

融合·下沉·创新

——从三个关键词看中国咖啡产业发展新趋势

新华社记者许晓青、胡旭

创业10周年,近日中国本土品牌永璞咖啡在故宫博物院附近开出了北京首店;与游戏大作《黑神话:悟空》联名,瑞幸咖啡新推“腾云美式”引发各地点单热;国际咖啡连锁品牌星巴克为庆祝其进入中国内地市场25周年,新推出青花瓷系列咖啡杯……

据研究机构“世界咖啡门户”发布的报告,2023年中国已成为全球拥有品牌咖啡门店最多的国家。

记者调查发现,中国咖啡产业进入快速增长期,并呈现出销售渠道线上线下融合、实体店不断向三四线城市下沉、创新引领消费体验等发展趋势。



2024年2月26日,位于上海西岸的永璞咖啡直播间,一名咖啡销售主播正在直播销售咖啡冷萃液。

新华社记者许晓青 摄

线上线下融合,产业链闭环初现

一个工作日的下午,在永璞咖啡位于上海西岸的网络直播间,一名主播正在“带货”冷萃液体咖啡、挂耳包、胶囊咖啡,以及五花八门的咖啡衍生品等,吸引了约1.5万名顾客在线观看。

为了服务更多年轻消费者、更“接地气”,以线上销售起家的永璞咖啡逐步进军线下。其刚刚开业的北京首店与故宫博物院、景山公园、中国美术馆等成为“邻居”,产品融合了中国红和北京糖葫芦等元素。

与此同时,许多传统以实体店为主的咖啡品牌,不断开拓线上销售渠道。根据美团数据,上海、北京、成都、深圳、广州等五大主要咖啡消费城市,线上化率和咖啡外卖交易额持续增长。

从一捧生豆到一杯咖啡,小小的咖啡豆串联起一条长长的产业链。包括上游种植咖啡豆的咖啡庄园,中游加工咖啡的烘焙厂,下游制作咖啡成品的咖啡店等。

以星巴克为例,一年前,星巴克中国咖啡创新产业园在江苏昆山投产,标志着一条包含云南咖啡豆种植产地、昆山和上海烘焙基地以及面向各地门店及线上销售网络的“咖啡全产业链”实现规模化整合。《云南咖啡豆产业发展报告2023》显示,云南咖啡豆的种植面积和产量均占据了全国总种植面积和产量的98%以上。

意大利LAVAZZA咖啡、美国蓝瓶咖啡等也纷纷试水中国市场。

食品行业分析师朱丹蓬认为,外商乐于进入咖啡及其相关生产领域,并重资产加持,说明这些品牌看好中国市场的前景,也体现了对中国经济的信心。

由上海市文化创意产业促进会牵头、多家机构联合发布的《2024中国城市咖啡发展报告》显示,2023年中国咖啡产业规模达到2654亿元,预计2024年将增至3133亿元;我国人均年消费咖啡已从2016年的9杯上升至2023年的16.74杯。

实体店下沉三四线城市,特色化精细化趋势明显

记者调查发现,随着咖啡消费习惯的养成,以及消费门槛降低,近年来,我国一二线城市咖啡门店逐渐趋于饱和,但三四线下沉市场还有很大的潜力空间。“立足一二线城市,逐鹿三四线城市,后者将是咖啡产业的‘蓝海’。”上海市食品协会咖啡专业委员会秘书长施骏分析。

数据显示,截至2024年6月,星巴克已遍及中国内地900多个县级市场,门店数增加到7306家。根据星巴克公布的最新一季财报,2024年4月1日至6月30日,星巴克新进入的中国内地县级市场有38个。“我们将继续挖掘巨大的‘蓝海’机会,服务更多社区。”星巴克中国联席首席执行官刘文娟说。

当中外连锁咖啡品牌主动拥抱下沉市场时,独立咖啡店也蓬勃兴起。在四川省成都市主城区的

宽窄巷子,与星巴克一墙之隔,壹丁咖啡的招牌很是醒目。“前来消费的年轻人很多,其中不少是外国游客。”壹丁咖啡主理人丁志说,“咖啡馆不单是一个拍照打卡的地方,更是一座城市人文风情的浓缩。”

成都餐饮同业公会咖啡分会发布的《2023年成都咖啡行业调查报告》显示,成都约七成的咖啡店主理人只经营1家咖啡店。同时,超五成受访者每天饮咖啡一杯,受访者每天饮两杯以上的比例达18%。

成都餐饮同业公会咖啡分会会长刘诚说,与咖啡消费的个性化、多元化趋势相适应,越来越多的特色化、精细化咖啡店涌现,推动咖啡消费场景更加丰富、市场更具活力。

从数量多到质量高,创新求变无止境

“在中国市场咖啡产业拥有不断创新的潜力,这是星巴克品牌在华取得成功的秘诀之一。”星巴克公司创始人霍华德·舒尔茨今年早些时候在上海表示,咖啡行业不能依靠“打折扣战”来获得发展动能,必须通过创新给予消费者更多全新体验,才能引领市场。

国金证券的研究报告显示,在全球化和互联网的影响下,叠加工作节奏的加快,中国的“90后”对于咖啡品类饮品的接受度远高于前几代人,正日渐成为咖啡消费“主力”。

在成都,创新是咖啡店主理人不懈的追求。从文化主题到设计装潢,从招牌名称到杯盘用品,咖啡店主理人绞尽脑汁为年轻消费群体提供情绪价值。大熊猫、青花瓷、武侯祠、三星堆的青铜面具……各式各样的“川元素”被咖啡师们大胆加入

咖啡特调中,成就了独具特色的“川派咖啡”。

刘诚认为,跨界合作推出一些特色饮品,对咖啡市场是好消息,增加了年轻的主力消费人群包括不喝咖啡的人对咖啡的了解,有助于发现更多的潜在消费者。

目前成都市场仍处于咖啡消费热和开店热的阶段,咖啡行业仍需要在品质、商业模式等方面持续创新,通过品质升级真正带动品牌升级和消费升级。

施骏表示,门店数量上升,是咖啡消费持续强劲的一个侧面印证,更重要的是要通过创新推动行业整体的持续高质量发展,让更多老百姓喝上高品质咖啡,同时享受其休闲、社交、文娱等功能。“这也是当代青年客群最看重的。”

新华社北京9月11日电

加快移动物联网发展!

力争到2027年移动物联网终端连接数突破36亿

新华社北京9月11日电 记者11日从工业和信息化部获悉,工业和信息化部近日印发《关于推进移动物联网“万物智联”发展的通知》,明确一系列举措提升移动物联网行业供给水平、创新赋能能力和产业整体价值。力争到2027年,基于4G和5G高低搭配、泛在智联、安全可靠的移动物联网综合生态体系进一步完善,移动物联网终端连接数突破36亿。

移动物联网是以移动通信技术和网络为载体,通过多网协同实现人、机、物泛在智联的新型信息基

础设施,是经济社会数字化转型的重要驱动力量。

通知立足产业发展节奏、各行业领域移动物联网应用现状,研判移动物联网发展趋势,确定了发展目标。到2027年,培育一批亿级连接的应用领域,支持全国建设5个以上移动物联网产业集群,打造10个以上移动物联网产业示范基地。

通知提出了夯实物联网底座、提升产业创新能力、深化智能融合应用、营造良好发展环境等四个主要任务,系统推进移动物联网应用规模拓展和产业生态繁荣。

其中,在夯实物联网底座方面,提出结合需求适度超前建设移动物联网。在深化智能融合应用方面,明确推广移动物联网在智能网联汽车、医疗健康、智能家居等领域应用,在智能网联汽车领域,推动其在行车监控、自动驾驶等场景应用,实现信息交换共享、复杂环境感知、智能决策和协同控制等功能。

工业和信息化部有关负责人表示,将协同产业各方,加快移动物联网与重点行业融合应用,有效助力行业数字化转型和新型工业化。