

## 行業概覽

本節及本文件其他章節所載資料及統計數據均摘錄自我們委託弗若斯特沙利文編製的弗若斯特沙利文報告，以及各種官方政府出版物及其他公開出版物。我們委聘弗若斯特沙利文就[編纂]編製獨立行業報告弗若斯特沙利文報告。我們相信該等資料的來源屬適當，且在摘錄及轉載該等資料時已採取合理謹慎的態度。我們並無理由相信該等資料屬虛假或具誤導性，或任何事實遭遺漏致使該等資料失實或具誤導性。來自官方政府來源的資料未經我們、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]或參與[編纂]的任何其他各方獨立核實，且對其準確性不作任何聲明。

### 資料來源及可靠性

我們已委聘獨立第三方弗若斯特沙利文進行全球及中國咖啡機市場研究。我們同意向弗若斯特沙利文支付人民幣380,000元作為編製行業報告的費用，我們的董事認為該費用符合市場費率，並認為支付該費用不會影響行業報告所得結論的公平性。弗若斯特沙利文成立於1961年，在全球設有超過45個辦事處，擁有逾3,000名行業顧問、市場研究分析師、技術分析師及經濟學家。

### 研究方法

於編製弗若斯特沙利文報告期間，弗若斯特沙利文進行了一手研究(包括與行業參與者及行業專家討論行業現狀)以及二手研究(包括審閱公司報告、獨立研究報告及弗若斯特沙利文自有數據庫)。

### 依據及假設

該行業報告乃基於以下假設編製：(i)中國經濟在未來十年可能保持穩定增長；(ii)中國的社會、經濟及政治環境在2025年至2029年(「預測期」)可能保持穩定；(iii)城市化及經濟增長、消費群體擴張及品牌發展、生活方式加速以及傳統消費區域對高品質咖啡需求上升和海外擴張等市場驅動因素，可能進一步推動全球及中國咖啡機市場的發展。

### 全球及中國咖啡機行業

咖啡機是專門用於沖煮咖啡的器具，根據其沖煮方式及原理大致可分為滴漏式咖啡機、意式咖啡機、膠囊／囊式系統及法式壓濾壺等類型。就意式咖啡機而言，其通過自動或半自動操作，實現咖啡豆處理、沖煮及加熱過程的自動化。通過精確控制水溫、壓力及咖啡萃取時間等變量，其能夠高效且精準地製作多種類型的咖啡。

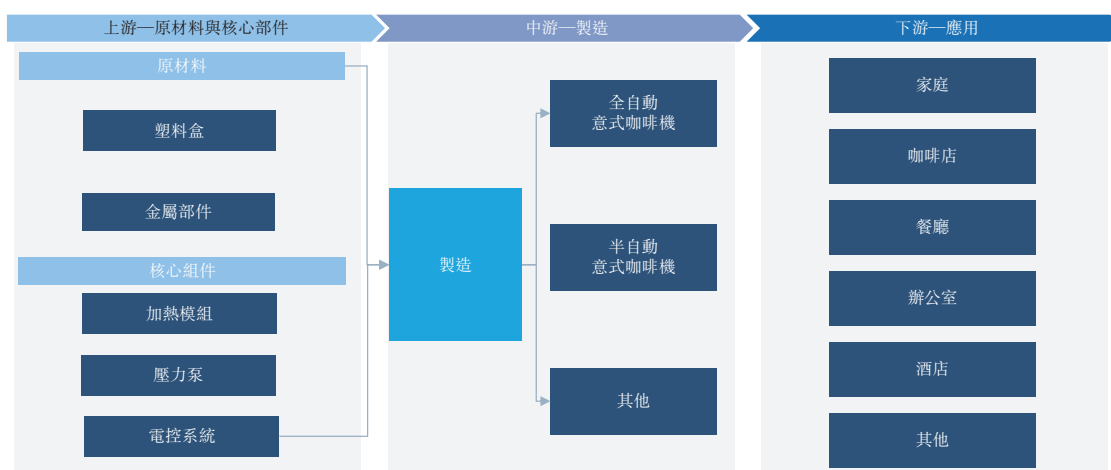
## 行業概覽

咖啡機按應用場景大致可分為家用咖啡機及商用咖啡機。同時，咖啡機按萃取方式一般可分為全自動意式咖啡機、半自動意式咖啡機等。其中，半自動咖啡機可進一步分為研磨一體半自動意式咖啡機及分體式半自動意式咖啡機。研磨一體半自動意式咖啡機指同時具備咖啡豆研磨與萃取功能的半自動咖啡機。分體式半自動意式咖啡機配備專業咖啡沖泡功能，需另行購買磨豆機。

咖啡機行業的價值鏈分為上游、中游及下游三個部分。上游部分涉及塑膠及不鏽鋼等原材料，以及壓力泵、加熱模組及電控系統等核心部件。中游部分是咖啡機製造，企業設計及生產全自動意式咖啡機及半自動意式咖啡機等各類咖啡機。下游部分涵蓋廣泛的應用場景，包括家庭、咖啡店、餐廳、辦公室以及酒店，需求從高性能到便攜性各不相同。

在全球咖啡機行業中，中國在若干原材料方面具備堅實基礎，而國際企業則在核心部件領域佔據主導地位。在中游咖啡機製造領域，國內企業憑藉性價比優勢主導國內市場。另一方面，國際品牌則憑藉其技術專長及品牌影響力，在高端及商用市場佔有優勢，並引領高端市場。

### 咖啡機行業產業鏈



資料來源：弗若斯特沙利文分析

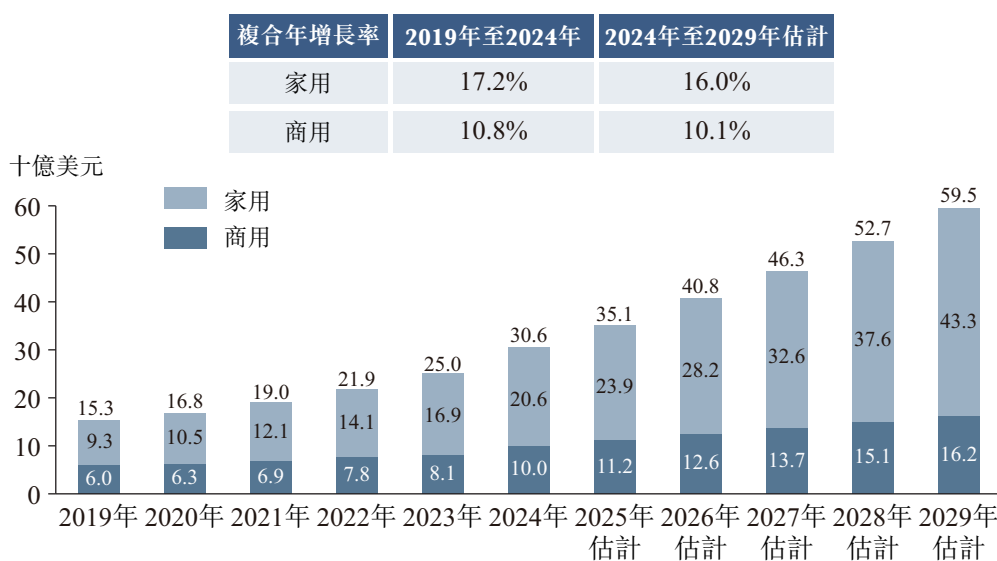
## 行業概覽

### 全球咖啡機行業市場規模

全球咖啡機市場規模由2019年的153億美元增加至2024年的306億美元，複合年增長率為14.9%。預計市場規模將進一步擴大至2029年的595億美元，複合年增長率為14.1%。按應用場景劃分，全球咖啡機市場在2019年至2029年間顯著擴張。家用咖啡機市場由2019年的93億美元增至2024年的206億美元，複合年增長率為17.2%，預計到2029年將達到433億美元，估計複合年增長率為16.0%。商用咖啡機市場由2019年的60億美元增長至2024年的100億美元，複合年增長率為10.8%，預計到2029年將達到162億美元，複合年增長率為10.1%。

與商用細分市場相比，家用細分市場擴張的速度更快，反映出消費者對便利家用沖煮解決方案的需求日益增加，而咖啡店、餐廳及辦公場所的商業需求則保持穩定。

咖啡機市場規模(全球)，按應用場景劃分，2019年至2029年(估計)

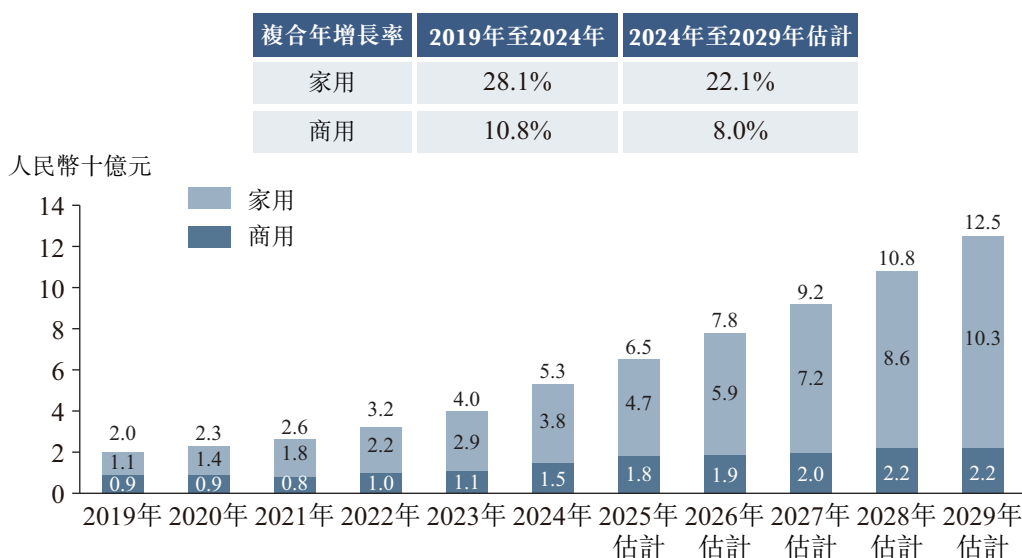


資料來源：弗若斯特沙利文分析

中國咖啡機市場規模由2019年的人民幣20億元增加至2024年的人民幣53億元，複合年增長率為21.5%。預計市場規模將進一步擴大至2029年的人民幣125億元，複合年增長率為18.7%。按應用場景劃分，中國咖啡機市場在2019年至2029年間顯著擴張。家用咖啡機市場由2019年的人民幣11億元增至2024年的人民幣38億元，複合年增長率為28.1%，預計到2029年將達到人民幣103億元，估計複合年增長率為22.1%。商用咖啡機市場由2019年的人民幣9億元增長至2024年的人民幣15億元，複合年增長率為10.8%，預計到2029年將達到人民幣22億元，複合年增長率為8.0%。

## 行業概覽

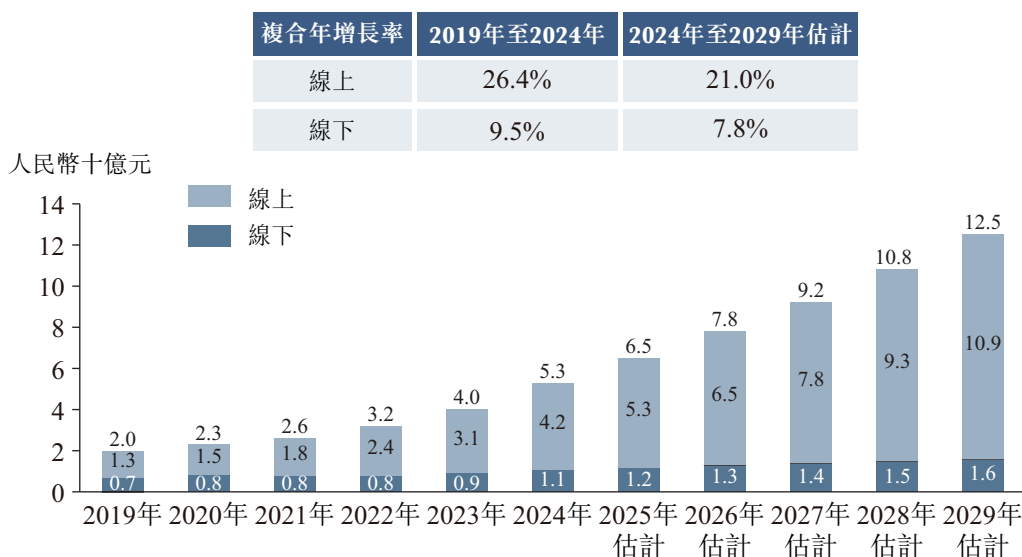
咖啡機市場規模(中國)，按應用場景劃分，2019年至2029年(估計)



資料來源：弗若斯特沙利文分析

按銷售渠道劃分，線上市場由2019年的人民幣13億元快速增長至2024年的人民幣42億元，複合年增長率為26.4%，預計到2029年將達到人民幣109億元，複合年增長率為21.0%。線下市場由2019年的人民幣7億元增加至2024年的人民幣11億元，複合年增長率為9.5%，預計到2029年將達到人民幣16億元，複合年增長率為7.8%。

咖啡機市場規模(中國)，按銷售渠道劃分，2019年至2029年(估計)

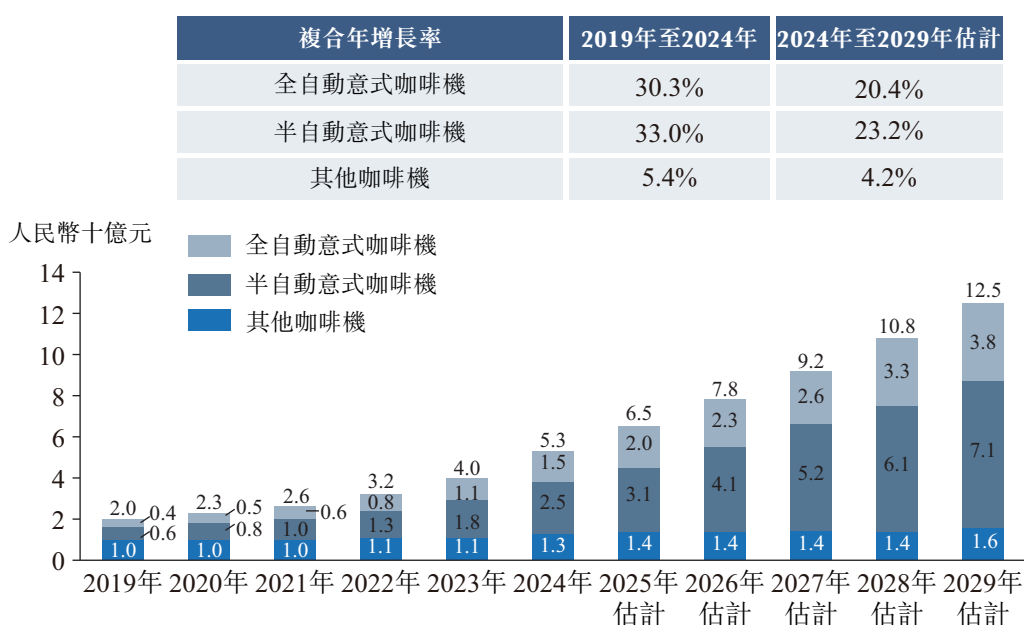


資料來源：弗若斯特沙利文分析

## 行業概覽

按功能類型劃分，中國咖啡機市場可分為全自動意式咖啡機、半自動意式咖啡機及其他咖啡機。全自動意式咖啡機的市場規模由2019年的人民幣4億元增加至2024年的人民幣15億元，複合年增長率為30.3%。預計到2029年將達到人民幣38億元。半自動意式咖啡機市場由2019年的人民幣6億元增長至2024年的人民幣25億元，複合年增長率達33.0%，預計到2029年將達到人民幣71億元，複合年增長率為23.2%。其他咖啡機增長較為緩慢，由2019年的人民幣10億元增至2024年的人民幣13億元，複合年增長率為5.4%，預計到2029年市場將達到人民幣16億元，複合年增長率為4.2%。

咖啡機市場規模(中國)，按功能類型劃分，2019年至2029年(估計)



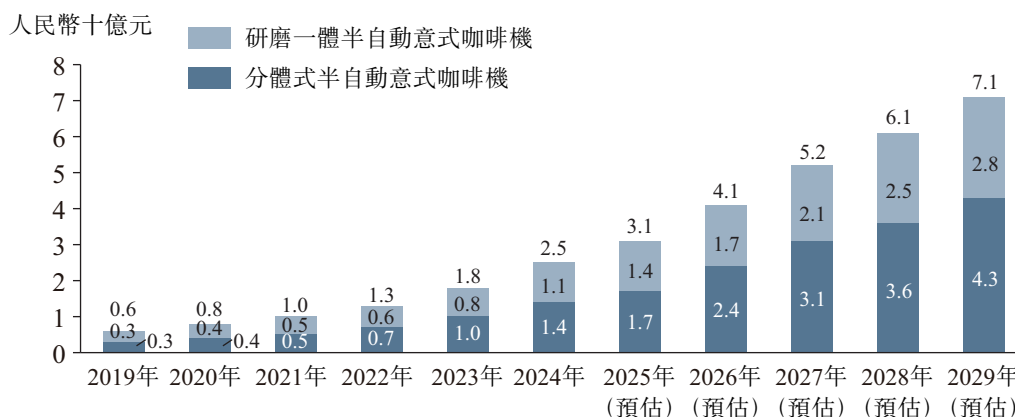
資料來源：弗若斯特沙利文分析

按功能類型劃分，中國半自動意式咖啡機市場可分為研磨一體半自動意式咖啡機及分體式半自動意式咖啡機。研磨一體半自動意式咖啡機的市場規模由2019年的人民幣3億元擴張至2024年的人民幣11億元，複合年增長率為29.7%，預計到2029年將達到人民幣28億元，複合年增長率為20.5%。分體式半自動意式咖啡機由2019年的人民幣3億元增長至2024年的人民幣14億元，複合年增長率為36.1%，預計到2029年將達到人民幣43億元，複合年增長率為25.2%。

## 行業概覽

半自動意式咖啡機市場規模(中國)，按功能類型劃分，  
2019年至2029年(估計)

複合年增長率	2019年至2024年	2024年至2029年(預估)
研磨一體半自動意式咖啡機	29.7%	20.5%
分體式半自動意式咖啡機	36.1%	25.2%



資料來源：弗若斯特沙利文分析

### 中國咖啡機行業市場驅動因素

**咖啡消費增長潛力巨大：**中國龐大的人口基數為咖啡消費增長帶來了重大機遇。2024年，中國人均咖啡消費量僅為14.3杯，而歐洲為567.9杯，北美為242.5杯，韓國為415.6杯，日本為280.8杯，東南亞為137.5杯。這一顯著對比進一步體現於複合年增長率，中國市場在2019年至2024年間以14.7%的速度擴張，而歐洲及北美則錄得相對穩定的增長。這突顯了中國咖啡市場的巨大增長潛力。在經濟持續發展及可支配收入上升的支持下，消費者越來越多地追求優質生活體驗。咖啡文化的不斷傳播及普及，正將咖啡從偶爾的享受轉變為日益增長的人群的日常必需品。這一轉變預計將穩步提升中國的咖啡消費，為咖啡機帶來強勁需求。

**現煮咖啡日益普及：**消費者喜好的顯著轉變正加速現磨咖啡在中國的普及。雖然相對於全球成熟的咖啡市場，其滲透率仍然處於低位，但越來越多的消費者，尤其是年輕一代與都市人口，日益重視咖啡的品質、新鮮度及感官體驗。這種行為轉變源於消費者對全球咖啡文化的接觸日益增多、產品認知提高，以及願意為手工與

---

## 行業概覽

---

現煮飲品支付溢價。此趨勢正從咖啡館等專業場域擴展至更多元場景，涵蓋家庭與辦公場所。隨著現磨咖啡逐漸成為日常儀式與升級消費的代名詞，咖啡機產業將受益於消費者深度參與及情境化使用模式驅動的持續增長。

**咖啡消費場合的擴展：**中國咖啡消費傳統上集中於咖啡館等專用場所，如今正迅速擴展至多元化場景。咖啡文化持續融入生活與消費者偏好不斷變化，共同推動了這種空間擴張。如今便利店、烘焙坊、書店及辦公環境皆日益普及咖啡供應，自動化或專業咖啡機提供便利即時的飲用體驗。這種觸點的擴增顯著提升咖啡消費頻率與整體市場規模。對咖啡機產業而言，此趨勢在商業、辦公及公共空間領域開創龐大新商機，推動從緊湊型自動系統到大容量專業半自動設備等各種機型需求。

**家用咖啡機滲透率偏低但潛力巨大：**中國家庭咖啡機普及率仍處於起步階段，遠低於歐美水平。然而，隨著咖啡文化深入人心及消費者日益重視生活品質，這一差距凸顯龐大的增長空間。在追求感官體驗升級與生活品味精緻化的驅動下，家庭咖啡正從功能性飲品向精緻品味與現代生活這一標誌轉變。對眾多中產階級消費者而言，擁有一台咖啡機不僅便利，更承載著情感追求——既能接軌全球潮流，亦可打造個人化日常儀式感，同時提升居家氛圍。產品技術的進步使咖啡機更易操作、功能更多元且價格更親民，進一步降低了普及門檻。因此，家用咖啡機有望成為產業關鍵增長引擎，滿足消費者對居家舒適感、優雅氛圍與自我表達的深層渴望。

**本土咖啡機品牌影響力日益提升：**近年中國咖啡機產業蓬勃發展，本土品牌在研發、產品設計及製造能力方面取得重大突破。憑藉對國內市場與消費者行為的深刻理解，該等品牌日益精準地推出契合本土偏好與使用習慣的產品。透過加大創新投入，國內製造商不僅提升產品技術成熟度及質量，更推出多款具備自主知識產權的高性能咖啡機。此進展使國產機型在功能性與可靠性方面逐步縮小與國際品牌的差距。本土競爭者崛起不僅豐富市場選擇，更推動產業整體升級與生態建設，進一步加速咖啡機在家用及商用領域的普及進程。

### 中國咖啡機行業的未來趨勢

**國內品牌加速進口替代進程：**在持續製造升級及技術創新加強的推動下，中國咖啡機行業正經歷向進口替代的重大轉變。國內品牌在質量、設計、性價比方面取得重大突破，逐步縮小與國際品牌的差距。部分企業通過提供具有專有技術的產品

---

## 行業概覽

---

和提高各個領域的性能來提升其市場地位。供應鏈優勢、對本土消費者偏好的靈活反應以及促進高價值製造業的政府政策進一步支撐這一趨勢。受不斷增長的家用領域所推動，國產咖啡機品牌已具備優勢，有望獲得可觀的市場份額，尤其在高端家用領域。這一轉型凸顯了中國企業在全球市場上向技術自主和品牌差異化的更廣泛變化。

**高級化和半自動化是關鍵增長驅動因素：**受消費升級和技術創新所推動，高端、半自動咖啡機已成為中國咖啡機行業增長和價值提升的核心。隨著咖啡文化的深入，城市消費者越發追求居家獲得咖啡館級別的品質體驗，這推動了對具易操作、定制化及穩定性性能的咖啡機的需求。具備精確沖泡系統、智能連接和商用級組件的半自動意式咖啡機市場於2024年已達人民幣25億元，預計2024年至2029年複合年增長率將達23.2%，顯著超過整體市場。儘管國際品牌在高端市場仍處於領先地位，但國內品牌正通過具競爭力的價格及經改進本土化設計獲取關注。這一轉變不僅提高了平均售價和盈利能力，亦促進了咖啡訂閱和售後服務等優質生態系統，強化了高附加值產品和體驗的風向。

**需求增長及品牌出口擴張是關鍵增長引擎：**中國咖啡機行業越來越受出口增長所驅動，東南亞市場逐漸成為戰略重心。2024年，東南亞咖啡年消費量達945億杯，越南、泰國及馬來西亞等國家因人口基數龐大、可支配收入不斷增長及咖啡文化迅速普及而促進大量消費需求。在美國關稅壓力下，中國的出口戰略轉向該等地區，充分利用區域全面經濟夥伴關係協定(RCEP)等區域貿易協定及具成本效益的製造能力。隨著新興市場青睞性價比平衡且適合本土化的產品，中國品牌正通過電商渠道和本土化合作夥伴關係加速市場滲透。此類出口導向型轉變不僅分散市場風險，亦使中國成為全球咖啡機供應鏈中的關鍵參與者。

**精品咖啡店增長推動對半自動咖啡機的需求：**中國精品咖啡店的擴張顯著提升對半自動咖啡機的需求。隨著消費者愈加尋求高品質的手作咖啡體驗，精品咖啡店一重視咖啡豆原產地、萃取精確度及定制化飲品一需提供兼具易操作及穩定性的設備。半自動咖啡機允許咖啡師手動調控研磨粗細程度、水溫和萃取時間等關鍵變量，此機型是滿足該等品質標準的理想選擇。這一趨勢受中國日益成熟的咖啡飲用者以及重視透明度及工藝的咖啡文化興起所支撐。2024年至2029年，中國精品咖啡

---

## 行業概覽

---

市場的複合年增長率預計將達22.6%，精品咖啡店數量預計將激增，從而進一步刺激半自動咖啡機市場由2024年的人民幣25億元增長到2029年的人民幣71億元，複合年增長率達23.2%。這一轉變不僅有利於國際品牌，亦鼓勵國內製造廠商開發迎合本土偏好且具競爭力的高性能機型。

**家用場景為咖啡機市場的未來增長支柱：**家用領域正迅速成為中國咖啡機市場的核心增長引擎。隨着咖啡消費由社交活動向日常必需品轉變，家庭沖泡需求提升。2024年，家用咖啡機市場達人民幣38億元，2019年至2024年複合年增長率達28.1%。這一增長受居民可支配收入提升、品質生活理念的追求以及咖啡文化的普及所驅動。技術創新使得產品更加用戶友好，功能性更強，進一步吸引家庭採用。各品牌正將雙鍋爐、精準研磨、智能連接等商業級技術融入家用機型，提升可及性與體驗。此外，自清潔系統和模塊化組件等便利性優先設計可解決消費者的關鍵痛點，因為大多數用戶此前因清潔困難而放棄使用咖啡機。鑒於中國家用滲透率較成熟市場為低，因此增長潛力屬巨大。而隨着咖啡文化的深入以及產品為滿足多元化家庭場景而不斷發展，家用細分市場有望錨定該行業的未來擴張。

### 中國咖啡機行業市場挑戰

**勞動力成本上漲：**勞動力成本上漲正成為貫穿中國咖啡機行業價值鏈的重大挑戰。對咖啡機製造企業而言，工資上漲直接提高生產成本，擠壓利潤率。2019至2024年，中國咖啡機行業年均薪資以6.3%的複合年增長率持續攀升，2024年已突破人民幣7.30萬元。這種成本壓力同時轉移至咖啡館、家庭用戶等下游商業客戶。因員工成本導致的運營成本增加或會成為中國咖啡機行業的市場挑戰。

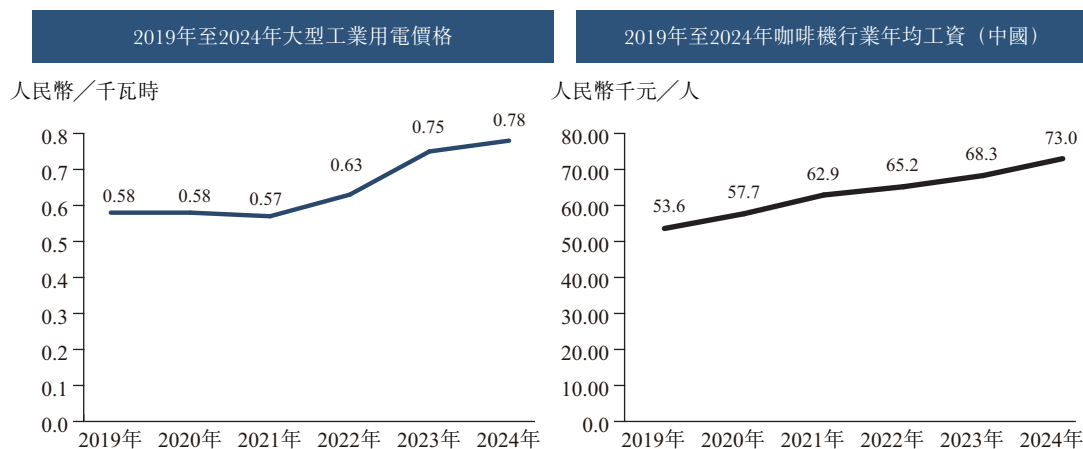
**消費者偏好轉變與產品市場契合：**一個重大挑戰在於如何將產品供應與中國消費者快速變化且多元的偏好相匹配。儘管咖啡機整體市場規模持續擴大，但膠囊飲品機等特定細分市場份額顯著下降。當下消費需求日益傾向於半自動及全自動意式咖啡機，這類產品能為用戶提供更強的可操控感和更優質的使用體驗。這一轉變表明，膠囊飲品系統主要吸引力在於其便利性，但對於想追求參與咖啡製作過程和更高質量產出的消費者來說（此市場在持續增長），僅靠便利性遠遠不夠。此外，市場正呈現碎片化趨勢，需求涵蓋從簡單的辦公室咖啡解決方案到高端家用沖泡設備。生產廠商面臨挑戰：準確預測此類趨勢並開發出成功契合不斷變化的產品市場契合度目標的產品，避免對衰退類別進行投資。

## 行業概覽

**激烈競爭及市場飽和壓力：**中國咖啡機市場競爭激烈，國際巨頭與當地企業競相吸引消費者關注。這種飽和狀態使得獲客成本居高不下，對利潤率全面施壓。各品牌面臨的關鍵挑戰在於，作出建立有意義的品牌差異化和感知價值所需的大量投資。若無強勁的品牌溢價，企業極易陷入價格戰惡性循環，這會抑制創新並限制對驅動成熟市場長期增長的先進功能和品質的投入能力。在管理成本的同時不斷創新所帶來的壓力仍是一個普遍的障礙。

### 中國咖啡機行業成本分析

伴隨宏觀經濟增長，2019年至2024年中國咖啡機行業從業人員年均工資從人民幣5.36萬元穩步上升至人民幣7.30萬元。展望未來，在宏觀經濟持續擴張、居民可支配收入增長及通脹壓力推動下，預計未來五年勞動力成本將恢復上漲趨勢。從長遠看，行業薪資水平有望與國內名義GDP增速保持同步。隨著中國經濟持續增長及為促進國內企業發展，中國政府出台多項規則及政策降低工業用電成本。2019年至2022年，工業用電價格從人民幣0.58元／千瓦時降至人民幣0.57元／千瓦時。2024年，隨着工業領域持續發展帶來的用電需求增長，工業用電價格提升至人民幣0.78元／千瓦時。



來源：國家統計局、弗若斯特沙利文分析

## 行業概覽

### 中國咖啡機行業競爭格局

2024年中國咖啡機行業總收入達人民幣53億元，前五名市場參與者約佔市場份額的44.1%。於2024年，本集團為中國咖啡機行業第二大咖啡機品牌，市場份額約7.5%。到2024年，本集團為中國咖啡機市場(就收入而言)最大的國產品牌。

#### 2024年中國咖啡機行業按收入劃分的前五名品牌排名

排名	品牌	品牌起源	2024年收入 (人民幣100百萬元)	2024年市場份額 (%)
1	品牌A	國際	10.8	20.4%
2	本公司	國內	4.0	7.5%
3	品牌B	國際	3.8	7.2%
4	品牌C	國際	3.2	6.0%
5	品牌D	國內	1.6	3.0%
	前五		23.4	44.1%
	其他		29.6	55.9%
	總計		53.0	100.0%

來源：弗若斯特沙利文分析

附註：

- (1) 品牌A：創立於20世紀50年代，屬意大利證券交易所上市公司，總部位於意大利特雷維索。該公司核心品類涵蓋全系列咖啡機、廚房電器及家居護理電器。
- (2) 品牌B：創立於2000年，該品牌起源於意大利現屬深圳證券交易所上市公司，總部位於中國廣東省佛山市。該公司為中國領先的小家用電器生產商。
- (3) 品牌C：創立於1891年，屬非上市公司，總部位於荷蘭阿姆斯特丹。該公司主營消費電子產品與小家電。
- (4) 品牌D：創立於2007年，屬非上市公司，總部位於中國北京。該公司利用獨特的業務佈局，採用多品牌方式、優先研發、利用電商，在中國西式小家電市場開闢獨特的利基市場。

## 行業概覽

2024年中國半自動意式咖啡機行業總收入達人民幣25億元，其中前五名市場參與者約佔55.2%。2024年，本集團在中國半自動意式咖啡機行業中屬第一大參與者。

### 2024年中國半自動意式咖啡機行業按收入劃分的前五名品牌排名

排名	品牌	2024年收入 (人民幣100百萬元)	2024年市場份額 (%)
1	本公司	4.0	16.0%
2	品牌B	3.8	15.2%
3	品牌A	3.3	13.2%
4	品牌D	1.6	6.4%
5	品牌E	1.1	4.4%
	前5	13.8	55.2%
	其他	11.2	44.8%
	總計	25.0	100.0%

來源：弗若斯特沙利文分析

附註：

- (5) 品牌E：創立於2006年，屬深圳證券交易所上市公司，總部位於中國廣東省佛山市。其主要產品線涵蓋廚房電器、美容電器及母嬰護理產品。

## 行業概覽

2024年中國分體式半自動意式咖啡機行業總收入達人民幣14億元，其中前五名市場參與者約佔54.4%。2024年，本集團在中國分體式半自動意式咖啡機行業中屬第一大參與者。

### 2024年中國分體式半自動意式咖啡機行業按收入劃分的前五名品牌排名

排名	品牌	2024年收入 (人民幣100百萬元)	2024年市場份額 (%)
1	本公司	3.9	27.9%
2	品牌B	1.3	9.3%
3	品牌D	1.1	7.9%
4	品牌A	0.8	5.7%
5	品牌F	0.5	3.6%
	前5	7.6	54.4%
	其他	6.4	45.6%
	總計	14.0	100.0%

來源：弗若斯特沙利文分析

附註：

- (6) 品牌F：創立於1927年，屬意大利證券交易所上市公司，總部位於意大利特雷維索。該品牌以為咖啡館和餐廳打造高端專業家用意式咖啡機及研磨機而聞名，並已拓展至高端家用意式咖啡機等產品範圍。

### 中國咖啡機行業的進入壁壘

**品牌影響力：**中國咖啡機市場以強烈的品牌忠誠度和成熟的競爭格局為特徵，對新進入者構成顯著障礙。國際高端品牌因其悠久歷史、技術聲譽和全球信譽而主導高端領域；而國內品牌則通過性價比在中低端市場獲得關注。然而，消費者信任度(尤其在高端領域)仍明顯傾向於成熟的國際品牌。

**創新能力：**該行業需要精密工程、提取機械及智能連接方面的先進專業知識，具有較高技術門檻。國際領先企業在研發方面投入巨資，並擁有自動研磨和高壓提取(如20巴泵系統)的關鍵專利。國內企業正通過創新逐步縮小技術差距，但精度泵、傳感器等核心零部件仍較多依賴進口技術。

---

## 行業概覽

---

**規模經濟：**進入咖啡機行業需投入大量資金用於研發、規模化生產及市場滲透。技術創新研發成本高昂，可擴展性生產需大量投資，市場推廣與渠道建設進一步增加成本壓力。此類行業資本密集型特性在商用領域尤為顯著，單台高端咖啡機造價可能極高。

**供應鏈管理：**成熟複雜的供應鏈至關重要，高端機型需要數百種零部件。製造商一向依賴進口核心零部件(如意大利水泵、德國傳感器)，而當前企業正通過與國內供應商開展協同研發實現較高本土化率。確保所有零部件質量一致及成本可控仍具挑戰。

**分銷網絡：**分銷渠道高度整合，構成顯著准入壁壘。線上渠道，新品牌在曝光度和流量獲取上面臨激烈競爭，通常需要在電商運營及數字營銷領域投入高昂前期成本。線下渠道，進入高端零售店或專業電器連鎖店需支付高額上架費並延長付款期，青睞具有現有關係的成熟品牌。此外，商業部門需與咖啡連鎖店或辦公用品供應商建立深度B2B合夥關係，證實產品可靠性及提供廣泛服務支持對於進入至關重要。