2024, Black Valley Capital, Proprietary and Confidential

关键信息

- “幸运咖”创立于2017年，是郑州两岸企业管理有限公司（蜜雪冰城）的全资子公司。
- 幸运咖的产品线有5大品类27款产品，除咖啡类饮品及挂耳咖啡包外，还售卖许多牛乳类、茶类饮品、及单价2元的雪糕

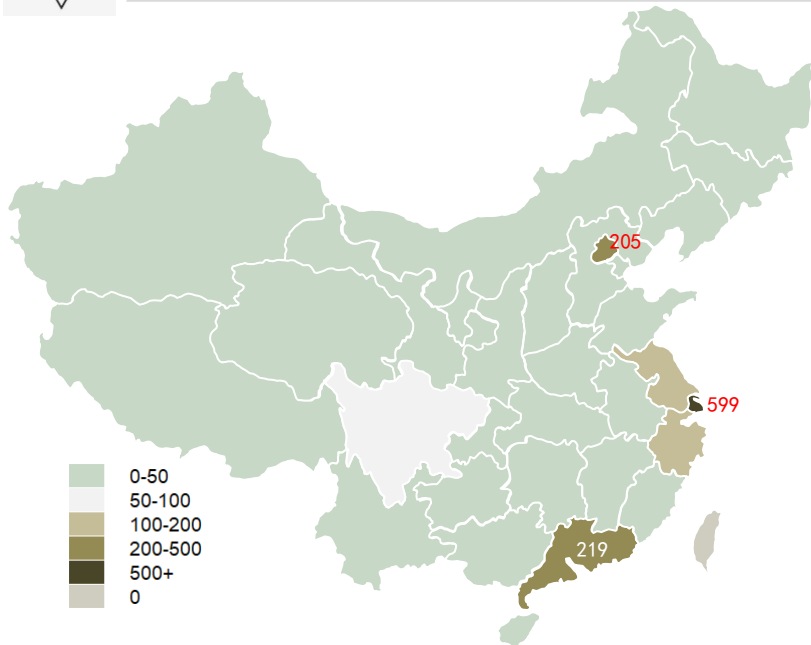
2023 Q1-2024 Q3 门店发展情况



Manner 情况-门店超1500家，聚焦超一线和一线城市

MANNER

Manner 门店分布情况（截止2024年9月）



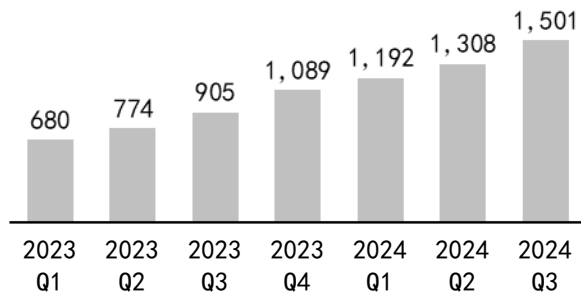
数据来源：大众点评、黑峪投资分析整理

Copyright ©2024, Black Valley Capital, Proprietary and Confidential

关键信息

- 于2015年成立于上海市，该品牌隶属于上海茵赫实业有限公司，主打产品有拿铁咖啡，浓缩咖啡，意式咖啡。
- 基于上海本土COFFEE文化向全国辐射，采取纯直营的业务模式，发展至今已是中国最大的精品咖啡连锁品牌之一

2023 Q1-2024 Q3 门店发展情况



五 中国咖啡市场增长的核心驱动因素

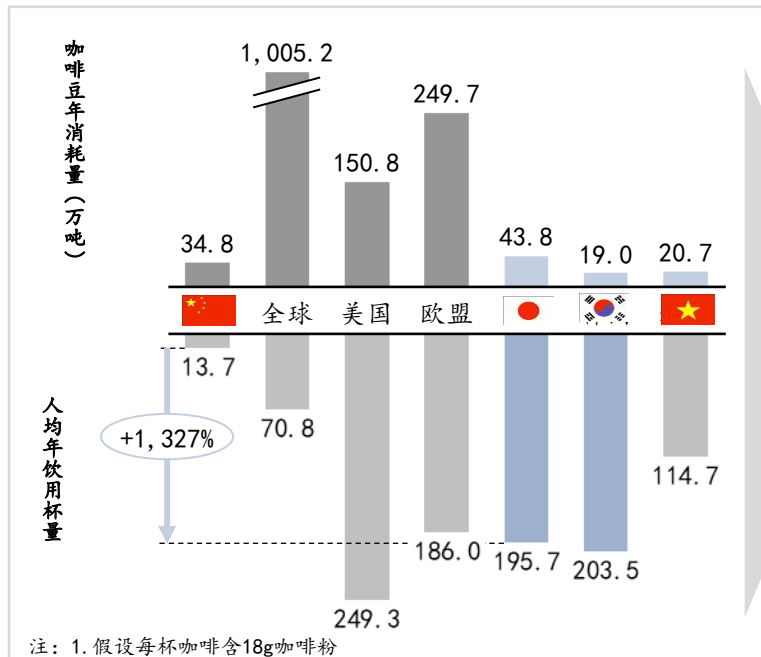
中国咖啡消费总量和人均消费量与成熟市场仍有较大差距，预示着广阔的发展空间



BLACK VALLEY

黑峪投资

中国与全球市场咖啡消费量对比（2023）



黑峪分析

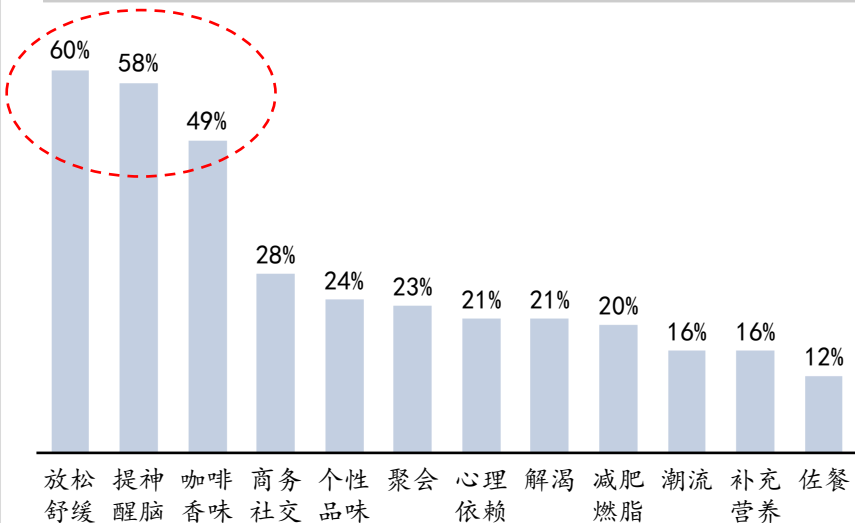
- 2023年，中国的咖啡豆总消耗量不到35万吨，与美国、欧盟和日本等咖啡产业已相对成熟的市场相比体量仍然较小。
- 结合各个国家和地区的人口数量，中国的人均咖啡年饮用量不到15杯，与全球的平均水平还存在较大差距，与日韩等亚洲国家比差距更大，具有很大的发展空间。
- 随着头部咖啡品牌的发展，人们消费咖啡的场景和选择越来越多，未来咖啡消费仍将保持高速发展。

数据来源：USDA、黑峪投资分析整理



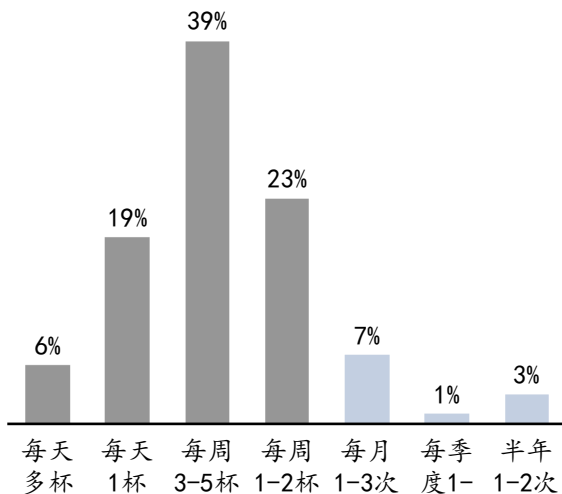
咖啡的成瘾性和功能性 让消费者形成消费粘性

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

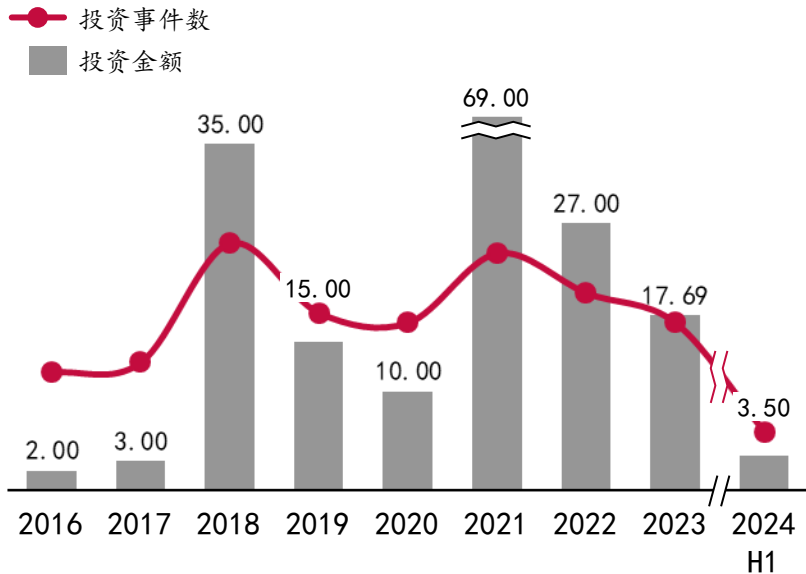
多数消费者已经养成咖啡饮用习惯



数据日期：CBNData2023年4月调研半年内喝咖啡频率，N=1124

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

2016年至2024 H1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



BLACK VALLEY

黑峪投资

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

Copyright ©2024, Black Valley Capital, Proprietary and Confidential

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	以咖啡及糕点烘焙搭配组合的新兴餐饮品牌公司
• Au Café	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



BLACK VALLEY

黑峪投资

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

End