

中国咖啡产业竞争力分析及展望

丁莉¹ 周向阳²

(¹ 中国热带农业科学院科技信息研究所 海南 儋州 571737;

² 中国农业科学院农业信息研究所/农业部农业信息服务技术重点实验室 北京 100081)

摘要: 近年来, 中国咖啡产业发展较快, 生产、加工、消费、进出口均呈现增长的趋势。结合中国咖啡产业发展现状, 以钻石模型理论为基础, 从生产要素、国内需求、相关及辅助性产业、产业组织要素以及政府和机遇等方面系统分析了咖啡产业的竞争力和产业发展前景, 并提出了提升中国咖啡产业竞争力的相关建议。

关键词: 咖啡产业; 钻石模型; 生产; 需求; 产业竞争力; 展望

Analysis and Prospect of Coffee Industry Competitiveness in China

Ding Li¹, Zhou Xiangyang²

(¹Institute of Scientific and Technical Information, CATAS, Danzhou 571737, Hainan;

²Agricultural Information Institute of CAAS; Key Laboratory of Agri-information Service Technology, Ministry of Agriculture, Beijing 100081)

Abstract: In recent years, China's coffee industry has gotten rapid development, and its production, processing, consumption, import and export all presented increase trends. Combining with the development situation of China's coffee industry, based on the diamond model theory, the authors analyzed the competitiveness and prospect of China's coffee industry from the perspectives of production factors, domestic demand, related and supporting industries, industrial organization elements, government and opportunity and so on. Finally, relative suggestions were put forward for enhancing the competitiveness of China's coffee industry.

Key words: coffee industry; diamond model; production; demand; industrial competitiveness; outlook

咖啡种植和出口主要分布在热带、亚热带地区的发展中国家, 而进口、深加工和消费主要集中在欧美等发达国家(地区)。巴西是世界咖啡豆最大生产国, 产量占世界咖啡豆产量的30%左右, 其次是越南, 占20%左右^[1]。近年来咖啡文化在亚洲盛行, 亚洲成为全球咖啡产量增速最快的地区, 尤其是中国, 由2009年的7.0万t增至2015年的14.05万t, 增长了100%, 但出口量在高速增长后近两年开始下滑, 竞争力有弱

化势头。本研究旨在运用迈克尔·波特提出的“钻石模型”探讨中国咖啡产业竞争力, 为制定相关促进中国咖啡产业健康、持续发展决策提供参考。

1 中国咖啡产业发展现状

1.1 咖啡种植状况

从近10年看, 中国咖啡种植面积和产量呈不断上升趋势, 2005—2014年中国咖啡种植面积由1.55

收稿日期: 2017-07-10

基金项目: 中国热带农业科学院基本科研业务费专项-热带农业大数据研究与服务科技创新团队(1630072017007); 国家自然科学基金青年项目(71603306); 中国农业科学院基本科研业务费专项(Y2016ZK16)

作者简介: 丁莉(1989—), 女, 安徽安庆人, 硕士, 研究实习员, 研究方向为热带农业经济。E-mail: 380473915@qq.com; 通信作者周向阳(1983—), 男, 河南正阳人, 博士, 助理研究员, 研究方向为产业分析、粮食安全。E-mail: zhouxiangyang@caas.cn

万 hm^2 增加到 4.59 万 hm^2 ；产量由 2.20 万 t 增加到 11.80 万 t，占全球的份额从 0.29% 提高到 0.78%（图 1）。截至 2015 年，中国咖啡种植面积 11.97 万 hm^2 ；单产为 1 997.85 kg/hm^2 ，居世界第 1 位。中国咖啡种植主要集中在云南，四川、海南等也有种植，2015 年三省咖啡种植面积分别为 11.80 万 hm^2 、0.11 万 hm^2 、0.06 万 hm^2 。

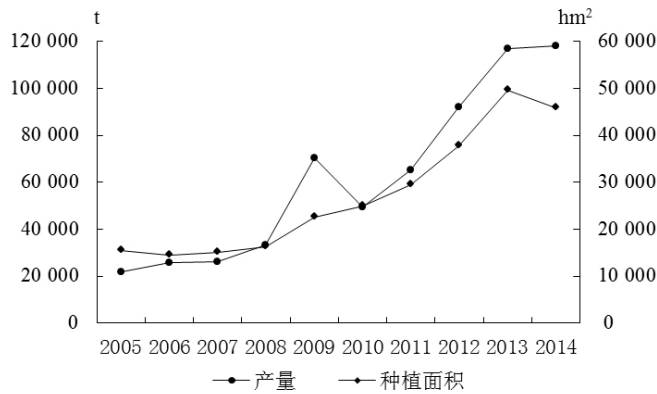


图 1 2005—2014 年中国咖啡种植变化趋势

Fig.1 Trends of coffee planting in China, 2005-2014

数据来源：根据联合国粮食及农业组织（FAO）数据整理

1.2 咖啡进出口状况

随着咖啡生产和国内消费需求的扩大，以及中国—东盟自贸区的建立，中国咖啡进出口量不断增长（表 1）。中国是咖啡进口大国，2006—2015 年，咖啡进口量由 1.90 万 t 增长至 5.90 万 t，2010 年中国咖啡进口量达到最高值 7 万 t。越南、印度尼西亚、美国、巴西、马来西亚和哥伦比亚等是中国主要的咖啡进口

来源国。2010 年之前中国咖啡出口量较少，2006 年中国咖啡出口量仅为 1.70 万 t，2010 年增至 3.30 万 t^[2]；之后，中国咖啡出口量稳定增长，2011—2015 年，出口量由 3.80 万 t 增长至 6.60 万 t，2013 年达到最高值 7.60 万 t。中国主要的咖啡出口市场为德国、比利时、法国、中国香港、沙特阿拉伯、美国等国家和地区，其中，德国一直是中国最大的咖啡出口市场，近年来占中国咖啡出口市场的份额保持在 30%~50%；法国、中国香港、美国占中国咖啡出口市场的份额呈上升趋势，2006—2015 年分别从 0.68%、2.48%、0.38% 上升到 3.96%、8.86%、10.26%；日本、比利时占中国咖啡出口市场的份额呈下降趋势，日本跌幅最大，从 2006 年的 23.26% 下降到 2015 年的 0.67%；在中国—东盟自贸区建立之前东盟国家占中国咖啡出口市场的份额较小，之后迅速上升，2010 年达到最高值 29.14%，近期有所回落；沙特阿拉伯占中国咖啡出口市场的份额相对平稳，在 4.5% 左右波动。

2 中国咖啡产业竞争力的钻石模型

“钻石模型”是由迈克尔·波特提出，是一种用于分析国家和地区竞争力的宏观分析工具。迈克尔·波特认为一国的某一产业能否在国际竞争中取得优势除了政府和机遇这两个变数外，主要取决于生产要素、需求条件、相关及辅助产业状况、产业组织 4 个基本要素，这 4 个要素相互关联，形成钻石体系^[3]。针对近年来我国咖啡出口下降，竞争力可能弱化的现象，本研究运用“钻石模型”对我国咖啡产业国际竞争力进行

表 1 2006—2015 年中国咖啡进出口

Table 1 Imports and exports of coffee in China, 2006-2015

年份	进口量 (万 t)	年均变化率 (%)	出口量 (万 t)	年均变化率 (%)
2006	1.90	18.75	1.70	54.55
2007	2.00	5.26	2.00	17.65
2008	2.20	10.00	2.30	15.00
2009	2.20	0.00	3.30	43.48
2010	7.00	218.18	3.30	0.00
2011	4.30	-38.57	3.80	15.15
2012	5.80	34.88	6.10	60.53
2013	4.80	-17.24	7.60	24.59
2014	6.60	37.50	7.20	-5.26
2015	5.90	-10.61	6.60	-8.33

数据来源：联合国商品贸易统计数据库（UN Comtrade）

系统分析。

2.1 生产要素分析

2.1.1 自然禀赋要素

咖啡只适合生长在热带和亚热带地区，中国拥有种植咖啡优越的自然条件。我国云南省北回归线贯穿全境，是咖啡种植的黄金地带，其咖啡种植量和生豆产量均占全国的99%以上。云南省多数地区海拔在1 000~2 000 m，光照充足，雨量充沛，昼夜温差大，非常适宜小粒咖啡生长，云南小粒咖啡果香醇厚、品质精良，受到全世界的欢迎和认可。海南岛年平均太阳辐射总量为每平方4 600~5 800 MJ，年降雨量为1 000~2 600 mm，光照充足，雨量充沛，具有独特的咖啡生产气候条件^[4]，是我国中粒咖啡的主要产地。

2.1.2 劳动力要素

咖啡属于劳动密集型产业，近几年受通货膨胀的影响，咖啡种植成本居高不下，咖啡培育阶段约为150 000元/hm²，成熟阶段为45 000~90 000元/hm²。种植成本中，除了农药价格有不同程度的涨幅外，涨幅最大的是人工成本，特别是成熟阶段，由于咖啡豆主要靠人工采摘，人工成本占总成本的90%以上，这在一定程度上制约了中国咖啡的国际竞争力。

2.1.3 科技要素

以科技为支撑的生产配套服务体系在不断完善，在主产区云南省，国家咖啡重点实验室、农业部云南小粒咖啡良种繁育基地、滇西南咖啡气象服务中心相继成立并投入运行。同时，加强了对咖啡种植农户以及咖啡从业人员的培训力度，如举办各类咖啡种植班以及咖啡加工、烘焙、营销和寒害防治、病虫害防治培训班，为咖啡产业的持续发展提供人才支撑。

2.2 市场需求要素分析

2.2.1 国内市场需求

随着国内经济的增长、居民生活方式的转变，中国咖啡消费增长迅速，2006—2014年国内消费总量由2.71万t增长至11.21万t，人均消费量由0.02 kg/人增长至0.08 kg/人（表2）。目前中国潜在的咖啡消费者为2亿~2.50亿人，这与目前世界第一大咖啡消费市场——美国不相上下。当前中国咖啡消费总量远低于欧美国家以及巴西、日本等咖啡消费大国，也远低于咖啡消费新兴国——韩国，人均消费量也较低，但从近年咖啡消费增速来看，国内大城市咖啡消费量以每年25%的速度增长，显示了国内咖啡巨大的市场消费空间和增值空间。

表2 2006—2014年中国咖啡消费量

Table 2 Consumption of coffee in China, 2006-2014

类别	2006	2009	2012	2014
国内消费总量(万t)	2.71	5.96	8.82	11.21
人均消费量(kg/人)	0.02	0.04	0.07	0.08

数据来源：FAO、UN Comtrade、国家统计局

2.2.2 大众消费观念

据对北京、上海、广州、重庆、温州、杭州等8个城市的2 465名喝过咖啡的居民的调查，92.30%的人喝过速溶咖啡，16.80%的人喝过焙炒现磨咖啡，29.40%的人喝过其他咖啡饮料。预计未来中国的咖啡消费中，速溶咖啡、咖啡饮料、现磨咖啡和高端精品咖啡各有市场，并且将在一定时期内同时共存、并行发展。

2.3 相关与辅助产业状况分析

2.3.1 咖啡种植业

从种植品种看，目前，中国仍缺乏抗虫、抗寒、抗旱等高品质品种，云南省主要为卡蒂姆小粒咖啡，少量种植铁毕卡小粒咖啡和波邦小粒咖啡^[5]；而海南省则因温度过高种植的是坎尼弗拉中粒咖啡^[6]。我国在咖啡种植面积、产量、品质等方面与世界咖啡主产国仍有较大差距，究其原因，一是因20世纪90年代咖啡国际价格低迷，种植效益差，国内咖啡种植农户对咖啡种植失去信心，咖啡种植面积骤减；二是我国于1952年开始进行咖啡良种培育工作，由于人才和科技的匮乏，在咖啡遗传育种方面发展相对滞后。但是，我国的咖啡单产水平仅次于越南，远超世界其他国家，优势明显（表3）。

2.3.2 咖啡加工业

初加工方面，由于咖啡采摘后需在24 h内脱皮脱胶，否则出现发酵的情况将影响咖啡豆品质，适宜在种植地发展初加工。因此，中国咖啡豆初加工生产亦主要集中在咖啡种植产区——云南^[7]。深加工方面，国内咖啡深加工企业以跨国企业为主，其中以雀巢、麦斯威尔的实力最强，仅雀巢在我国的咖啡年生产量就达12万t，而我国本土咖啡精深加工企业虽约有20家，但合计生产能力仅为1.6万t/年，相比咖啡巨头公司，产能较低。这主要是因为我国咖啡产业在种植、加工技术及产品质量等方面还没有一套统一的行业综合技术规范 and 标准可供参照执行，同时咖啡种植基地的基础配套设施相对落后，且咖啡产业链短，咖

表3 2014年中国和巴西咖啡种植业比较

Table 3 Comparison of coffee planting industry between China and Brazil in 2014

指标	中国	巴西
产业发展状况	发展的初级阶段	世界领先地位
产量(万t)	11.80	280.40
收获面积(万hm ²)	4.59	199.78
单产(kg/hm ²)	2 572.50	1 404.00
品种	以小粒种咖啡为主	大粒咖啡、小粒咖啡、脱壳樱桃咖啡
品质	质量混杂	高产、抗虫

数据来源: FAO、国家统计局

啡销售仍然以低端产品为主。

2.4 产业组织要素分析

目前国内咖啡产业的区域发展模式主要有“政府搭建平台+企业集群竞合模式”“政府规划引领+龙头企业主导实施一体化模式”“社会化服务体系+多种经营主体共生模式”等,政府、企业、农户、科研院所等各类产业组织相互协作,积极发挥作用,形成了相对稳定的联系,为提高中国咖啡国际竞争力提供了经营性保障。但由于国内咖啡企业布局较为分散,加之企业经营规模较小,产业化、专业化水平还有待提高,国家级龙头企业较少、加工技术水平不高,产品同质化严重,缺乏核心竞争力。

2.5 政府和机遇要素分析

2014年农业部制定《特色农产品区域布局规划(2013—2020)》,明确了咖啡主攻方向以及发展目标,提出要在中西部优势区创建一批特色饮料地域性品

牌,提高区域产品的认知度,多种方式支持中国咖啡产业的发展^[8]。在国际贸易中,中国的咖啡出口价格与世界几大咖啡主产国相比差距不大,略高于越南和巴西,低于哥伦比亚、德国、意大利等,较低的出口价格水平为中国咖啡出口国际市场提供了一定的竞争力(表4)。

3 结论与展望

3.1 结论

研究表明,我国咖啡产业竞争力与世界咖啡主产国相比仍存在较大差距,主要在于我国咖啡产业自身竞争力的下降。运用“钻石模型”分析原因,可以得出,就生产要素而言,我国的劳动力成本不断增加,导致咖啡种植成本相比其他主产国较高;就相关产业而言,目前国内咖啡种植、加工等技术尚不够完善,咖啡产业链较短;就产业组织而言,与世界咖啡生产

表4 2006—2015年中国与世界咖啡主产国的咖啡出口价格

Table 4 Export prices of coffee in China and the world's major coffee producing countries, 2006-2015

年份	中国	巴西	哥伦比亚	越南	德国	瑞士	意大利
2006	2.41	1.99	2.46	1.24	2.92	12.66	6.86
2007	2.56	2.28	2.72	1.56	3.32	25.66	7.55
2008	3.05	2.64	3.17	1.99	3.91	31.65	8.47
2009	2.49	2.30	3.42	1.46	3.60	33.23	7.95
2010	3.11	2.90	4.63	1.52	3.82	34.43	7.78
2011	4.74	4.47	6.08	2.19	5.40	40.33	9.30
2012	3.79	3.81	4.88	2.07	4.76	36.88	8.81
2013	2.84	2.70	3.51	2.01	4.39	40.49	8.80
2014	3.10	3.04	4.04	2.01	4.59	37.93	8.61
2015	3.42	2.77	3.59	1.88	4.27	32.62	7.58

单位:美元/kg

数据来源: UN Comtrade

加工大企业相比,我国咖啡加工企业的规模化、专业化较低,产品缺乏创新,企业竞争力弱。此外,我国咖啡出口虽具有一定的价格优势,但我国咖啡在质量和营销管理方面的不足也较明显。这些弱势因素都制约了我国咖啡产业国际竞争力的提升。

3.2 中国咖啡产业前景展望

3.2.1 国内消费将保持高速增长

我国咖啡行业虽然经历了近 10 年的高速增长期,但目前咖啡年人均消费量仅为 0.08 kg,远低于美国的 4.51 kg 和欧盟的 4.89 kg,未来仍然具有巨大的消费潜能。综合考虑城市化进程加快推进、“二孩政策”加速人口数量增长、国民收入持续提高等因素,预计未来中国咖啡将保持高速增长,速溶咖啡仍将主导中国咖啡市场,现磨咖啡和即饮咖啡的消费量迅速提升,将获得更多的市场份额。除了国产的咖啡豆,中国咖啡终端消费也显现出极大的潜力。随着消费者对咖啡消费接受程度的不断增加,中国咖啡消费逐渐呈现大众化趋势,成为人们日常生活中、工作中以及与家人、朋友聚会时选择的常用饮品,而且不仅一线城市,二三线城市的咖啡消费量也将不断增加。预计 10 年内中国将成为全球最大的咖啡消费市场。

3.2.2 国际消费潜在市场空间大

2012—2016 年,全球咖啡消费量保持稳定增长,由 1.47 亿袋(每袋 60 kg)增长至 1.56 亿袋,年均复合增长率 1.90%。其中,亚洲国家咖啡消费增长最快,年均复合增长率达 4.50%。中国出口至德国、比利时、法国等欧盟国家和美国的咖啡豆以一般商业级咖啡豆为主,主要为速溶咖啡生产原料或者相关食品辅助材料。近年来,受干旱和疫病影响,主要生产精品级咖啡豆的巴西等南美主产国产量明显下降,一些烘焙商和咖啡生产企业开始寻找替代产品,这为中国咖啡豆拓宽国际消费市场提供了契机。

4 中国咖啡产业发展的相关建议

4.1 优化咖啡种植区域布局

我国热区(热带和亚热带地区)面积达 48 万 km²,但咖啡种植仅在云南、海南、四川三地有分布。各地区自然条件差异也较为明显,应根据《特色农产品区域布局规划(2013—2020)》提出的建设思路,结合各地资源优势优化咖啡种植区域布局,继续推进以小粒咖啡为主栽品种、咖啡带有独特果味的云南咖啡产业和以中粒咖啡为主栽品种的海南咖啡产业的发展,

在四川攀西金沙江干热河谷地区、广东雷州半岛地区、福建海西地区、广西南部北海等地开发咖啡种植区域,在热区形成我国咖啡优势产业带。同时,推广引进新的咖啡品种,如广受欢迎的猫屎咖啡、象粪咖啡等,积极鼓励咖啡种植农户改变传统单一的种植模式,大力发展咖啡与橡胶、澳洲坚果、西南桦等经济林木的套种模式,解决产业发展争地矛盾,实现一业带多业的创新格局。

4.2 提升咖啡深加工技术

中国咖啡产业发展迅速,但其加工品大部分依然是以初级加工品为主,大部分企业停留在产业链的上游,相互之间低水平竞争激烈。因此要加大新技术的推广,加快设备更新进程,积极引进青果分离设备、机械脱胶技术设备、机械干燥技术设备,促进咖啡生产技术和装备升级换代也要严把鲜果采摘质量。同时,对生产效率低的初加工工厂进行全面改造,改善生产环境,推行标准化、清洁化生产;加强与科研院所的合作,通过技术开发、技术咨询、技术入股以及技术转让等方式与国内外知名研究机构开展科技开发和服务协作^[9],大力引进专业人才及培养加工技术人员、引入新技术及新产品;发展前景广、市场潜力大的咖啡精深加工产品,提高焙炒豆、咖啡粉和速溶咖啡的生产比例,增加咖啡产品的附加值,提高市场竞争力。

4.3 扩大内需创建竞争优势

国内消费者由于没有饮用咖啡的传统习惯,对咖啡的认识不够深,咖啡一度被认为是针对成功阶层的高档生活方式,在普通百姓生活中远没有被普及,因此中国国内咖啡市场有着巨大的发展空间和发展潜力。在消费者需求多样化和产品差异化越来越小的背景下,咖啡生产企业可从以下方面入手扩大需求:一是以国际市场需求为导向的同时积极扩展国内消费市场,对咖啡品种和质量进行升级提效,在咖啡品类、工艺、口味上不断突破、创新,开发独具特色、品类多样的咖啡产品,将国内需求转化为国际需求;二是改善经营环境,不断进行技术创新和组织管理创新,使得咖啡价格不再受制于外企,使整个产业集群获得长期竞争优势,在国际贸易中取得话语权,获得咖啡出口的贸易竞争优势^[10]。

4.4 加快推进品牌建设

我国种植的是世界高品质的阿尔比卡品种,该品种最大的优势就是没有特别的味道,可以与其他产地

的咖啡拼配、调制、构成种类多样的咖啡。但是我国的咖啡产业由于缺少本土品牌，在国际贸易中没有话语权，使咖啡收购价格受制于外企，因此培育本土特色咖啡品牌是提高我国咖啡产业市场竞争力的重要途径。首先，政府应积极引导咖啡种植农户和企业开展规模化种植，并通过当地农技推广站等对其进行定期培训，提高其种植技术和生产经营管理水平，树立咖啡品牌意识，走品牌发展道路；其次，咖啡产业应以文化为引领，充分挖掘咖啡产区的文化特征，与旅游业、餐饮业融合发展，提高咖啡市场的品牌影响力^[1]；再者，云南、海南等咖啡主产地企业应深耕终端消费市场，通过组织咖啡赛事、参加各类展会、制作宣传资料、积极培育和储备咖啡产业专业人员、注册咖啡地理标志等，运用多元化渠道加大自己咖啡品牌宣传力度，提升品牌价值。

参考文献

- [1] 黄素心,曾钦婴.越南咖啡在中国市场竞争力分析[J].世界农业,2016(1):123-126.
- [2] 孙娟,熊慧波.世界咖啡产销情况及中国咖啡产业发展分析[J].世界农业,2010(2):38-40.
- [3] 迈克尔·波特.国家竞争优势[M].李明轩,邱如美,译.北京:华夏出版社,2002.
- [4] 欧阳欢,王庆煌,龙宇宙,等.海南咖啡产业链延伸和拓展对策[J].农业现代化研究,2012(1):55-58.
- [5] 李贵平,杨世贸,黄健,等.云南咖啡种质资源调查与收集[J].热带农业科技,2007(4):17-19.
- [6] 董云萍.世界咖啡产销动态及海南咖啡产业发展对策[J].热带农业科技,2007(3):14-17.
- [7] 胡璐.云南咖啡产业发展战略研究[D].昆明:云南大学,2014.
- [8] 农业部.农业部关于印发《特色农产品区域布局规划(2013-2020年)》的通知 [EB/OL].(2014-01-18)[2017-07-02].http://www.moa.gov.cn/govpublic/FZJHS/201402/t20140224_3794896.htm.
- [9] 王慧,罗慧,孙炜娟,等.基于钻石模型的中国水产品竞争力分析——以山东省为例[J].世界农业,2016(9):150-156.
- [10] 张文兵.中国奶业国际竞争力:基于RCA和“钻石模型”的分析[J].农业经济问题,2005(11):36-40.
- [11] 周灿,田子义,李茂林.云南德宏后谷咖啡生态旅游的可行性分析[J].经济研究导刊,2010(34):180-181.

(责任编辑 张智广)