中国咖啡，正在「被看到」

□□ 农民日报·中国农网记者 吕珂昕 宫宇坤

每年的2-4月，是云南咖啡最后的采收季。走进云南普洱的咖啡园，到处是咖农们忙碌的身影。采摘下来的椭圆形红色咖啡果，将被送到工厂里过磅称重，随后进行脱皮、发酵、干燥等。经过一系列初加工，咖啡果的颜色由红转白再转青，变成咖啡生豆。咖啡生豆还要经过烘培、研磨、调配，才能最终冲泡出香气四溢的各式咖啡。

一杯咖啡，消解困意、提振精神，成了都市打工人的“续命神器”。最近几年，中国咖啡市场快速发展，消费量逐年递增。伦敦国际咖啡组织数据显示，2010-2020年，与全球平均2%的增速相比，中国的咖啡消费正在以每年15%的惊人速度增长。2021年，全国咖啡豆消费量为25.20万吨，较上年增长超25%。

相比火热的咖啡消费端，我国咖啡生产端显得比较“佛系”。据农业农村部统计，自2010年起，全国咖啡豆产量逐年增长，其中2016年总产量达最高16.03万吨，随后呈下降趋势，多年来维持在10多万吨。生产出来的咖啡大部分作为原料产品供给消费端国内外连锁品牌，少部分做精品咖啡和自有品牌，产品议价能力和品牌知名度都较低。

如今，市场升温，国潮兴起，不禁让人思考，中国咖啡产业一路走来面临哪些困境？如何抓住咖啡消费增长机遇去谋取自己的一席之地？

普洱市思茅区南屏镇小四子咖啡庄园中，庄园负责人廖秀桂晾晒咖啡鲜果。 邓娟 摄

咖农采收咖啡鲜果。

采购商收购前要对咖啡进行杯测。

从前云南咖啡初级产品出口后，在海外经过精深加工，再贴上别人的品牌出售，咖啡的价值已经翻了几十上百倍，利润大头都落入了别人的腰包。偏居一隅的云南咖农和咖企只盯着眼前“一粒咖啡豆的钱”，对背后国际市场和国内市场的新趋势新变化知之甚少。这种状况必须要改变。

一地“国际性”突出，一地却“香气留在国内”

南北回归线之间的热带地区，拥有丰沛的热量、充足的雨水以及成弱酸性的土壤。这里是全球咖啡生长的主要区域。

咖啡原产于非洲中北部，现有79个国家和地区种植咖啡。数据显示，2020年全球咖啡收获面积1.67亿亩，产量1011万吨。其中巴西约占38%，是当之无愧的全球最大咖啡生产国和出口国，越南约占16%，哥伦比亚约占8%。

我国咖啡种植面积和产量不到全球的2%，大陆地区主要种植区域集中在云南和海南。其中，云南为主产区，咖啡面积、产量和产值占到全国的98%以上，种植品种为世界主流的小粒种咖啡阿拉比卡。云南省农业农村厅数据显示，2021年云南省咖啡种植面积约139万亩，产量约11万吨。海南种植面积约1.58万亩，产量0.04万吨左右，适种品种则为较为小众的中粒种咖啡罗布斯塔。

这段时间，云南思茅北归咖啡有限公司总经理邓家录一边盯着纽交所的咖啡期货行情，一边忙着自己咖啡园的鲜果采摘。他告诉记者，今年的咖啡行情罕见的好，生豆价格为32元左右每公斤，“我们公司以水洗咖啡生豆出口为主，出口约占销售额的95%，能卖到德国、比利时、瑞典、希腊等欧洲国家，内销产品仅占5%。所以，公司效益好不好主要看国际市场。”

在云南，咖啡的“国际性”格外突出，根据纽交所期货价格了解当下咖啡豆的价格，几乎是所有咖农的常识。海关统计数据显示，2021年，中国咖啡及制品累计出口1.57亿美元，绝大部分咖啡由云南出口到国外。

“云南尤其是普洱正属于阿拉比卡咖啡的‘黄金种植地带’，在发展过程中吸引了很多国际咖啡品牌的入驻。同时，这些品牌带来的技术理念和标准体系，也对云南咖啡的外向型发展产生了直接影响。”云南国际咖啡交易中心代理副总经理刘海峰说。

根据文献资料，云南省是中国大陆最早引种咖啡的省份。1893年，在中国的法国传教士为满足饮用需要，从越南将第一株咖啡苗引进大理。差不多同一时期，滇缅景颇族边民也从缅甸将咖啡引入德宏州种植自用。1952年，云南省农科院热经所将咖啡引入保山市潞江坝试验性种植，获得成功，产出的咖啡豆已经用于出口。20世纪50-60年代，云南农垦在国营潞江农场、新城农场等地大面积种植咖啡，种植面积一度达到全国的四分之一，掀起云南咖啡产业规模化发展的第一个热潮。

得天独厚的资源禀赋和已成规模的种植基础也引起了国际品牌的关注。20世纪80年代，全球咖啡消费市场急剧扩大，原有的南美等咖啡产区已不能满足巨大的需求，以雀巢为代表的国际咖啡巨头将目光移向云南。1988年，雀巢公司选择普洱市作为咖啡种植地。1992年，雀巢在云南省成立咖啡农艺服务部门，并培育出适合当地土壤条件和气候的咖啡种子，为咖农提供技术建议，以提高其咖啡豆产量和品质。2009年，星巴克推出首款采用云南优质阿拉比卡咖啡豆调配的综合咖啡——星巴克凤舞祥云综合咖啡。2010年，星巴克与云南省签署合作备忘录，投资推动云南咖啡产业的发展。

雀巢、星巴克带来的国际标准和市场要求，进一步推动了云南咖啡业的规范化种植，提升了当地的咖啡种植技术和产品品质，同时吸引了伊卡姆、纽曼、路易达孚、索克菲纳、沃尔等全球知名采购商陆续入驻云南进行原料采购。通过原料供应，云南咖啡融入国际市场咖啡供给体系，并随着国际品牌和咖啡文化在中国消费市场的普及，慢慢为中国消费者所了解。

与云南咖啡的“引进来”“走出去”不同，在海南，因为体量很小、风味独特，咖啡香气更多是留在了国内。

“我6岁就跟着父亲喝兴隆咖啡，因为兴隆咖啡加了炼乳之后，口感很像牛奶巧克力。我父亲今年70岁，依然每天都要喝一杯兴隆咖啡。”万宁兴隆咖啡行业协会秘书长吴春光认为，海南咖啡比量完全没有优势，但“主要是文化优势，口味来源于东南亚归侨带回来的加工工艺，在炒制过程当中加入糖和油，这与全国其他地区的咖啡制法都不一样。”

游子归乡，带来赤豆一粒。1953年，海南兴隆华侨农场刚成立不久，为了实现“以短养长”，也就是用咖啡、香茅、水稻等短期作物收入来弥补橡胶等长期作物收入，兴隆的归国华侨们从海外引进咖啡种植，并将制作冲泡技术以及喝咖啡的传统带回兴隆，生产出后来声名鹊起的“兴隆咖啡”，曾受到多位国家领导人的赞誉。

“兴隆咖啡产业发展完全是因为内需，所以一直以来都比较缓慢但是相对稳定地发展，也是因为自身需要，70年来都没有中断过。”吴春光说。

记者在采访中了解到，与云南受西方咖啡文化影响不同，海南的咖啡文化与东南亚地区相近，并融合了海南当地人的饮用习惯，生产出来的咖啡豆多在当地消化，由当地人经营的咖啡馆随处可见。随着海南旅游业的兴起，咖啡消费量增加，也带动当地咖啡豆初加工和精深加工不断发展。不少海南人还带着技术去东南亚经营咖啡馆，一句“潮州粉条福建面，海南咖啡人人传”的顺口溜在坊间流传。

今年生豆价每公斤高达30多元，曾经却低至每公斤10多元，咖农缺少议价能力

对比来看，海南种植的罗布斯塔咖啡豆一般用作精品咖啡原料，由于产量极少并未进入大宗交易市场；云南产出的阿拉比卡咖啡豆则以规模化大宗交易为主。

我国咖啡种植不过100多年的历史，且属于特色小品类，发展比较缓慢。很长一段时间内，一产种植多以小农散户为主，随意性强，种植管理水平较低，产量不稳定且品质不高。二产三产以初级加工为主，企业“小、散、弱”，缺乏一批精深加工的龙头企业。多位业内人士在接受记者采访时纷纷表示，如果我国咖啡生产没有办法在产量和品质上取得突破，只是作为原料供应，在国际市场上很难拥有定价权。

“目前云南咖啡还没有形成自己的价格体系，价格基本上就是跟着期货价格走，国际市场上期货涨，我们就跟着涨；期货跌，我们就跟着跌，没有自主定价权。”中国热带农业科学院科技信息研究所副研究员侯媛媛说。

3月以来，商品级咖啡期货价格高位运行。3月25日，雀巢在云南报价36元每公斤。这一报价上次出现还要追溯到2011年。

去年以来，全球最重要的咖啡产区巴西受干旱、冻灾等自然灾害影响导致减产30%，新冠肺炎疫情的蔓延又使得咖啡原产国和消费国之间的供应链发生很大迟滞，国际物流成本也不断增加。多重因素导致今年的咖啡期货价格大涨，阿拉比卡咖啡豆的价格基本上达到7年内的最高水平，与之挂钩的云南咖啡价格当然也水涨船高。

就在这一轮咖啡价格大涨之前，云南部分咖农却砍掉了不少咖啡树，改种四季豆和其他经济作物。

《2020年云南省咖啡产业发展报告》显示，2014年云南省咖啡的种植面积达到了183.15万亩，但之后因受国际市场价格影响，面积逐渐减少至2020年的149.69万亩。在很长一段行业低谷时期里，咖农们辛辛苦苦忙活一年，卖出的生豆价格仅为每公斤12-13元，即便不算劳动力和土地成本，也只是个“保本价”，毫无利润可言，直接导致了砍树行为。

云南咖农对收购价格的反应非常敏感，即使不砍树，对咖啡种植的投入也会减少。“过去几年我们普洱市的咖啡平均单产在下降，去年普洱市咖啡种植面积60多万亩，产量4.6万吨，平均每亩单产76公斤左右。如果管理稍微好一点，每亩单产100公斤以上都是正常的。”普洱市茶叶和咖啡产业发展中心副主任王永刚说。

因为产量不高还不稳定，我国也很难建立起更有利于咖农的中远期咖啡交易体系。侯媛媛谈到，我国目前的咖啡交易制度，属于“一手交钱一手交货”的现货交易，因此每年云南咖啡豆的价格波动期也仅限于眼下的采摘季，但也许这期间国际市场上咖啡豆交易价格并不高。像巴西、哥伦比亚这样的咖啡生产大国，拥有大量库存。由于中远期交易体系的建立，在没有咖啡豆采摘的季节，依然能够销售咖啡豆，保证周年交易。“不能长线交易，就只能接受眼前的现价。”侯媛媛说。

此外，云南咖啡豆从种植到收购尚未建立起与市场对应的标准化的品质体系，在咖啡豆体积达到多大、或者酸度达到多少等方面并无统一标准。尽管重庆咖啡交易中心和云南咖啡交易中心各有自己的成交标准，但在定价时依然要以巴西咖啡豆的价格为基准。换言之，每次云南咖啡豆在进行交易时，都要与当年的巴西咖啡豆进行对比，如果品质比巴西咖啡豆好，则可以卖得比它稍微贵一点，反之定价要比巴西咖啡豆低。

另一个目前云南咖啡豆缺少“定价权”的原因，则是多年以来全球咖啡烘焙行业已经形成的惯例。消费市场上最常见的意式拼配咖啡，在烘焙时不单独使用某一种咖啡豆来进行加工，而要将云南豆、巴西豆或哥伦比亚豆拼配起来进行烘焙。这也直接导致了云南咖啡豆在货源方面并非不可替代。

不再只盯着眼前“一粒咖啡豆的钱”

尽管云南咖啡产业仍存在不少短板，面临不少挑战，但近年来面对国内巨大的咖啡消费市场和不断升级的消费需求，云南咖啡也在积极探寻出路。

2008年，云南本土企业——德宏后谷咖啡集团正式宣布停止对雀巢的原料供应，开始生产速溶咖啡。2010年之后，以云南咖啡厂、爱倪、中咖、景兰等为代表的加工企业开始精深加工，正逐步改变以往仅以生豆进行交易的市场局面。

“云南咖啡要想存活下去，必须摆脱原料供应者的身份，建立自己的品牌。”云南咖啡品牌辛鹿创始人杨竹说。辛鹿品牌在2010年入驻国内某头部电商，次年便将云南咖啡销售做到了咖啡类目销量第一，以线上为主不断拓展市场的这一品牌，在2020年的销售额已达到4000-5000万元。

越来越多像杨竹这样的土生土长的云南人，开始创立本土的咖啡品牌。根据《2020年云南省咖啡产业发展报告》，云南已建立中咖、云潞、景兰、合美、比顿、天栗、十岸、新寨、云啡等多家咖啡企业品牌。

品牌做起来，还要提高知名度，重塑云南咖啡的精品形象。

2014年，云南咖啡交易中心有限公司（后更名为“云南国际咖啡交易中心”）挂牌成立，有力促进了云南精品咖啡的发展。云南国际咖啡交易中心运用“产业+互联网”的思维，改变原有咖啡初级农产品销售模式，建立了以精品咖啡竞价拍卖、大宗商业咖啡订单交易、咖啡合同仓单交易为重点的创新经营方式，为咖啡行业提供了一个信息公开、交易公平、服务完善、手续快捷的第三方交易平台。在此交易的咖啡，被运往国内咖啡消费城市并出口到了美国、德国、法国、日本、韩国、乌克兰等30多个国家，逐步成为云南咖啡产业面向国内国际的重要产业平台和窗口。

“2016年开始，我们每年都举办‘云南省咖啡生豆大赛’，让好咖啡脱颖而出，实现它的高价值。”刘海峰说，咖啡馆主、贸易商、采购商、烘培厂厂长都会来云南参与赛事，云南咖啡随之走向全国，开始以全新的形象面向中国市场。

“虽然雀巢、星巴克这样的咖啡巨头很早就来云南收购咖啡豆，但是七八年前，很多大城市里稍微有名一点的咖啡馆，很少会说自己用云南生产的咖啡豆，甚至对云南咖啡有一定偏见。”刘海峰回忆道。如今，随着云南咖啡产业链的整体提质升级，消费市场对云南咖啡的认知度和接受度不断提升，曾困扰云南咖啡多年的“失语”困境正逐渐得到改善。

禧园·禧室咖啡成立于2019年，开业两年已经成为北京小有名气的独立咖啡馆之一。主理人王子朋对记者说，“我们经常使用云南的阿拉比卡咖啡豆，产区多选择潞江坝和普洱。另外，云南的咖啡豆在处理方法上也有非常大的提升，风味更多元，味道更醇厚，是我较为喜欢的产区。”

与此同时，云南咖啡也在重新定义自己与国际咖啡社会的链接。“疫情之前，我们连续多年带领企业到国外参加展会、走访烘焙商，让咖农咖企进一步了解市场需求，也让市场购买者更加熟悉中国产区。”刘海峰说，从前云南咖啡初级产品出口后，在海外经过精深加工，再贴上别人的品牌出售，咖啡的价值已经翻了几十上百倍，利润大头都落入了别人的腰包。偏居一隅的云南咖农和咖企只盯着眼前“一粒咖啡豆的钱”，对背后国际市场和国内市场的新趋势新变化知之甚少。这种状况必须要改变。

令刘海峰感到自豪的是，2018年在美国西雅图举办的第30届精品咖啡博览会上，中国成功申请为主题肖像国。“展会展示了大量的中国元素，展会期间还举办了云南咖啡的专场品鉴会、专场论坛演讲，云南产区的咖农带着自己的咖啡豆远渡重洋到美国，面对全球咖啡产区及市场介绍云南咖啡及中国产区。”在他看来，这样被广为认知的云南咖啡，才是它本来应该有的样子。

海南咖啡同样逐渐被世界看见。随着博鳌亚洲论坛等国际盛会和海南自贸试验区、自贸港的建设，海南对外开放程度越来越高，海南咖啡作为特色农产品逐渐被全国全世界熟悉。“兴隆咖啡”和“福山咖啡”已经获评国家地理标志保护产品，其中，“兴隆咖啡”于2021年被列入“中欧100+100”国际互保地理标志产品。

深度的“咖旅融合”势必会形成一个良好的产业链

今年二三月，中国咖啡消费品牌异常活跃。随着代言人——冬奥冠军谷爱凌在国内的人气高涨，瑞幸咖啡不断圈粉新的年轻人，以更加亮眼的姿态活跃在国内消费市场；中国咖啡馆独角兽Manner势头正劲，宣告在10座城市，完成了200+新店齐开的小目标；中国邮政和狗不理包子下场加入咖啡赛道，准备跨界输出……

2月21日，肯德基在昆明首发精品闪冲冻干咖啡“云南小红罐”，甄选云南保山高黎贡山阿拉比卡咖啡豆为原料，将于4月登陆全国8000余家肯德基餐饮门店，并上线拥有3.6亿活跃会员的肯德基App平台。

“国内新兴的咖啡品牌都会采购云南咖啡。”根据刘海峰的观察，2016年之后，作为中国咖啡出口主体的云南咖啡出口量不断递减，由2017年的5吨多已经减少到2021年的3吨左右；而中国咖啡的进口量则不断增加，2021年中国咖啡豆进口量为12.27万吨，较2020年同比增长74%。“这说明我们国内的咖啡消费市场越来越大，云南咖啡在国内的认可度也越来越高。”

侯媛媛认为，对于云南咖啡来说，稳定产量和提升品质仍是最关键的两点，而打造自有品牌、发展精品咖啡庄园文化、创新交易制度等都要建立在这个基础之上。“今年巴西遇到了百年一遇的干旱，同时又是咖啡‘小年’，咖啡产量减少30%。而在云南，因为粗放式的管理和经营，一个普通的自然灾害就可能让咖啡产量减少20-30%。”她说。

刘海峰提出，在咖啡生豆方面，通过品种改良提高精品咖啡的产量，通过拍卖等形式提升精品咖啡的价值，都能为广大咖农能带来更高收益。

云南省农业农村厅相关负责人也表示，未来要加强良种推广，支持全省咖啡产区品种改良和更新换代，大力推广萨奇姆、铁毕卡、波邦、瑰夏等优质咖啡品种。根据云南省最新产业规划，要将云南打造为全球重要的精品咖啡生产基地。到2025年，全省咖啡种植面积稳定在150万亩，咖啡生豆产量稳定在15万吨，其中精品咖啡比重达到20%以上。

云南省委省政府也在积极通过招商引资和成立咖啡产业集团两种方式，拓展咖啡产业链，提升产品附加值，努力让更多精深加工留在当地。在产业集群方面，云南精品咖啡加工园区已于2016年在普洱市开工建设。这项投资4亿元、占地92.4亩的项目构建了标准化的仓储、粗加工、精深加工、信息服务、金融服务、物流服务、电商孵化、企业培育、咖啡烘焙、调味中心等功能。园区将于今年全部完工，预计年产值将达50亿元，成为亚洲第一个专业的咖啡全产业链产业集群。

想要把云南咖啡这张名片真正做大做强做亮，还需要行业协会、企业以及广大咖农的共同努力。近年来，云南的咖啡从业者们也在积极探索新出路，特别是“咖二代”们正逐渐成长，最具代表性的就是一批有情怀有理想的云南精品咖啡庄园和品牌逐渐涌现。这批新庄园主大多愿意花更多的力气在种植改良上，并以更高的价格收购优质咖啡种植园的全红果，尝试和创新不同加工方式，以创造出更丰富的风味层次。

王永刚提到，如今云南有一些新兴的咖啡庄园已经开始设计咖啡研学之旅，创新咖啡旅游项目，并推出相关文创产品。北归咖啡庄园、爱倪咖啡庄园、小凹子咖啡庄园开业后都颇具人气。咖啡作为一个国际性饮品，许多生活在大城市里的咖啡消费群体也许并不知道咖啡树长什么样，深度的“咖旅融合”势必会形成一个良好的产业链，这也是未来云南咖啡产业发展的重要方向之一。

在商业级咖啡方面，规模化、标准化加工才能生产出高品质的云南咖啡生豆，从而提升议价权。这就需要云南省内大力推广标准种植，以产出精品优质咖啡原料为目标，按照品种优质化、栽培立体化、管理标准化，新植或提升改造现有咖啡种植基地，积极推广喷滴灌系统、水肥一体化等提质增效技术和装备，以高科技手段从种植端助力咖啡产业发展。

“大家的生活质量越来越高了，咖啡它肯定会成为一个大众的消费饮品，而不是以前的‘奢侈品’。”刘海峰在采访最后说，我们做精品做品牌，但是更多的还是想让大家都喝上一杯品质保证的云南咖啡、中国咖啡。

（本版图片除署名外均由普洱市思茅区委宣传部提供）