

2016-2022年中国咖啡饮料市场需求及投资前景分析 报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2016-2022年中国咖啡饮料市场需求及投资前景分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/184087.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

2009-2015年中国咖啡行业消费量情况

资料来源：国家统计局

2015年国际咖啡价格的快速下滑对咖啡种植业的影响极其明显，2015年行业产值下滑幅度超过30%。但是咖啡价格下滑对咖啡流通业、加工业和第三产业影响不大。据测算：2015年我国咖啡消费市场规模达到122.5亿元，较上年同期增长5.96%。2015年我国咖啡行业消费市场规模约163.8亿元。近几年我国咖啡行业市场规模情况如下图所示：

2009-2015年中国咖啡行业市场规模走势图

资料来源：艾凯咨询网整理

国际咖啡价格自2011年4月达每磅238美分高位后，出现了持续下行趋势，直到2014年初开始反弹。造成价格长期下行的原因是主产区出口可供量普遍充足。

事实上，2012/13年度的咖啡产量为历史最高纪录，尽管中美洲由于受咖啡叶锈病影响出现减产。南美洲，尤其是巴西和哥伦比亚，还有非洲，都出现了增产，已完全抵消了中美洲及墨西哥减产带来的影响。虽然世界咖啡消费量近年呈稳定增长趋势，尤其在出口国和新兴国家中，但仍不足以支撑国际咖啡报价。但由于担忧巴西的旱灾会影响世界咖啡最大生产国和出口国巴西的产量，价格于2014年初开始回升，2014年2月和4月的报价分别冲高至每磅138美分和171美分。此外，2011年至2013年底之间出现的咖啡价格下跌已导致种植面积和投资减少。价格上升幅度可能会因为主要出口国库存水平相对宽松而受到制约。咖啡（国际咖啡组织综合价格）

资料来源：公开资料整理

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 咖啡饮料概述 1

1.1 咖啡概述 1

1.1.1 咖啡简介 1

1.1.2 咖啡的品种分类 1

1.1.3 咖啡的市场分类 5

1.2 咖啡软饮料概述 5

1.2.1 软饮料相关简介 5

1.2.2 咖啡软饮料简介 6

1.3 咖啡软饮料的市场特点	7
1.3.1 咖啡软饮料的消费人群	7
1.3.2 咖啡软饮料的产品特点	7
1.3.3 咖啡软饮料的宣传渠道	10
1.3.4 咖啡软饮料的消费因素	10
第二章 2007-2015年全球及中国咖啡饮料市场发展分析	12
2.1 2010-2015年全球及咖啡主产国咖啡产量统计	12
2.1.1 2010-2015年全球咖啡产量统计	12
2.1.2 2010-2015年巴西咖啡产量统计	35
2.1.3 2010-2015年越南咖啡产量统计	36
2.1.4 2010-2015年印尼咖啡产量统计	38
2.1.5 2010-2015年哥伦比亚咖啡产量统计	42
2.1.6 2015年全球市场咖啡价格走高	44
2.2 2015年中国咖啡市场发展分析	46
2.2.1 2015年中国咖啡市场供给分析	46

我国咖啡市场的国际联动性很强，国内外价格走势具有一致性。国外价格通过商品贸易和信息迅速传导到国内，而我国没有咖啡期货产品，不具有市场定价权，只能被动接受价格传导。当前，云南雀巢、星巴克及当地的后谷等本土咖啡企业都参照最新的纽约期货价格来确定咖啡的收购价，并在其上下调7美分/磅左右。云南不少的咖啡豆质量要高于纽约期货交易的产品质量，但是所获得的价格却远没有与之相匹配。

进入新世纪以来，在国际市场带动下，我国咖啡价格不断震荡上行，2010年，云南咖啡价格突破41元/公斤（约合270美分/磅），创下历史最高记录。国内生产在高价位刺激下不断扩张，规模持续增长。但进入2015年以后，受巴西、哥伦比亚、越南和印度尼西亚等咖啡主产国产量增长较快，全球消费增长缓慢等因素影响，国内外咖啡市场价格不断下行、屡创新低、陷入低迷。

截至2015年1月，纽约咖啡期货主力合约价格120美分/磅（约合16元/公斤），与2015年年初最高价相比下跌29%；云南产区收购价格15元/公斤（111美分/磅），逼近生产成本，给正在扩张中的云南咖啡生产带来隐忧，给咖农生产和生活带来严重影响。而我国咖啡产业存在以下制约因素，进一步加剧了市场价格风险：

一是组织化水平低，市场风险应对能力弱。我国咖啡种植多为小农分散经营，咖啡产业化和组织化程度处于初级阶段，产销脱节的现象仍然存在。在价格过高时，农民囤积不卖；在价格过低时，咖啡豆难卖现象存在。这些都不利于产业的持续发展。

二是企业竞争力不强，无法做到优质优价。我国咖啡加工企业数量多、规模小，仅云南省咖啡加工企业就近百家，整体实力不强，难以保证区域产品的一致性。缺乏精深加工产品，多

以提供原料形式为主，市场价格比世界公认的哥伦比亚等国产品要更低。

三是营销意识薄弱，缺乏品牌效应。目前我国咖啡产区已成为雀巢、麦氏及星巴克等咖啡跨国巨头的原料产地，销售出口初级产品居多，缺乏区域、企业和产品品牌，国际市场知名度不高。

四是国内需求总量不高，咖啡市场亟待开发。虽然近几年，我国咖啡消费量较快增长，但我国不是传统消费国，咖啡人均消费量相比美国、欧盟等咖啡传统消费国家和地区仍然很少，国产咖啡一半以上用于出口，严重依赖国外市场，国内咖啡消费增长动力不足，这也成为国内咖啡产业发展必破的课题。

据云南省农业科学院测算，2001年我国咖啡行业产值仅为1.43亿元，2015年在国内咖啡产量及产品均价大幅上扬的推动下，我国咖啡产业产值上升至17.68亿元，创下历史新高，2015年以来虽然国内产品产量呈快速上涨趋势，但是产品价格的快速回落导致2015年行业产值仅为11.75亿元，2015年行业产值为15.31亿元。2015年达到了16.71亿元。

2001-2015年中国咖啡行业产值统计

资料来源：公开资料整理

咖啡作为一种全球化的贸易商品，同时作为一种快速消费品，其品牌的树立对于企业的发展具有极为深远和重要的现实意义。随着咖啡种植规模的扩大，中国咖啡品牌建设也逐渐受到重视。

目前，我国咖啡品牌主要有云南的“后谷” “乐寿” “云岭”“桑莱特”“北归”及海南的“福山”“兴隆”“力神” “太阳河”等，其中云南的“后谷”咖啡已被国家工商行政管理总局商标局认定为中国驰名商标。

近年来，我国咖啡加工业也得到相应的发展。目前，云南省拥有脱皮、脱壳咖啡初加工厂（点）250 多家，年生产能力60000 多t，咖啡深加工企业主要有德宏后谷咖啡有限公司、云南咖啡厂、普洱市桑莱特咖啡有限公司、云岭咖啡厂及思茅北归咖啡有限公司。海南拥有全国一流的“力神”“颜氏咖啡”加工厂。

我国咖啡产品主要为速溶咖啡粉、焙炒豆、焙炒粉、炭烧咖啡和椰奶咖啡等。此外，咖啡还有较好的药用价值，咖啡碱可制作麻醉剂、兴奋剂和利尿剂等。果肉含有的果胶质、还原糖、氨基酸、维生素等物质可用来酿酒、制醋等。

据统计2015年我国咖啡产量为12.8万吨，占同期全球总产量的1.44%，中国咖啡产量全球占比从2003年的0.31%增长至目前的1.44%。 2003-2015年中国咖啡产量全球市场份额走势图

资料来源：USDA、农业部

而同期中国海关数据显示：2015年我国咖啡进口数量为6.57万吨，进口金额为1.87亿美元；出口数量为7.17万吨，出口总金额为2.22亿美元。依此计算：2015年我国咖啡表观消费量为8.98万吨。 2009-2015年中国咖啡进出口数据（千克，千美元）

年份

出口量

出口金额

进口量

进口金额

2009年

32733565

81490

21789930

50807

2010年

32908157

102197

30312881

70388

2015年

37915319

179737

42997912

129805

2015年

61426076

232805

57582971

168679

2015年

76065713

216705

48122177

142502

2015年

71720471

222424

65714746

187459 资料来源：中国海关 2009-2015年中国咖啡供需现状（万吨）

年份

产量

出口量

进口量

表观消费量

2009年

3.75

3.27

2.18

2.66

2010年

4.96

3.29

3.03

4.70

2015年

6.99

3.79

4.30

7.50

2015年

9.27

6.14

5.76

8.89

2015年

11.78

7.61

4.81

8.98

2015年

12.60

7.17

6.57

12.00 资料来源：农业部、中国海关

2.2.3	2015年云南成中国咖啡生产基地	52
2.2.4	2015年云南咖啡营销渠道分析	55
2.3	2015年中国速溶咖啡市场发展分析	56
2.3.1	2015年中国速溶咖啡市场规模统计	56
2.3.2	2015年中国速溶咖啡市场竞争状况	57
2.3.3	2015年中国速溶咖啡产品渗透率统计	60
2.3.4	2015年中国速溶咖啡产品关注度调查	60
2.3.5	2015年中国速溶咖啡品牌产品饮用比例统计	61
2.4	2015年中国即饮咖啡市场发展分析	61
2.4.1	2015年中国即饮咖啡市场规模统计	61
2.4.2	2015年中国即饮咖啡市场竞争分析	62
2.4.3	2015年中国即饮咖啡市场价格状况	63
	第三章 2015年中国各地速溶咖啡消费调查	66
3.1	2015年华北地区速溶咖啡消费调查	66
3.1.1	北京速溶咖啡消费调查	66
3.1.2	天津速溶咖啡消费调查	67
3.1.3	太原速溶咖啡消费调查	67
3.2	2015年东北地区速溶咖啡消费调查	68
3.2.1	哈尔滨速溶咖啡消费调查	68
3.2.2	长春速溶咖啡消费调查	69
3.2.3	沈阳速溶咖啡消费调查	69
3.2.4	大连速溶咖啡消费调查	70
3.3	2015年华东地区速溶咖啡消费调查	71
3.3.1	济南速溶咖啡消费调查	71
3.3.2	青岛速溶咖啡消费调查	71
3.3.3	南京速溶咖啡消费调查	72
3.3.4	苏州速溶咖啡消费调查	72
3.3.5	上海速溶咖啡消费调查	73
3.3.6	杭州速溶咖啡消费调查	73
3.3.7	宁波速溶咖啡消费调查	74
3.3.8	福州速溶咖啡消费调查	74
3.3.9	厦门速溶咖啡消费调查	75
3.3.10	合肥速溶咖啡消费调查	75
3.3.11	南昌速溶咖啡消费调查	76

3.4 2015年华中地区速溶咖啡消费调查	76
3.4.1 郑州速溶咖啡消费调查	76
3.4.2 长沙速溶咖啡消费调查	77
3.4.3 武汉速溶咖啡消费调查	77
3.5 2015年华南地区速溶咖啡消费调查	78
3.5.1 广州速溶咖啡消费调查	78
3.5.2 深圳速溶咖啡消费调查	78
3.5.3 佛山速溶咖啡消费调查	79
3.5.4 南宁速溶咖啡消费调查	79
3.5.5 海口速溶咖啡消费调查	80
3.6 2015年西南、西北地区速溶咖啡消费调查	80
3.6.1 成都速溶咖啡消费调查	80
3.6.2 重庆速溶咖啡消费调查	81
3.6.3 昆明速溶咖啡消费调查	81
3.6.4 西安速溶咖啡消费调查	82

第四章 中国咖啡饮料重点企业分析 83

4.1 雀巢（中国）有限公司	83
4.1.1 企业基本情况	83
4.1.2 企业咖啡软饮料业务概况	83
4.1.3 企业咖啡软饮料经营情况	85
4.1.4 雀巢咖啡营销经验分析	88
4.1.5 雀巢世界级咖啡工厂落户莱西	90
4.1.6 2015年雀巢咖啡中心建设稳步推进	90
4.2 德宏后谷咖啡有限公司	90
4.2.1 企业基本情况	90
4.2.2 企业咖啡软饮料业务概况	91
4.2.3 企业咖啡软饮料经营情况	91
4.3 可口可乐（中国）有限公司	92
4.3.1 企业基本情况	92
4.3.2 企业咖啡软饮料业务概况	92
4.3.3 企业咖啡软饮料经营情况	93
4.4 统一企业	93
4.4.1 企业基本情况	93
4.4.2 企业咖啡软饮料业务概况	93

4.4.3 企业咖啡软饮料经营情况	94
4.5 华润怡宝饮料(中国)有限公司	95
4.5.1 企业基本情况	95
4.5.2 企业咖啡软饮料业务概况	95
4.5.3 企业咖啡软饮料经营情况	96
4.6 江苏摩卡食品有限公司	96
4.6.1 企业基本情况	96
4.6.2 企业咖啡软饮料业务概况	96
4.6.3 企业咖啡软饮料经营情况	97
4.7 大闽食品(漳州)有限公司	97
4.7.1 企业基本情况	97
4.7.2 企业咖啡软饮料业务概况	97
4.7.3 企业咖啡软饮料经营情况	98
4.8 海南力神股份有限公司	98
4.8.1 企业基本情况	98
4.8.2 企业咖啡软饮料业务概况	98
4.8.3 企业咖啡软饮料经营情况	99
4.8.4 力神建成国内咖啡行业首个工业旅游示范项目	99
4.9 旺旺集团	100
4.9.1 企业基本情况	100
4.9.2 企业咖啡软饮料业务概况	100
4.9.3 企业咖啡软饮料经营情况	100
4.10 味全公司	101
4.10.1 企业基本情况	101
4.10.2 企业发展历程	101
4.10.3 企业咖啡软饮料业务概况	105
4.10.4 企业咖啡软饮料经营情况	105
4.11 星巴克(中国)有限公司	106
4.11.1 企业基本情况	106
4.11.2 星巴克咖啡品牌管理经验分析	106
4.11.3 星巴克咖啡品牌文化营销分析	107
4.11.4 星巴克进军速溶咖啡市场	107
4.12 三得利(上海)食品有限公司	108
4.12.1 企业基本情况	108
4.12.2 企业咖啡软饮料业务概况	109

4.12.3 企业咖啡软饮料经营情况	109
4.13保山云潞咖啡产业开发有限责任公司	109
4.13.1 企业基本情况	109
4.13.2 企业咖啡软饮料业务概况	110
4.13.3 企业咖啡软饮料经营情况	110
第五章 2016-2022年中国咖啡饮料发展趋势及投资分析	112
5.1 2016-2022年中国咖啡软饮料市场发展预测	112
5.1.1 2016-2022年中国咖啡市场规模预测	112
5.1.2 2016-2022年中国速溶咖啡市场预测	113
5.1.3 2016-2022年中国即饮咖啡市场预测	115
5.2 2016-2022年中国咖啡软饮料市场投资风险分析	116
5.2.1 环保风险	116
5.2.2 竞争风险	116
5.2.3 原材料风险	116
5.2.4 产品替代风险	117
5.2.5 食品安全风险	117
5.3 2016-2022年中国咖啡饮料市场投资策略分析	117
5.3.1 中国咖啡软饮料产品投资分析	117
5.3.2 中国咖啡饮料投资区域选择分析	118
5.3.3 中国咖啡饮料投资价格选择分析	118

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度
图表：全国粮食产量及其增速
图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）
图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）
图表：进出口总额（亿美元）
图表：广义货币（M2）增长速度（%）
图表：居民消费价格同比上涨情况
图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）
图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）
图表：农村居民人均收入实际增长速度
图表：人口及其自然增长率变化情况
图表：2015年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2015年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2016-2022年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2016-2022年中国GDP增速预测

图表。。。。。

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/184087.html>