

中国现磨咖啡行业研究报告

©2022.7 iResearch Inc.



概念界定：现磨咖啡是指选用新鲜烘焙的优质咖啡豆，由店员或咖啡师在门店进行现场手工制作，从而能够最大限度保留咖啡的原始香气和纯正口感。现磨咖啡主要包括连锁咖啡店、独立咖啡店、快餐店、茶饮店、便利店和自助咖啡机六大消费场景。



驱动因素：1.需求端：现磨咖啡作为“消费升级”类产品，其属性恰好契合国民的新消费需求，且目前仍存在较大渗透空间；2.供应端：先进的技术工艺和工业化、科技化水平能够确保咖啡的原料品质和充足供应、供应链的一体化建设及高效管理，同时催生新型商业模式，实现B端和C端之间“线上+线下”的全触点连接。



模式特征：基于产品类型、门店类型、点单渠道、营销策略等典型差异，可对中国现磨咖啡品牌进行模式划分，主要分为“大店”和“小店”、“新式”和“传统”等。按照发展阶段，可将中国连锁咖啡品牌分为三大阵营。



市场环境：2021年，中国现磨咖啡市场规模约为876亿元，相较上一年增速为38.9%，预计到2024年，中国现磨咖啡市场规模有望达到1900亿元。中国现磨咖啡连锁品牌及门店多集中在南方市场及高线城市，北方和中西部市场以及低线城市的下沉市场仍存在较大渗透空间。



趋势展望：1.实现咖啡全产业链深度布局，进而形成贯穿上下游各个环节的动态闭环；2.门店扩张：充分挖掘高线城市周边潜在空间，实现城市与周边点位的系统联动，从而扩大门店辐射范围、精准覆盖潜在人群；3.产品创新：量化追踪新品流行趋势，使消费需求能够得到最大限度的有效释放。

中国咖啡行业概述&现磨咖啡发展背景

1

中国现磨咖啡行业产业链结构&商业模式

2

中国现磨咖啡行业市场规模&竞争格局

3

中国现磨咖啡行业代表企业&典型案例

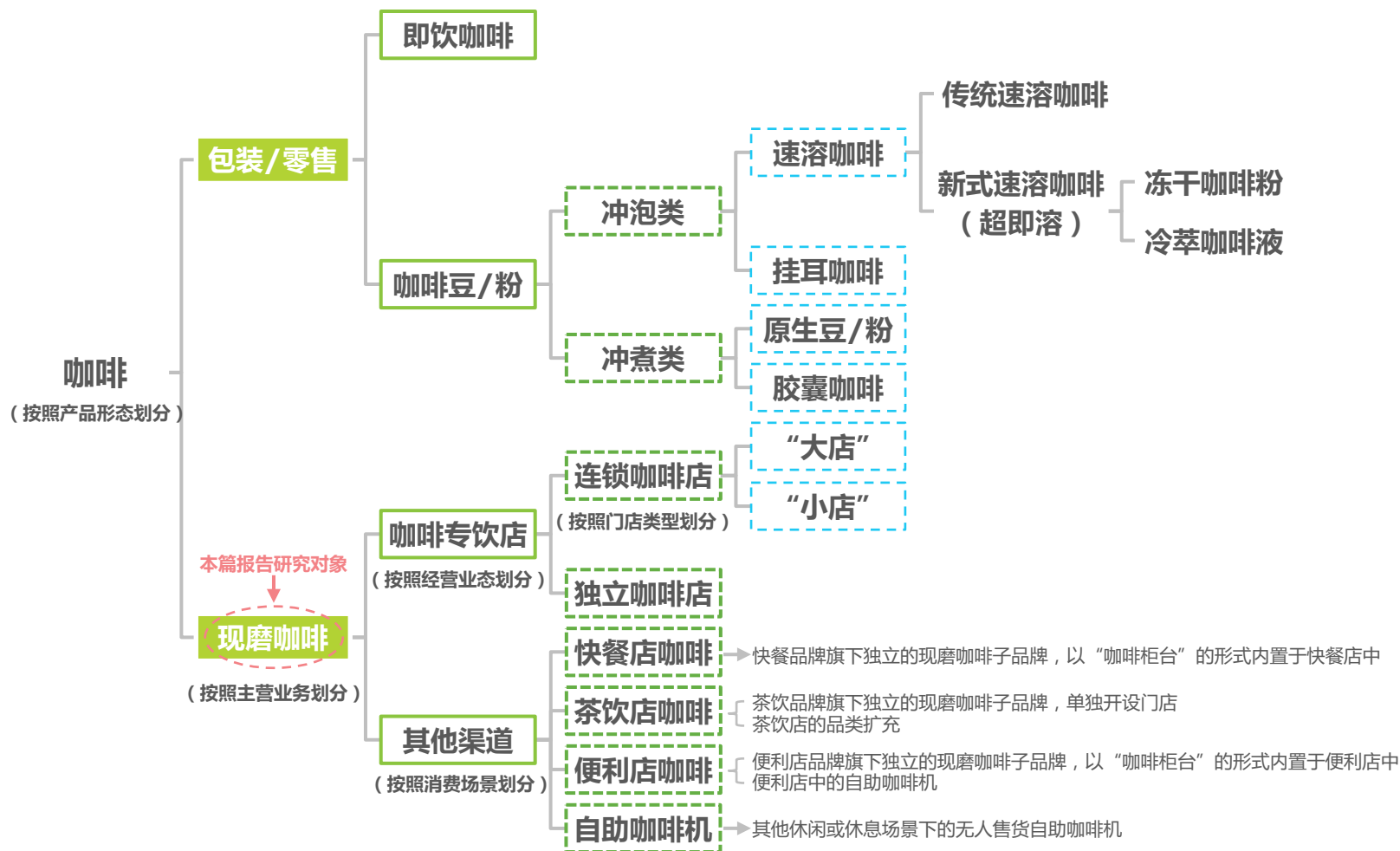
4

中国现磨咖啡行业发展趋势&未来展望

5

中国咖啡行业赛道划分

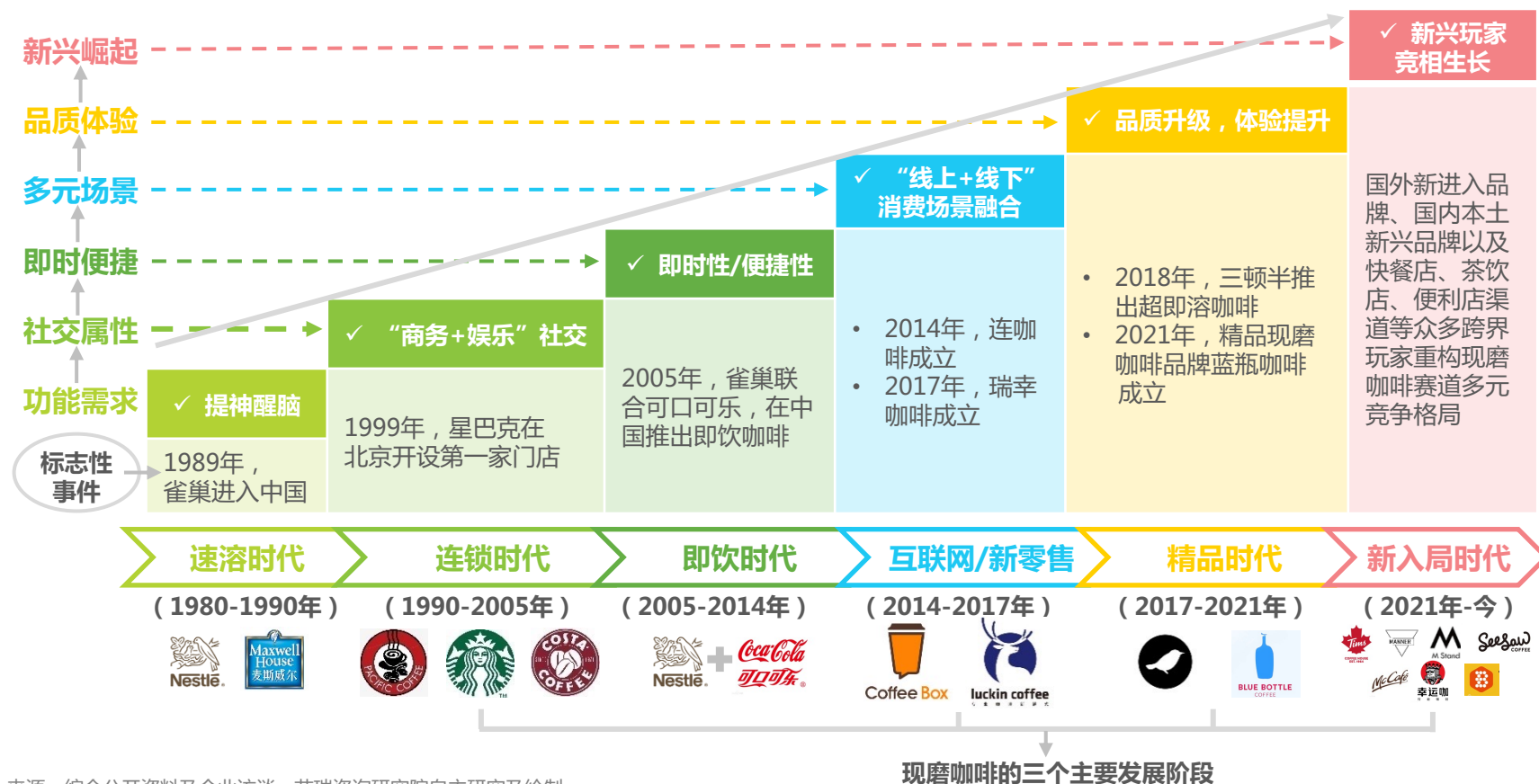
研究范围界定



中国咖啡行业发展历程

历经多轮发展，中国咖啡行业进入各类玩家并存竞争时代

中国咖啡行业发展至今主要经历了六大阶段，依次为速溶咖啡、连锁咖啡、即饮咖啡、互联网/新零售、精品咖啡以及当前新兴玩家竞相生长的阶段，这些阶段所代表的咖啡品类是交替出现的，其中，现磨咖啡主要经历了其中的三个阶段，分别为传统连锁咖啡店、互联网/新零售以及新入局者阶段，这三个阶段共同组成中国现磨咖啡连锁品牌当前的市场格局。



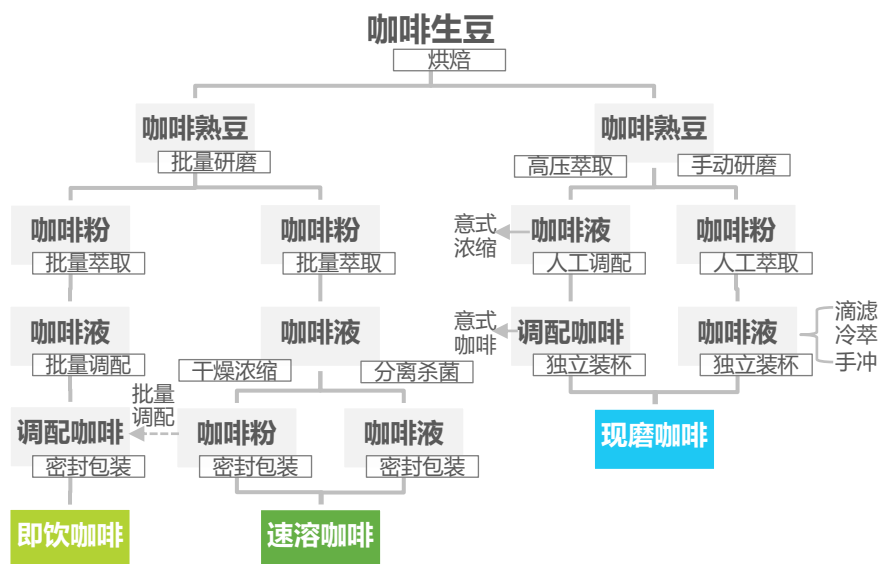
来源：综合公开资料及企业访谈，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

中国咖啡行业各赛道产品形态

相较其他咖啡产品形态，现磨咖啡优势凸显

现磨咖啡通常选用新鲜烘焙的优质咖啡豆，由经过专业培训的店员或咖啡师在门店对咖啡豆进行现场研磨，再向萃取出的咖啡原液中加入牛奶等新鲜原料调配而成，无额外添加剂，能够最大限度地保留咖啡的原始香气和纯正口感。不同于其他咖啡产品的固定形态，现磨咖啡可在原有的基础类型之上进行创意特调，从而可对产品矩阵进行灵活调整，进而使产品类型更加丰富多元、更加适合国人口味。虽然相较其他咖啡产品，现磨咖啡的价格更高，但随着整个咖啡行业技术水平及标准化能力的不断提高以及咖啡消费人群的进一步扩大，产品价格有望得到进一步压降。

不同咖啡产品的制作流程及技术工艺



来源：综合公开资料及企业访谈，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

注释：1.高压萃取指意式咖啡的制作过程，即使用意式咖啡机将咖啡豆直接萃取成咖啡原液，其中咖啡豆变成咖啡粉的步骤在咖啡机中完成，省略了单独研磨（机器或手动研磨）的过程，手动现磨为滴滤咖啡、冷萃咖啡及手冲咖啡的制作步骤，即需使用商用或家用磨豆机先将咖啡豆研磨成咖啡粉，再进行后续操作；2.咖啡液的干燥技术分为高温喷雾干技术和低温冻干技术，对应的产品分别为传统速溶咖啡粉和新式冻干咖啡粉；3.密封包装前的“咖啡液”指可以作为咖啡基底的冷萃咖啡液。

不同咖啡产品的优劣对比

产品特征	即饮咖啡	速溶咖啡	现磨咖啡
手工现制	☹️	😊	😊
现买现喝	😊	☹️	😊
随行/便携	😊	😊	☹️
原料优质新鲜	☹️	☹️	😊
无添加剂	☹️	☹️	😊
保留咖啡原香	☹️	☹️	😊
口味纯正	☹️	☹️	😊
种类多样	☹️	☹️	😊
颜值治愈	☹️	☹️	😊
价格便宜	😊	😊	☹️

来源：综合公开资料及企业访谈，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

注释：“随行/便携”指可以装包，无需手提。

中国咖啡行业各赛道融资情况（1/2）

相较其他咖啡赛道，现磨咖啡更受资本青睐

近几年，中国咖啡行业受供应端和需求端的双轮驱动以及系列相关政策的积极助推，吸引大量资本竞相涌入。除传统投资机构外，其他同类消费企业也在加码入局咖啡行业。据不完全统计，2021年我国共计21家咖啡企业获得融资，涉及27起投融资事件，其中现磨咖啡赛道获得融资的企业数量及融资事件最多，共计12家，涉及19起投融资事件，且获得融资的21家咖啡企业中，有8家企业单次融资金额过亿，其中现磨咖啡企业占5家。在资本的热捧下，一些本土新兴咖啡品牌正在强势崛起。

2021年中国咖啡行业融资情况

所属赛道	品牌名称	融资时间	融资轮次	融资金额	投资机构
即饮咖啡	Never Coffee	2021.2	入股	持股51%	元气森林
	清泉出山	2021.5	A+轮	数千万元人民币	梅花创投、浩方创投、青桐资本
速溶咖啡	隅田川	2021.3	B轮	3亿元人民币	沂景资本、启明创投、不二资本、多维资本、中粮基金
	时萃	2021.3	A+轮	数千万元人民币	无锡金投、弘晖资本
		2021.7	B轮	近亿元人民币	博将资本、凡创资本、凡卓资本
	三顿半	2021.6	B+轮	数亿元人民币	IDG资本、纪源资本、中信产业基金、源峰基金
	永璞	2021.6	A+轮	超5千万元人民币	众源资本、云沐资本、麦星投资
	鼓励发条	2021.7	种子轮	数百万元人民币	Rampersand、民天未来
现磨咖啡	M Stand	2021.1	A轮	1亿元人民币	CMC资本、挑战者资本
	Tims中国	2021.2	战略投资	未披露	红杉资本、钟鼎资本、腾讯投资
		2021.12	Pre IPO	5千万美元	未披露

来源：综合公开资料及企业访谈，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

注释：外资品牌指其中国区融资情况。

中国咖啡行业各赛道融资情况（2/2）

相较其他咖啡赛道，现磨咖啡更受资本青睐

2021年中国咖啡行业融资情况

所属赛道	品牌名称	融资时间	融资轮次	融资金额	投资机构
现磨咖啡	Manner	2021.3	A+轮	数千万美元	淡马锡
		2021.5	B轮	数亿美元	美团龙珠
		2021.6	B+轮	数亿美元	字节跳动
	瑞幸咖啡	2021.4	定向增发	2.5亿美元	大钲资本、愉悦资本
	鹰集咖啡	2021.6	Pre A轮	未披露	柠檬影业
		2021.6	A轮	数千万元人民币	益源资本、哔哩哔哩
		2021.9	战略投资	未披露	哔哩哔哩
	Seesaw	2021.7	A+轮	数亿元人民币	喜茶、百福控股、基石资本、安可资本
	M Stand	2021.7	B轮	超5亿元人民币	黑蚁资本、高榕资本、启承资本、CMC资本、挑战者资本
	代数学家	2021.7	战略融资	未披露	腾讯投资、元禾控股

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_44214

