

咖啡与茶和可可并称为世界三大饮料。

与可可相比较而言，咖啡和茶一样更多地介入到人们的精神生活和文化趣味之中，也因此演绎出更为丰富的文化生活景观；与茶相比较，由于风味和饮用方式的不同，咖啡或许更容易受到追求个性化和快节奏生活的现代年轻人的青睐。

据艾媒咨询的数据，2021年中国咖啡行业市场规模达3817亿元，预计2022年达4856亿元。随着公众饮食观念的改变，中国咖啡市场正在进入一个高速发展的阶段，新品牌崛起的速度更快，预计咖啡行业将保持27.2%的增长率，2025年中国市场规模将达10000亿元。

据美团《2022中国现制咖啡品类发展报告》的数据，截至2022年5月1日，中国内地共有咖啡门店11.73万家。现制咖啡市场规模达89.7亿元，订单同比增长178.7%，一大批本土品牌快速发展。

“中国的咖啡故事还将继续。”市场分析研究专家认为，目前中国的咖啡消费人口比例将持续增长，中国的咖啡市场仍然有广阔的空间等待开拓。



咖啡时光中的氤氲和韵律交织

如果我不在家，那一定是在咖啡馆；如果我不在咖啡馆，一定是在去咖啡馆的路上。
——奥地利作家斯蒂凡·茨威格(1881年-1942年)

咖啡的“三次浪潮”

人类饮用咖啡的历史，因为年代久远已经难以考证，于是就有了传说发挥的空间。

最为流行的一个传说，讲的是6世纪的时候，一个埃塞俄比亚牧羊人发现了他的羊群吃了一种野生灌木红色的果实之后就会异常兴奋，于是就好奇地尝了一口，之后立刻感觉神采奕奕，便兴奋地将这件事告诉了附近修道院的僧侣；僧侣开始并不乐意尝试这种果实，就把它们扔进火堆之中，没想到的是，这些在火中烤过的咖啡豆香气四溢，于是很快被捞出来，经过磨碎后制成了世界上第一杯咖啡。

咖啡树确实原产于埃塞俄比亚，但这个传说很可能是虚构的。直到11世纪，人们才开始将咖啡作为饮料，到了13世纪，咖啡才走出埃塞俄比亚并逐渐走向世界，但是在15世纪前咖啡主要被使用在医学和宗教领域，医生和僧侣们承认咖啡具有提神、醒脑、健胃、强身、止血等功效。直到15世纪初，才开始有文献记载咖啡的使用方式，咖啡也逐渐成为民间的日常饮品。但直到此时，咖啡扩张的“世界地图”还仅仅局限于北非和阿拉伯地区。16世纪末，咖啡通过威尼斯商人及荷兰人的贸易辗转传入欧洲，并很快受到贵族阶层的青睐，其价格也水涨船高，甚至得到“黑金”的称号。

世界历史进入大航海时代之后，全世界都被纳入了咖啡的生产消费版图。1690年，一位荷兰船长从也门获得几株咖啡苗，将其带到印度尼西亚并种植成功。1727年，咖啡在巴西试种大获成功，从此咖啡在南美洲迅速蔓延。再之后，咖啡因为大规模生产而价格下降，逐渐成为欧洲人最主要的饮料。

随着咖啡生产和消费在世界范围内不断拓展，人们饮用咖啡的方式也逐步进化，研究专家因此总结出现代社会所经历的3次“咖啡浪潮”。

第一波浪潮大致从1940年到1960年代，其代名词是“咖啡速溶化”。这一波浪潮的兴起，来自二战时期美国军队为士兵配给大量的速溶咖啡作为提神饮品。速溶咖啡味道苦涩粗糙，但这个时代的普通人更多地追求方便快捷，对口味没有过多的追求。

第二波浪潮发生在1966年到2000年之间，特点是重度烘焙和咖啡店遍地开花，新鲜深度烘焙咖啡让人们重新感受到咖啡的醇香。

我们正在经历的第三波咖啡浪潮开始于2003年，从此，“咖啡美学化”趋势开始流行，精品咖啡越来越受欢迎，人们更加重视地域风味的不同，烘焙更加注重展示咖啡原本的风味，手冲咖啡成为主流。



采摘咖啡豆

咖啡植入了城市的基因



上海著名的鲁马滋咖啡馆

依想吃杯咖啡伐？据说，这是上海年轻人邀约人闲坐的口头禅之一。作为引领时尚的风向标，上海或许是中国最早流行咖啡文化的城市。据资料显示，上海与咖啡的情缘最早可以追溯到英国人Lewellyn在1853年所开的一家老德记药店。这家药店同时经营西式糕点饮品，最开始的时候，

国最早流行咖啡文化的城市。据资料显示，上海与咖啡的情缘最早可以追溯到英国人Lewellyn在1853年所开的一家老德记药店。这家药店同时经营西式糕点饮品，最开始的时候，

“中国第一县”发力咖啡产业



昆山咖啡产业园一角

作为新兴的咖啡饮品大国，中国的咖啡饮品消费持续快速增长，咖啡饮品产业不断扩容升级，全球咖啡产业链供应链在中国市

场加速交汇。在离上海大约60公里的江苏省昆山市，一座现代化的咖啡产业基地正在崛起。

咖啡里的创意无限

拿铁、美式、卡布奇诺这些传统经典咖啡，长期以来一直占据咖啡市场的主流，但在国内，国产咖啡品牌正在让星巴克步步失守。这些本土咖啡品牌掀起一波又一波新潮，改变着人们的咖啡消费习惯，在不久的将来，或许这些中式创意咖啡能够走向世界。

Dirty是当下最红的咖啡单品之一，其新颖独特的造型、醇香的口感和奇趣的喝法，上市以来吸引了众多咖迷的追捧。国际社交平台热播，也为起源于这款中国的咖啡流行助力不少，甚至有不少人以为Dirty的创意是从海外传入国内的。

喝咖啡的场景也走向细分。在去年的“上

海咖啡文化周”上，“咖啡+展演”“咖啡+电竞”“咖啡+老字号”“咖啡+文创”等各类跨界文化元素的融合，吸引了众多咖啡爱好者打卡体验。画室作画、展厅看展、脱口秀……都成为“咖啡+”形式下的消费新场景。

在上海黄浦区的蒙西菜场，有一家特别的“菜场咖啡”，每天从8点营业到24点，为周边的居民提供咖啡和食物。“菜场是一个充满了生活气息的地方，我希望在这里开一个社区咖啡馆，销售的品类有咖啡、热压三明治早餐等，这里也是公益的外卖小哥爱心驿站，是社区成员的家。”

数据显示，2022年美团和大众点评用户对“特

这里卖的咖啡被戏称“咳嗽药水”，源于它酸苦的口感和呈棕黑的颜色。

上世纪30年代，上海出现了国内最早的一批咖啡馆，不仅吸引了大批外国人，也迅速成为上海人的时髦。资料显示，上世纪40年代整个上海已有咖啡馆近200家。据说，鲁迅当年就爱去位于四川北路的一家咖啡馆，但每次去却不点咖啡，而是带上自己的茶去咖啡馆冲泡，或许他真正喜爱的是咖啡馆的氛围。

据不完全统计，目前上海的咖啡店数量超过10000家，而且依旧保持着每两天开一家店的速度。

“上海的咖啡店与其他城市的最大区别是，城市本身的人群已经对咖啡产品有了日常的需求。”上海一家咖啡店主理人罗阳说道。

罗阳是成都人，在上海从事咖啡行业已经有10多年。他认为，在咖啡网红店一味追求颜值、行业标准参差不齐的情况下，一定要做精品独立咖啡店。

罗阳的咖啡馆所在的上海洋派风情老街上，还原修复了一些老建筑，注入了新的适合当下城市发展的业态。“咖啡，是我们认为上海最具有代表性的生活方式。”老街改造项目负责人说道，“项目打造的集成式生活空间，使咖啡馆有了一种更适应年轻人兴趣点的探索实践。”

2020年，星巴克中国“咖啡创新产业园”正式在昆山签约落户。这是星巴克在美国以外最大的一笔生产性战略投资。星巴克全球执行副总裁表示，“在这里，星巴克创新产业园将会重新定义未来的咖啡制造，创新智能供应链。”

有“中国第一县”之称的昆山市，将咖啡产业作为发力点，聚焦物流分拨、平台交易、研发烘焙、品牌销售四大中心建设，形成“全产业链”与“国际化”两大咖啡产业特色，营造了浓厚的城市咖啡文化氛围。

在2022年举行的国际咖啡产业大会上，昆山市市长表示，昆山将围绕一粒咖啡豆、一块巧克力、一根冰淇淋等产业链来谋转型、促发展，全力打造千亿级高端食品产业集群，把咖啡产业打造成服务业的支柱产业。当天，在这次以“咖啡为媒、传递快乐”为主题的大会上，中国食品工业协会咖啡与饮品专业委员会在昆山揭牌成立。

“昆山成功吸引了众多国际咖啡企业入驻，被誉为中国的咖啡‘硅谷’，期待国际国内业界同仁加强交流，把握这一蕴藏着万亿级市场机遇和市场商机的新赛道。”中国食品工业协会常务副会长沈健在会上表示。

调咖啡”的搜索量同比增长207%，“特调咖啡”依然备受消费者的关注。在咖啡中加入豆花、黑芝麻糊等小吃，用中式元素降低咖啡的口味门槛。

成都咖啡馆在空间和口味上的创意，是消费者买单的一大理由。在美食之都，层出不穷的风味创意，也为成都咖啡注入了源源不断的活力。与本土特色的结合，小米辣、二荆条、花椒、藤椒、甜椒等都能做咖啡，比如勒克立方的花椒美式、Yeclip的甜椒拿铁；新的创意不断涌现，比如HERBES SPICE LEGEND以香料与咖啡为创新。

在国潮流行的当下，“盖碗咖啡”配上古风家具、青砖红瓦等元素，受到年轻人追捧，“中式咖啡”今年搜索热度提升4713%。备受年轻人喜爱的独立咖啡馆也随之增长。2022年，独立咖啡馆占全国总门店数的72%，在成都玉林路芳草街聚集了众多的人气门店，而这些店多数都是



Views
博闻

12
成都日报



2023年5月24日
星期三

记者观察

“在闹市，在公园，在大街小巷，甚至在小区里面的住家，你总能发现茶馆的身影……”

作为世界上茶馆最多的城市，成都的亲切、悠闲、雅致和烟火气在茶馆中聚集，茶馆也成为象征成都人生活的符号。

就在不经意间，大大小小的咖啡馆刷新了这座城市的街区面貌，也悄然地改变着人们尤其是年轻人的生活形态。

随着中国经济的发展，中国人的生活节奏开始越来越快，在快节奏的生活方式之下，大家需要更多的方式来应对日益繁忙的工作，咖啡作为一种具有较强提神功效的产品开始在市场上日益普及。中国的咖啡消费文化和市场的发展趋势也在不断扩张壮大，市场的需求也在快速增长。

这几年，成都在蓦然之间成为“中国咖啡发展最快”的城市。一份数据显示，成都的独立咖啡馆总数为全国第二，仅次于上海。在咖门联合美团发布的《2022中国现制咖啡品类发展报告》中，成都2021年门店数同比增长8.2%，到了2022年，门店数增长达18.2%，如果没有疫情的影响，成都咖啡的脚步可能会更快。此外，2021年美团线上成都咖啡订单量同比增长189%，进入咖啡高销城市的TOP5。

这样的景况体现了成都包容的城市气质，也体现了城市文化融合和人口构成、劳动力结构等诸方面的变化趋势；一种饮料的发展状况，或许也是城市未来发展的一种预示。

成都日报锦观新闻记者 东山岚
本版稿件未经授权严禁转载



成都市区的一家咖啡馆，门上的“福”字和门框的对联彰显了中国传统文化特色

在过去一年内开业的。

在北京、成都、武汉等多地掀起一阵“盖碗咖啡”热潮，再加上古风家具、青砖红瓦等元素，妥妥的“新中式风”诞生。大众点评数据显示，2022年“中式咖啡”搜索热度提升4713%。

各式精品咖啡馆遍地开花，咖啡赛道的竞争也越发火热，在繁华闹市的精致美学空间，到社区小巷的温馨小馆，咖啡用新风味串联起创意和文化，属于中国人的咖啡印记正在形成。

专家认为，中国咖啡行业的活跃与竞争为全球咖啡产业注入了新的活力。在融合了中式特色之后，咖啡正在以一种崭新的面貌面向全球，同时也在以本土化力量反哺和重塑全球的咖啡产业。

今天的中国已成为全球咖啡产业的核心“主战场”，这个新市场正在改变着整个行业，新的产品、模式或潮流，将持续变革咖啡产业。