

云南咖啡为什么“火出圈”？又为何“点不燃”投资界？带着这些问题，《证券日报》记者实地走访云南咖啡主产区，“零距离”感触云南咖啡生长的脉络，探寻云南咖啡特色产业之路——

云南咖啡“火出圈”之后怎么干

■本报记者 李如是 刘钊

曾经养在深山人未识，如今款款飘香在街角的咖啡店。

随着国产咖啡品牌的快速崛起，云南咖啡“火出圈”了。

京东超市数据显示，以云南咖啡为代表的民族咖啡品牌持续崛起，从2020年到2022年，云南咖啡在京东超市销量增长6倍，用户数量增长5倍。星巴克、Manner等国内外咖啡大牌含“云咖”量越来越高。另据中研网披露，2021年全国咖啡豆消费量25.20万吨。以云南咖啡当年产量10.87万吨计算，云南咖啡在全国消费量占比约40%左右。

虽然日益受到市场青睐，云南咖啡企业却并未摆脱成长的烦恼，仍然面临融资和上市的重重困难……

从无到有 历经淬炼待长成

入口淡淡的苦，回味浓浓的香。云南咖啡的生长之路恰如咖啡迷人的味道一样回甘绵长。

全球咖啡品种分别为阿拉比卡、罗布斯塔和利比里卡，其中阿拉比卡咖啡是世界咖啡产量最高的品种。目前，云南地区种植最广泛的咖啡品种是卡蒂姆，部分地区还有少量铁皮卡和波邦等品种种植，均属于阿拉比卡品种咖啡。云南咖啡因“浓而不苦、香而不烈、略带果酸”的独特风味，被誉为全球质量最好的咖啡之一。

“咖啡早在19世纪末就已经传入云南，而真正实现规模化生产则是在新中国成立后，中国咖啡科学研究和产业化发展新纪元也由此开启。云南咖啡产业经过多年发展，已基本形成完整的产业链，种植面积、产量、农业产值均占全国的98%以上，面积和产量分别占全球0.82%和1.08%，在国内具有独一无二的优势。”在云南省农业科学院热带亚热带经济作物研究所咖啡种质资源圃，从事咖啡研究工作近四十年的首席咖啡专家黄家雄向《证券日报》记者讲述咖啡扎根云南和规模化种植的情景。

20世纪80年代，云南咖啡产业发展经历了一段迷茫期，咖啡树经常种了毁、毁了种，产业发展十分无序。这种局面一直持续到1988年，雀巢为了降低南美洲咖啡种植基地对咖啡价格的影响，将目光转向了云南，通过启动咖啡种植项目等方法开始在云南支持当地咖啡产业发展。雀巢之后，卡夫、麦氏等咖啡企业也相继在云南建立工厂收购咖啡豆。行业巨头涌入的同时，云南本土企业也在自力更生，谋求改变。截至1997年末，云南省咖啡种植面积占到全国面积的70%，产量占全国的83%，云南咖啡在中国咖啡产业的主导地位得以确立。

咖啡在云南边疆地区的大范围种植，带动了咖啡的规模化产业化发展。2011年，普洱市孟连县富岩镇芒冒村佤

族妇女叶萍带领村民成立了孟连天宇咖啡农民专业合作社。正是这家合作社生产的咖啡豆，被作为特殊礼物，于2021年5月份由中国常驻联合国代表张军赠予了安理会的14个成员国代表，让云南咖啡享誉海内外。

记者走进这家合作社时，叶萍正在与社员们一起打包加工后的咖啡豆。再过不久，大量的云南咖啡将通过便捷高效的物流体系运抵国内外市场。叶萍告诉记者，“通过规模化种植，合作社种植户从刚开始的20余户发展到280户，种植面积也从最初的不到500亩扩大到2388亩，咖农收入逐年提高。”

咖农们的规模化种植，使云南咖啡种植面积由2008年的30多万亩迅速扩展到2016年的175万亩左右。

然而，到了2017、2018年，云南咖啡又一次经历了挫折。受国际咖啡期货价格的影响，云南咖啡生豆价格一路下跌，一直在13元/公斤至15元/公斤上下浮动，这一价格甚至已经低于成本价。谷贱伤农，部分咖啡产区的咖农不得不挥泪砍掉咖啡树改种其他经济作物，云南咖啡种植面积和产量连续下滑，咖啡产业陷入了前所未有的停滞期。

政策引领 咖啡树长出“金豆”

相较于全球咖啡总产量，云南咖啡产量占比极小，无法参照世界咖啡主产区的模式进行发展，难以抵御外部市场变化的冲击，制约了云南咖啡产业的发展壮大。尽快找到适合云南咖啡的发展之路，提升本身价值，成为产业发展亟须解决的问题。

为了推动咖啡产业有序发展，云南省近年来相继出台了《云南省咖啡产业发展规划(2010-2020年)》《关于加快咖啡产业发展的意见》(以下简称《意见》)《关于推动咖啡精品率和精深加工率提升若干政策措施》等一系列文件，根据云南咖啡产业不同发展阶段的特点和具体情况，针对性地提出目标、措施，引领云南咖啡产业健康发展。

其中，2017年出台的《意见》指出，要把云南省建设成为世界优质咖啡原料基地、全国最大的咖啡精深

加工生产基地、咖啡豆交割和贸易中心，构建一二三产业融合发展的现代咖啡产业体系，实现从咖啡原料大省向咖啡加工、咖啡旅游、咖啡贸易和咖啡文化强省的转变。

这一重要决策，彻底改变了云南咖啡专注于种植端低水平发展的格局。云南咖啡产业的多位从业者对记者感慨道：“政策的出台指引了我们发展的方向，也让咖农对咖啡产业链的价值分布有了更清晰的认知。”事实的确如此。云南咖啡上游种植环节的增值空间占整个咖啡产业链价值的1%，利润极低；中游深加工的增值空间也仅占整个咖啡产业链价值的6%；下游流通环节的集中度非常高，利润也较高，增值环节占咖啡产业链的93%。

必须面对现实加快转变发展方式，强链条，补短板。

通过咖啡规范化种植、咖啡果分级采摘、咖啡豆集中处理筛选等有效措施，云南咖啡精品化率得到有效提升，云南咖啡生豆价格也不断刷新纪录。2023年3月份，云南咖啡生豆市场综合平均价达到27.1元/公斤。

保山市隆阳区潞江坝镇新寨村党支部书记王加维高兴地告诉记者，“2022年新寨村咖啡农业产值1.2亿元，咖啡豆成了致富的‘金豆’，实现新寨村集体、咖农与企业的共赢。”云南咖啡产业迈开了高质量发展的步伐。

三产融合 走向高质量发展之路

品味咖啡，是时尚的生活、生活的时尚。咖啡的味道，怎能没有文化？

云南省“构建一二三产业融合发展的现代咖啡产业体系”的三产融合发展战略，让企业清醒地意识到，三产融合发展不仅能拉长价值链条，还能有效提高产业的含金量。除了咖啡种植及初深加工的融合外，咖啡产业还要在消费运营环节树立精品意识，丰富文化内涵。

一批精品咖啡庄园相继涌现，带动特色模式蓬勃发展。

在云南咖啡主要产区之一的保山市，隆阳区潞江坝镇新寨村被誉为“中国咖啡第一村”。记者登上高黎贡山麓观景台，新寨村万亩咖啡种植

田的景色一览无余，恰逢收获季节，层叠的青翠叶片下满是咖啡硕果，在这里，人们可以体验到富有咖啡特色的农家乐，并为咖啡赋予新的价值。而在保山市比顿咖啡庄园，体验咖啡采摘、手制咖啡的游客随处可见，公司副总经理赵琴香正在向参加咖啡全产业链体验的游客讲解咖啡加工工艺……2022年保山市咖啡庄园累计接待游客10万余人次，旅游收入5000多万元。

以新理念提“质”、新模式抓“融”、新业态促“销”、新发展带“富”，云南咖啡产业通过建链、补链，推动产业集群发展格局加快形成。

云南咖啡一路走来，曲折回转，终于找到了适合自己的发展道路。

今天云南咖啡在消费市场中的“火出圈”，说明其知名度在不断提升，也说明消费者对于国产咖啡的喜爱和支持。但是，对于乡村振兴的重要支柱和连接一二三产业发展的特色产业而言，云南咖啡仅有眼下的“火出圈”还远远不够。

云南咖啡行业协会会长李晓波的担忧不无道理。他告诉记者，“云南咖啡虽然得到了越来越多的认可，但品牌的影响力和引领作用还有待持续增强。我们想提升云南咖啡在产业链中的地位，但暂时还没有一个品牌能完全代表云南咖啡，这也体现出产业的薄弱，需要更多资本力量助力云南咖啡产业发展。”

云南咖啡产业需要提升影响力，培育知名品牌，亟须更多产业资本加持。唯有产业链得到进一步优化，相关企业才会有更高质量的发展。

3月29日，工信部、国家发展改革委等11部门联合印发《关于培育传统优势产品区和地方特色食品产业的指导意见》，在特色农产品原料基地中提及云南咖啡种植基地建设，在重点地方特色食品产业集群中提及发展云南咖啡制品。

正在逐步成长壮大的云南咖啡产业，迎来更加广阔的发展前景。

(证券日报官网及两微一端已同步推出视频报道《云南咖啡渴望贡山麓观景台，新寨村万亩咖啡种植



咖啡香浓 离不开事业“追梦人”

■本报记者 李如是 刘钊

在咖啡采摘季，记者来到云南边陲小镇——普洱市孟连县。

穿过层叠曲折的山路，记者终于见到了阿佤山深处的咖啡种植基地。强烈的阳光下，铺满阳光的咖啡鲜果散发着浆果发酵的气息。我们见证了如何从一粒粒鲜红的果实萃取出黑色的咖啡液体，也深深体会到，培育更高质量的咖啡是每位云南咖啡从业者辛勤付出背后的不懈追求。

勤劳智慧的佤族姑娘叶萍热情地邀请我们品尝今年成功结果的瑰夏品种咖啡豆。在她自信微笑的背后，是从颗粒无收到瑰夏满枝头的十余年艰辛。如今，她管理的孟连天宇咖啡农民专业合作社已经占据云南十大精品咖啡庄园一席。

保山佐园咖啡庄园创始人潘敏也亲自栽培瑰夏品种并已实现量产，在知名精品咖啡品牌的产品清单里创下了10分钟售罄的记录，这也证实了云南这片土地能够种出受市场欢迎的精品咖啡。

作为后继者，海归“咖三代”高洁在留学时敏锐地觉察到咖啡消费巨大的市场前景，学成归来后，她运用现代企业管理方式打理高晟咖啡庄园，并将企业向深加工和消费端延伸。

“我想让自己的咖啡品牌代表中国咖啡走向世界舞台。”老兵李洪方这句带着乡音的话语一直在记者耳畔回响。虽已年逾花甲，但金戈铁马的岁月磨炼了他坚强的意志，战场归来的他旋即投身商场，又从雀巢EDF部门总经理到转型只身创立赛纳咖啡——赛纳一词取自英语“sino”，代表“中国”。从中足见一名老兵的赤子情怀。

“等到我们上市之日，一定要来参加我们的上市仪式啊。”调研采访结束之际，李洪方高兴地和记者握手道别。

从普洱市孟连县到保山市隆阳区；从广袤无垠的咖啡种植地到现代化精品路线的咖啡庄园；从小镇中的文艺咖啡馆到机械化、智能化的咖啡加工厂；从佤族姑娘叶萍到海归“咖三代”高洁，在彩云之南，有这样一群热血投身咖啡事业的“追梦人”，他们坚定的目光深深印刻在记者心中。有这些人的坚守和努力，相信云南咖啡产业很快将诞生第一家上市公司。

年营收超过1亿元的咖啡企业仅3家，还未有符合上市条件的企业。

记者调研发现，在诸多困难面前，绝大多数咖啡企业并没有退缩。在赛纳咖啡加工车间见到公司创始人李洪方时，他正在指导工人烘焙，虽已年逾花甲，但精神矍铄，凡事仍亲力亲为。“我很明确我现在要做的就是完善咖啡产业的深加工环节，而这需要资金、技术和设备的投入，能做到这一点，上市便水到渠成。”李洪方说。

“我们有相当的耐心等待资本的‘种子’植根发芽。”谈及推动新寨村咖啡产业上市，保山市隆阳区潞江坝镇新寨村党总支书记王加维眼中闪烁着光芒。此外，他还详细地向记者阐述了从咖啡村逐步发展成为上市公司的规划。

尽管每个人的“咖啡梦”各不相同，但做强中国咖啡产业是大家的共同心声。陶健表示，“如果云南咖啡企业能够成功上市，将给咖啡企业带来更多资金，可用于扩大规模、市场推广、技术研发、团队建设等；对云南咖啡品牌也起到宣传推广的作用，让更多消费者了解云南咖啡，也会让更多的专业人才投身云南咖啡产业发展。”



咖农采收咖啡 保山市隆阳区宣传部供图

资本“闻香”而来 企业上市行则将至

■本报记者 刘钊 王君

云南咖啡“火”了，不但受到消费者的追捧，也开始受到资本青睐。今年3月份，云南咖啡品牌“四叶咖”和“嗨罐咖啡”相继获得巨额融资；去年5月份，云南咖啡品牌“花田萃”也完成天使轮融资。

“香飘”万里的云南咖啡虽然获得了资本助力，但咖啡企业上市仍然道阻且长。

千里马盼插上“金翅膀”

作为云南咖啡产业的典型案例，四叶咖从偏居一隅走向全国市场，至今已在云南、贵州等省份开出53家门店。2021年底，

四叶咖在30多家投资方中选择了天图投资和内向基金。

“再牛的千里马，也需要插上资本的翅膀。”四叶咖创始人李俊伟在接受《证券日报》记者采访时表示，天图投资合伙人李康林也对记者表示，“四叶咖作为云南本土咖啡品牌，在环境、物理半径上有优势，且审美更贴近中国人。”

不过，像天图投资、内向基金这样进入云南咖啡产业的资本还是少数。艾媒咨询CEO兼首席分析师张毅介绍，目前云南咖啡产业以种植和初加工为主，投资回报周期较长，且利润率低于消费端，对于资本的吸引力不足。

云南思茅北归咖啡有限公司总经理邓家录从事咖啡规模化种植已有35年，一步步走来，公司种植面积增加到6000多亩，每年销量达到7000吨。他对记者坦露心声：“从咖啡种植、采摘再到初加工，我们需要合

作伙伴给予资金支持，在之后的咖啡深加工乃至品牌延伸等更远的路上给公司指明发展路径。”

事实上，云南咖啡企业已经走在探索高质量发展道路上。在中咖咖啡生产基地，记者看到大量机械生产线已形成智能化咖啡加工厂雏形，技术和工业发展带来的高效生产力展现得淋漓尽致。借助互联网电商平台的力量，目前中咖咖啡已做到全网咖啡品类销量前列。

对于推动资本进入云南咖啡产业，张毅建议，一是国有资本可以发挥引领作用，带动民间资本进入；二是进一步提高产业附加值，完善云南咖啡产业链；三是发挥原产地和成本优势，运用社交媒体扩大品牌影响力，让云南咖啡被更多的人所熟知。

咖啡企业逐梦前行

多年来，云南咖啡从业者一直都有着上市梦。

2017年，云南省发布的《关于咖啡产业发展

的指导意见》提出，到2020年要培育一家产值100亿元至200亿元的咖啡全产业链上市公司。然而，这一目标由于种种原因至今未能实现。

早在2012年，志在打造“中国咖啡第一股”的后谷咖啡曾一度进行上市辅导，但在引入投资方后，不仅没有实现既定的发展战略，反而陷入了资金链断裂的风险和足以拖垮公司的纠纷之中。此后，再无云南咖啡公司试水资本市场。虽已时隔多年，每每记者与云南咖啡从业者提及后谷咖啡时，这些“咖啡追梦人”仍为后谷咖啡上市失败惋惜。

2023年2月17日，中国证监会发布全面实行股票发行注册制相关制度规则，中国资本市场迎来了历史性的变革。在这一背景下，“咖啡追梦人”燃起新的希望。

“长远来看，上市流程的简洁、审核注册效率的提升以及可预期性的提高将有利于云南咖啡企业上市。”咖啡金融网创始人陶健向记者介绍，不过，云南咖啡企业上市也面临一些问题，咖啡产业由于农业用地性质的问题，一产企业很难直接上市，二产和三产企业均偏弱，



云南咖啡店街景 摄影李如是