

我国咖啡产业链已形成“种植—加工—销售”的完整生态

“中国风味”重构国际咖啡市场

数据显示,2024年云南累计出口咖啡3.25万吨,同比增长358%,主要出口至荷兰、德国、美国、越南等29个国家和地区。国产咖啡不仅在产业链上游的咖啡豆种植端“出圈”,下游的各大咖啡饮料品牌也在加速拓店,扩大市场份额。其中,瑞幸咖啡和库迪咖啡在2024年新增了数千家门店,总门店数分别突破了2万家和1.1万家;瑞幸咖啡已开拓东南亚市场,库迪咖啡则在中东落地了“咖啡+石油”场景。

当前,国内咖啡产业迎来发展黄金期,中国咖啡正在改写“西方定义风味”的历史,成为重构国际咖啡市场的重要力量。

形成完整加工生态

在云南普洱和保山地区,数万亩咖啡园正值盛果期,群山披上饱满鲜红的咖啡果。咖啡果在经历采摘、脱皮、清洗等步骤后,将在竹席上进行晾晒。与此同时,位于昆明长水机场的货机腾空而起,带着水洗处理的精品咖啡豆直飞柏林咖啡馆,中老铁路的跨境班列则运载着咖啡豆一路向南,老挝万象的咖啡贸易商已架起货秤静待咖啡货品……

近年来,云南咖啡豆在市场上不断释放潜力。除瑞幸、Manner等本土品牌之外,星巴克、雀巢、蓝瓶咖啡等国际品牌也纷纷来到云南建立直采渠道,带动国内咖啡豆销量持续上涨。

广东省食品安全保障促进会副会长朱丹蓬向记者表示,在产业化进程中,云南咖啡豆经历了从原料供应到品牌塑造的转型升级。起初,云南咖啡豆主要被用作速溶咖啡原料,在多年来众多咖啡企业的共同支持下,云南咖啡产业逐步建立了涵盖种植、加工、销售的全产业链体系,咖啡豆脱损率从15%降至3%以下,达到国际精品咖啡交易标准。

云南咖啡的飞速发展是中国咖啡产业数十年技术积累的成果。数据显示,截至2025年3月末,全球咖啡领域累计专利申请量达到68124项,中国以53502件专利占据主导地位,占比78.5%。其中,中国地区在发酵技术领



图为位于云南昆明的咖啡加工厂。

域表现尤为突出,以413件专利位居全球首位,这也体现出国内市场对风味改良技术的旺盛需求。

从此前的廉价咖啡原料供应,到如今的精品咖啡,国产咖啡的崛起正在成为现实。每年的中国(普洱)国际咖啡博览会吸引了全球21个国家和地区、超过300家企业参展参与,上海、深圳已成为全球咖啡创意中心。同时,冻干咖啡、冷萃浓缩液等深加工环节的创新,延伸了咖啡产业链的利润空间,不少咖啡企业通过此类革新技术打入了欧美市场。

在云南省精品咖啡学会首席科学家黄家雄看来,我国咖啡产业链已形成“种植—加工—销售”的完整生态,各环节之间的协同效应日益凸显,在全球供应链中占据的地位也愈发重要。

竞争不断加剧

从早期“舶来品”的小众标签,到如今融入日常生活的新消费符号,国内咖啡产业市场规模正从千亿元级迈向万亿元级。艾媒咨询数据显示,2023年中国咖啡行业市场规模已达6235亿元,预计2025年将突破万亿元大关,到2029年更将攀升至1.39万亿元。咖啡行业

爆发式增长背后,既是国内消费需求的增加,更是产业链从量变到质变的跃迁。

曾经,中国咖啡市场长期被外资品牌主导。近年来,本土咖啡企业如雨后春笋般崛起,打破了原有的市场竞争格局。天眼查数据显示,截至3月底,国内现存咖啡相关企业约为48万家,其中超30%的企业是3年内注册成立的。

不过,咖啡行业的高速增长亦伴随隐忧,众多品牌的涌入导致市场同质化竞争加剧,“价格战”随之而来。红餐大数据显示,上述情况导致国内咖啡人均消费持续下滑,从2023年的32.5元下滑至2024年的27.9元,下降幅度达到了14.1%。

记者在走访时发现,规模化连锁企业供应链相对完善,展现出强大的抗风险能力。但许多小型咖啡店由于缺乏大品牌的支持和长期采购合约,会在咖啡豆价格波动中承受更大压力。为此,一些店主选择减少优惠活动来缓解成本压力,另一些则在调价与囤货之间犹豫不决。

用中国元素表达“中国风味”

如何在新的市场格局中脱颖而出,

已不仅是下游咖啡商户需要应对的挑战,更是产业链上每家企业都需要思考的问题。

广州艾媒数据信息咨询股份有限公司CEO张毅向记者表示,“国内咖啡产业链在很多方面还有很大发展空间。比如,咖农议价权不足,产品创新易被模仿等。”

在竞争日渐白热化的咖啡消费市场,“用中国元素表达中国风味”成为咖啡企业应对低价竞争的重要方式。

近年来,“咖啡+花卉”“咖啡+养生”“咖啡+茅台”“咖啡+昆曲”等“咖啡+”创新模式层出不穷。浙大城市学院文化创意研究所秘书长林先平表示,“‘国潮’咖啡风味不断推陈出新,其体现出的文化自信具有‘润物细无声’的效果,下一步我们要做的就是文化输出。”

在林先平看来,Z世代与都市白领等国内新消费势力对咖啡文化的深度认同,推动了“国潮咖啡”品牌崛起。在消费内需与产业升级的双向驱动下,中国咖啡产业正加速从原料出口向品质升级、品牌溢价与渠道创新的系统性竞争跃迁。

一位上海咖啡师向记者表示:“以前我们做咖啡学意大利标准,而现在我们正在自己定义咖啡风味。”

四叶咖品牌联合创始人杨梦向记者介绍,四叶咖作为扎根于云南的咖啡饮料品牌,售卖咖啡的同时也是将一种“载歌载舞”“花果香”的生活感受传递给消费者。“从此前主流的黑苦美式咖啡,到如今国内品牌加速探索适合国人的风味咖啡,开创出奶茶一般丰富的口味菜单,我国咖啡产业正被从业者重新解构。”杨梦说。

业内人士认为,随着云南咖啡国际采购“朋友圈”的不断扩大,本土咖啡饮料品牌的持续创新,中国有望从“消费市场”升级为全球咖啡供应链中不可或缺的一环,重塑世界咖啡产业格局。未来,谁能以技术破局、以文化赋能,谁便能在这一杯“黑色黄金”中持续获取时代红利。

(综合)

热点

24.5万个住宅小区完成电动自行车充电设施建设

本报讯 记者从国家消防救援局近日召开的新闻发布会上获悉:目前全国53万个住宅小区已有24.5万个按照要求完成电动自行车充电设施建设;共新增充电端口2400余万个,累计达到3610万个。

数据显示,全国电动自行车保有量已超过3亿辆。去年4月,国务院办公厅部署全国电动自行车安全隐患全链

条整治行动。目前,除停放充电供需矛盾有效缓解外,整治工作还在有效遏制电动自行车火灾、消减电动车存量风险隐患等方面取得了成效。

据统计,去年5月至12月,全国共发生电动自行车火灾9175起,造成6人死亡、15人受伤,同比分别下降46%、90%、87%;今年一季度发生电动自行车火灾1863起,造成1人死亡、3

人受伤,环比分别下降12.4%、75%、66.6%。相比整治前,每月每百万辆电动自行车火灾数量由5.6起下降至目前的2起左右。

通过以旧换新,存量风险隐患逐步消减。截至3月底,全国已有5.7万家销门店参加电动自行车以旧换新活动,实现交售旧车、换购新车各386.1万辆;各地已设立老旧锂电池检测回收站点

“不添加”“零添加”概念被叫停

新国标引导消费者正确了解食品标签

近日,国家卫生健康委与市场监管总局发布《食品安全国家标准 预包装食品标签通则》(GB7718—2025)(以下简称新国标),对食品标签标示要求进行全面优化升级,并设置2年过渡期。新国标规定,不允许预包装食品再使用“不添加”“零添加”等用语,对食品配料成分进行特别强调。

禁标“零添加”的原因何在?食品标签上的“零添加”具体指什么?消费者购买食品时该注意什么?记者就此进行了调查采访。

促进食品信息的准确传达

记者注意到,除了明确预包装食品不允许再使用“不添加”“零添加”等用语,新国标还规定,使用“无”“不含”等词汇时,其相应配料或成分含量应为“0”,且食品添加剂、污染物以及法律、法规和标准中规定的不允许添加到食品中或不应存在于食品中的物质,不得使用“无”“不含”等词汇及其同义语进行声称。

为何要叫停“零添加”等用语的标注?国家卫生健康委表示,禁止预包装食品使用“零添加”“不添加”,是为了使消费者正确了解食品标签信息,更科学自主地选择食品,避免消费者错误理解

这些宣传用语,忽略了产品真实属性,对食品安全和健康造成潜在风险。

新国标出台后市场行情如何?日前,记者走访了北京部分商超发现,目前声称“零添加”的产品主要针对食品中的防腐劑、糖类、甜味剂、色素、香精香料等食品添加剂及氢化植物油等。例如,一款标注“零添加”的面包,这里的“零添加”实际指“防腐劑(苯甲酸鈉/苯甲酸鉀)、甜味剂(三氯蔗糖、安賽蜜)、添加味精含量”0。一款标注“无添加蔗糖”的豆奶,配料表显示添加了麦芽糖浆。此外,值得注意的是,多数产品只摘取自己没有添加的成分进行标注与宣传。

中国政法大学食品药品质研究中心主任王青斌表示,食品标签是消费者获取食品相关信息的重要途径,是消费者决定是否购买产品的第一信息源,对其真实性的要求实际上是对消费者知情权的保护。在产品上特别强调“零添加”,不利于消费者便捷、准确获取产品信息。新国标的出台,有利于促进食品相关信息准确传达。



图为超市陈列的“0添加”产品展柜。

引导消费者科学认识食品标签

不允许使用“零添加”“零蔗糖”等,市面上现售已标注的产品怎么办?记者了解到,新国标设置了2年过渡期,2027年3月16日前生产的库存商品仍可按旧标准销售至保质期结束,此后的所有产品必须全面执行新国标。这一过渡性安排避免了食品浪费,也为企业留出技术升级和标签整改的缓冲空间。

“新国标可以引导行业使用更准确的用语向消费者展示产品特点。同时,通过对新国标的宣传,希望能使更多消

费者意识到对于‘零添加’的认知有偏颇,不再固执追求产品标示相关用语,客观看待以前‘零添加’表述所针对的那些添加成分、理性消费。”中国食品工业协会总工程师李宇对记者表示。

科信食品与营养信息交流中心主任钟凯认为,禁用“零添加”是重申“(食品添加剂)允许使用是安全的”,“全国态电池需要的新设备主要包括干法设备、电解质热复合设备、软包叠片设备、等静压设备和高压化成分容设备。”

一位业内专家同样表示,新国标禁止预包装食品使用“零添加”“不添加”等用语,可以促进生产者把提升产品品质的注意力集中到改进工艺、创新产品上,而不是在标签宣传、阅读上做文章。同时,要积极配合消费者阅读配料表、营养成分表等,科学认识食品标签。

国家卫生健康委表示,消费者想要了解食品的真实属性,正确阅读食品标签的配料表、营养成分表等信息是关键。通过配料表,消费者可以了解食品中每一种配料,包括食品添加剂的真实使用情况;通过营养标签,消费者可以充分了解食品的营养信息,如不同食品可以根据营养含量的特点使用含量声称,如高蛋白、富含膳食纤维、低脂、低钠、低糖或无糖等,但相应的声称都有严格的规定。同时,食品中糖、钠等营养成分的含量,也会在食品营养成分表中明示,对于关注“糖”的消费者,阅读了解营养成分表中的糖含量才是正确选择。

(中国消费者报)

行业观察

天宫藻井冰箱贴销量超十四万件

文创产品带动增加上千就业岗位

麦穗立体金属徽章、蟠龙藻井旋转冰箱贴、中轴线透卡明信片……走进北京古代建筑博物馆(以下简称“古建馆”)神厨院文创空间,各式各样的文创产品琳琅满目。“有好几种产品供不应求,天宫藻井冰箱贴最为抢手。”古建馆文物保护与发展部工作人员周海荣言语中透着自豪。

游客络绎不绝,收银台前排起了长队。“太精美了,材质和做工都很有质感!”一拿到天宫藻井冰箱贴,天津游客刘颖彤便迫不及待打开包装端详。

“天宫藻井冰箱贴等产品‘出圈’走红,离不开国家对文创产业的政策支持。”古建馆馆长薛俭介绍,近年来,国家高度重视文化产业发展,北京市也出台多项政策支持文创产业,其中IP授权解决了“文创谁来开发”的问题。“以往文创公司没有文物资源,文博单位又缺乏市场敏感度,新政策突破了体制机制的阻碍,让文物资源实现了创新性转化。”薛俭说。

在政策支持下,古建馆面向社会公开招聘文创服务合作单位。“共有18家单位报名,经过初选和路演,古建馆与艺彩飞扬、禹宸翰林、格物合一等三家公司签订授权协议。”周海荣介绍,古建馆授权文创公司利用馆内文物及古建筑元素开发文创产品,文创公司按照一定比例向古建馆支付授权费用。

禹宸翰林创始人胡游是天宫藻井冰箱贴的设计者。在他看来,文创设计首先要“吃透”文物的内涵。天宫藻井冰箱贴的原型是古建馆的万善正觉殿天宫藻井,每一层圆形井圈上都有空中楼阁,居中盖井层绘制了1400多颗星辰,是我国现存明代藻井中的精品。“藻井工艺精美绝伦,独特的文化价值中蕴含着丰富的经济价值。”胡游介绍。

“冰箱贴有上千个色块,上色完全是手工滴胶,需要在无尘的环境中操作,确保成品不溢色、不混色、无杂质。”胡游说,“由于工艺复杂、质检严格,冰箱贴产量有限,经常断货。现在,我们运用三维建模、3D打印等技术,提高了设计和生产效率,扩大了产能,缓解了供应不足的问题。”据统计,天宫藻井冰箱贴自去年4月18日上市以来,已售出超14万件。

去年12月,古建馆还开通了线上销售渠道。“古建馆文创产品相继在北京书市、服贸会等展出,提高了曝光率和知名度。现在,文创产品不仅在古建馆文创空间、线上平台销售,还拓展到了北京各大图书大厦和新华书店等场所。”周海荣说。

目前,围绕古建、农耕、中轴线等主题,古建馆已开发200多款文创产品,销售额达3500万元,带动设计、生产、包装、运输、销售等多个环节发展,初步估算增加1000多个就业岗位。

与此同时,古建馆的参观人数也明显增长,去年全年观众量达60万人次,今年有望突破100万人次。“珍贵的文物建筑、优质的展览、精美的文创产品吸引更多游客,游客增多又能提高文创产品的销量,实现双向赋能。”薛俭说。

(人民日报)

固态电池产业化进程加速 设备厂商或率先受益

多家上市公司获设备研发订单

在此背景下,多家A股上市公司积极布局固态电池设备研发,部分具有领先优势的企业目前已开发出设备解决方案,为推动固态电池走向商业化贡献重要力量。

记者了解到,一些上市公司通过持续的研发投入,获得了固态电池设备方案的自主知识产权。例如,先导智能已打通全固态电池量产的全线工艺环节,实现从整线解决方案到各工段的关键设备覆盖。再如,那桐纳科诺尔精轧科技股份有限公司作为最早参与固态电池生产设备相关研发的企业之一,通过不断改进产品设计,开发了可用于固态电池生产的干法电极、锂带压延、电解质成膜、转印等设备。该公司相关工作人员表示,“目前,位于河北总部的固态电池联合实验室项目正在加快建设,该项目建成后将进一步加快全固态电池产业化进程。”

另外,多家上市公司已经陆续获得固态电池设备订单。利元亨证券部相关负责人向记者表示,“公司固态电池设备已经中标头部车企订单,目前进入总装调试阶段。”据悉,利元亨实现了全固态电池量产全线工艺覆盖,形成包含整线解决方案及关键工段设备的综合能力,能够为客户提供各种化学体系的全固态电池生产综合解决方案。先导智能已向欧、美、日、韩等国家和地区及国内的头部电池客户、知名车企和新兴电池客户交付了各工段的固态电池生产设备,并陆续获得重复订单。深圳市曼恩斯特科技股份有限公司于2024年12月份中标了头部电池企业的固态电池设备采购项目。

张翔表示:“固态电池具有高能量密度和高安全性两大显著优势,随着我国企业不断取得进展,固态电池商业化正在加速向前。未来,固态电池在新能源汽车、电动垂直起降飞行器等领域的应用空间广阔,市场对固态电池设备的需求将显著增长。”(证券日报)

公告栏

北京国瑞鼎盛拍卖有限公司拍卖公告
我司定于2025年4月16日起至2025年12月31日,不定期举办网络专场拍卖会,特此公告。
标的物:高温蒸汽流量计一批
预展时间:自公告之日起至标的拍卖结束(请提前预览)
预展地点:标的所在地
咨询电话:15010297515
拍卖网址:https://zc-paimai.taobao.com

拍卖公告
受委托,于2025年4月17日9:00时在南昌县公共资源国有产权交易平台公开拍卖鸭口库区周边矿山生态修复项目(南昌县小塘乡5区)剩余石料(约8100吨)标的的产权交易平台公告。欲竞买者,请于2025年4月16日17时00分前登录南昌市南昌县公共资源国有产权平台(https://sz.hnpre.com/nynzclient/#/assetweb/)进行网上注册、报名,同时向指定账户交纳竞买保证金5万元。展示时间及地点:自公告之日起至拍卖前所在地展示。咨询电话:13782162819。

南京市正公拍卖有限公司
2025年4月9日
拍卖公告
受委托,于2025年5月在中拍平台(https://paimai.ca123.org.cn)公开拍卖旧物资和设备及车辆一批,展示时间地点:5月1日至31日全国各省市地区,拍卖时间:5月1日至31日每天上午11:00和下午15:00,竞买者在中拍平台登记,联系人马1509898628,地址:济南市凤凰山路三三三。

山东盛泰拍卖有限公司
2025年4月9日
拍卖公告
受委托,我公司定于2025年4月18日9时在中拍平台(https://paimai.ca123.org.cn/)公开拍卖河南省开封市通许县文北路与北园路交叉口东北角商业房地产3年租赁权。有意竞买者,关注河南银保拍卖行有限公司中拍平台拍卖公告,按照公告要求办理竞买手续。展示时间:2025年4月15-17日。展示地点:开封市通许县。联系方式:郝生元 15993992702。

河南银保拍卖有限公司
2025年4月10日
北京盛佳国际拍卖有限公司
中国书画专场
预展时间:2025年5月6日至8日
拍卖时间:2025年5月9日至10日
拍卖地点:雅昌艺术网
联系方式:邵小姐13261173197

竞价公告
江西宏伟公司管理人定于2025年4月16日下午三时在奉新县人民法院依法公开现场竞价废旧办公用品、上下单人床、大小花柜三对和废旧家用电器一批。电话:0795-3575608(邵)

遗失声明
天津津荣机电安装工程有限公司(统一社会信用代码:9112010606D2H1U26)遗失公章一枚,声明作废。

遗失声明
绿园区大周建材店,统一社会信用代码:92220106MACENG9Y66不慎将公章丢失,声明作废。

作废声明
北京塔吉宴餐饮文化管理有限公司(统一社会信用代码:91110105MA01TE2M7N)作废公章、财务专用章、合同专用章、发票专用章、法人人名章各一枚,特此声明。

作废声明
北京鹏远达传媒科技有限公司作废合同专用章:1101161015261,特此声明。

遗失声明
满洲里兴旺再生资源有限公司遗失公章:1521022018641,财务章:1521022018642,声明作废。

遗失声明
黔西豪城汽车贸易服务有限公司(统一社会信用代码:91520522337378359G)遗失公章、财务专用章、发票专用章、法人章(蒋永钱)各一枚,声明作废。

遗失声明
南通市耀永购物超市遗失公章:33108210017470,声明作废。

作废声明
北京瑞吉博维科技发展有限公司(统一社会信用代码:91110105693233295B)作废财务章一枚,特此声明。

遗失声明
毕节市车之炫汽车服务有限公司遗失财务章:5205961020119,法人章(胡刚):5205961020121,声明作废。

遗失声明
新巴尔虎左旗星盛物业服务有限公司(统一社会信用代码:91150726MA7C7PKGANX)遗失公章、财务章各一枚,声明作废。

遗失声明
河南瑞馨能源有限公司,统一社会信用代码:91411727MA4DHKA141,遗失公章(412802003960);合同章(412802003961);发票章(412802003963);法人章(王瑞玲412802003964);法人章(王瑞玲412802003962),声明作废。

遗失声明
宁波东昇贸易有限公司(统一社会信用代码:91330206MA8DF09B7M)遗失公章一枚,声明作废。

遗失声明
新化县曹家镇十里铺村经济合作社(统一社会信用代码:N2431322MF465329XJ)遗失登记正本,声明作废。

遗失声明
献县韩村镇赵官庄村民委员会公章:1309290001618,声明作废。

遗失声明
梵苑国际健康咨询(北京)有限公司(统一社会信用代码:91110105MA01MQ6747)遗失营业执照正、副本,声明作废。

遗失声明
天津市南开区立启饮品店(统一社会信用代码:91420104MA826FKL6)遗失公章、财务专用章各一枚,声明作废。

遗失声明
杞县石海珍建材销售部(统一社会信用代码91410221MA4N2CT2E)遗失公章一枚,声明作废。

遗失声明
德州浩发商贸有限公司不慎遗失公章,备案号:5202025029524;财务章、备案号:5202025029525;法人章,备案号:5202025029526,声明作废。

遗失声明
德江茂平机械设备有限公司遗失公章:5206268807185,财务章:5206268807186,法人章(田茂平):5206268807187,发票章:5206268807188,声明作废。

遗失声明
湖南博创广告有限公司遗失中英文公章一枚,声明作废。

遗失声明
湖北和智高科商贸有限公司(统一社会信用代码:9142010356557356XG)遗失公章:4201020128110,财务章:4201020128025,法人章(王炯印)各一枚,声明作废。

遗失声明
湖南盈发交通设施有限责任公司遗失公章,公章编号为:431201000460,法人章,法人章编号为:43120210004603,声明作废。

遗失声明
贵南固族自治县雪巢乳业加工坊(统一社会信用代码:91620721L7456011G)遗失公章一枚,声明作废。

举报电话:13080793002