

免费提供  
精品教学资料包  
服务热线: 400-615-1233  
www.xinsijiaocai.com

食品系列校企“双元”新形态教材

# 咖啡制作 概论

主编 石聚领 马凡怡  
主审 董赟

## 咖啡制作概论

食品系列校企“双元”新形态教材

咖啡制作概论

主编 石聚领 马凡怡

四川大學出版社  
SICHUAN UNIVERSITY PRESS



ISBN 978-7-5690-8410-8



9 787569 084108 >

定价: 58.00元

四川大學出版社  
SICHUAN UNIVERSITY PRESS

食品系列校企“双元”新形态教材

# 咖啡制作 概论

主编 石聚领 马凡怡

主审 董 赞



四川大学出版社  
SICHUAN UNIVERSITY PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

咖啡制作概论 / 石聚领, 马凡怡主编. -- 成都 :  
四川大学出版社, 2026. 1. -- ISBN 978-7-5690-8410-8  
I. TS273  
中国国家版本馆 CIP 数据核字第 2025ST2482 号

书 名: 咖啡制作概论  
Kafei Zhizuo Gailun  
主 编: 石聚领 马凡怡

---

选题策划: 庞国伟 王 睿  
责任编辑: 王 睿  
责任校对: 胡晓燕  
装帧设计: 张瑞阳  
责任印制: 李金兰

---

出版发行: 四川大学出版社有限责任公司  
地址: 成都市一环路南一段 24 号 (610065)  
电话: (028) 85408311 (发行部)、85400276 (总编室)  
电子邮箱: scupress@vip.163.com  
网址: <https://press.scu.edu.cn>  
印前制作: 华腾教育排版中心  
印刷装订: 河北龙大印务有限公司

---

成品尺寸: 202mm×278mm  
印 张: 10.75  
字 数: 247 千字

---

版 次: 2026 年 1 月 第 1 版  
印 次: 2026 年 1 月 第 1 次印刷  
印 数: 1-3030 册  
定 价: 58.00 元

---

本社图书如有印装质量问题, 请联系发行部调换  
版权所有 ◆ 侵权必究



四川大学出版社  
微信公众号

# 编 委 会

- 主 编** 石聚领（郑州食品工程职业学院）  
马凡怡（河南省天然药物创新与转化重点实验室）
- 副主编** 吴文辉（深圳认知咖啡教育有限公司）  
闫泽华（河南质量工程职业学院）  
温晓丽（郑州食品工程职业学院）  
许 飞（河南工业大学）  
盛孟鸽（郑州食品工程职业学院）  
高珊珊（郑州食品工程职业学院）
- 参 编** 魏 雪（郑州食品工程职业学院）  
高伟峰（郑州食品工程职业学院）  
徐 娟（郑州食品工程职业学院）  
常 博（郑州食品工程职业学院）  
石 勇（好想你健康食品股份有限公司）  
陈亚萍（郑州食品工程职业学院）  
贺艳丽（郑州食品工程职业学院）  
张 琪（郑州食品工程职业学院）
- 主 审** 董 贇（上海香季咖啡贸易有限公司）



# 前言



咖啡作为全球消费最广泛的饮品之一，不仅承载着千年的文明演进，更已发展为融合农业种植、食品加工与文化创意于一体的综合性产业。伴随我国咖啡消费市场的快速扩张（年均增长率显著提升）及产业链各环节（从种植到终端消费）的持续完善与升级，行业对具备扎实专业知识、精湛实践技能及良好职业素养的咖啡加工技术人员的需求日益迫切，出现了显著的人才缺口。

本书紧密对接咖啡产业升级需要，以培养适应新时代发展的高素质技术技能型人才为核心目标，系统梳理了咖啡加工全产业链的核心技术、操作规范与理论知识体系，涵盖咖啡的起源、传播历史与文化内涵，咖啡豆的种植环境、主要品种及其感官与加工特性，初加工环节（包括科学采摘标准，不同处理方法如水洗、日晒、蜜处理的核心工艺与对咖啡品质的影响），咖啡豆的烘焙原理、曲线调控与风味发展，研磨度控制与萃取效率的关系，生豆与熟豆的科学存储方法，各类咖啡制作（如手冲咖啡制作、意式咖啡制作）与专业设备（如烘焙机、磨豆机）的操作要点与安全规范，经典咖啡饮品（如意式浓缩咖啡、拿铁咖啡）的制作流程与创新咖啡饮品（如特调咖啡、冷萃咖啡）的研发思路，以及专业的风味感官品鉴方法与配方设计原则等内容。本书构建了“理论奠基+实践强化+应用创新”三位一体的立体化知识结构。

本书编写突出三大鲜明特色。

## 1. 实用性

本书以咖啡加工相关岗位（如咖啡师、烘焙师、品控员）的实际技能需求为导向，详细阐述从咖啡生豆处理到终端饮品制作各环节的操作标准、设备日常维护保养要点及关键质量控制节点，并配套大量基于生产实际的实操案例解析与清晰直观的流程图解、数据表格。

## 2. 系统性

本书遵循咖啡加工的自然流程，从咖啡果实采收直至优质饮品的呈现，覆盖初加工、精深加工（烘焙、研磨）、终端饮品制作与品控全链条，既深入解析传统工艺精髓，又重点介



绍现代技术应用。

### 3. 前瞻性

本书积极融入全球咖啡产业可持续发展理念与实践、创新配方设计思路，助力读者拓宽视野，前瞻性地适应行业技术升级与消费市场迭代需求。

本书结构清晰、内容翔实、图文并茂，既可用作涉及咖啡制作相关专业的核心课程教材，也可作为咖啡行业一线从业者（如烘焙工坊技术人员、咖啡馆经营者、咖啡产品研发人员）系统提升专业技能及广大咖啡爱好者深入学习咖啡知识的参考读物。

通过系统学习本书，读者能够熟练掌握咖啡加工各环节的关键技术与核心原理，深刻理解咖啡文化的深厚底蕴与现代产业发展的内在逻辑，最终提升岗位胜任能力与职业发展潜力，为我国咖啡产业的高质量、可持续发展贡献专业力量。

本书由校企研三方合作编写而成，由高级工程师石聚领与教授马凡怡担任主编，企业专家董赟博士担任主审，编写人员涵盖咖啡及食品加工企业人员与高校工作人员，编写侧重对接企业与行业实际需求，突出实用性，旨在达成实学实效。

在本书编写过程中，各位编者进行了多次研讨，还参考了大量同类书籍，以确保教材具备科学性。同时，编写工作得到了所有参编人员所在工作单位领导的大力协助与支持。在此，一并向相关人员表示衷心感谢。

由于编者水平与能力有限，书中难免存在疏漏之处，恳请广大读者批评指正。

编者

2025年8月

# 目录



## 模块 1 咖啡的基本介绍

1

- 1.1 咖啡的起源与传播 ..... 3
- 1.2 咖啡文化 ..... 6
- 1.3 咖啡对经济的影响 ..... 9
- 1.4 咖啡的未来发展趋势 ..... 10



## 模块 2 咖啡豆的种植与种类

15

- 2.1 咖啡豆的种植 ..... 17
- 2.2 主要咖啡豆种类介绍 ..... 21



## 模块 3 咖啡豆的加工与处理

29

- 3.1 咖啡豆的初加工 ..... 31
- 3.2 咖啡豆的烘焙 ..... 48
- 3.3 咖啡豆的研磨 ..... 57
- 3.4 咖啡豆的存储 ..... 61



## 模块 4 咖啡制作工具

67

- 4.1 咖啡制作必备工具介绍 ..... 69
- 4.2 咖啡制作工具的清洁与维护 ..... 76



	<b>模块 5 经典咖啡制作</b>	<b>83</b>
5.1	水在咖啡制作中的作用 .....	85
5.2	金杯萃取 .....	86
5.3	意式咖啡制作 .....	89
5.4	花式咖啡制作 .....	107
5.5	精品咖啡制作 .....	108
	<b>模块 6 咖啡风味描述与品鉴</b>	<b>121</b>
6.1	咖啡风味描述 .....	123
6.2	咖啡品鉴 .....	126
	<b>模块 7 咖啡饮品创新配方设计</b>	<b>139</b>
7.1	创新配方设计的目标与灵感来源 .....	141
7.2	咖啡饮品的风味口感调控 .....	142
7.3	咖啡饮品的季节性食材搭配 .....	148
7.4	咖啡饮品的视觉呈现与装饰技巧 .....	152
7.5	咖啡饮品的跨领域融合 .....	158
7.6	创新配方设计流程 .....	159
	<b>参考文献</b>	<b>163</b>

# 模块 1

## 咖啡的基本介绍



### 模块导语

咖啡是世界三大饮料（咖啡、茶、可可）之一。从传说中牧羊人卡尔迪的偶然发现，到不同地区的咖啡社交礼仪；从欧洲咖啡馆里的思想碰撞，到工业革命中的能量补给；从殖民时期的全球贸易，到如今咖啡与科技、可持续发展理念深度融合的现代产业，咖啡的历史，是一部交织着探索、交流、变革与创新的史诗。

本模块系统梳理咖啡的起源与传播、咖啡文化的独特风貌、当代消费趋势及产业影响，带读者透过咖啡的醇香，触摸其背后复杂的社会经济脉络与深厚的人文底蕴。通过学习本模块，读者将会理解这一小小饮品是如何重塑人类的社交方式、生活习惯乃至全球格局的。



## 学习目标

### 知识目标

- (1) 掌握咖啡从起源到全球普及的关键历史节点，包括在埃塞俄比亚的早期利用、阿拉伯地区的传播、欧洲咖啡馆文化兴起及全球种植格局的形成。
- (2) 理解不同地区咖啡文化的特色，如意大利的浓缩咖啡礼仪、瑞典的 Fika 文化、美国的精品咖啡运动等，明晰文化差异对咖啡消费习惯的影响。
- (3) 了解当代咖啡产业的发展趋势，包括消费人群多样化、口味创新、科技应用（如智能咖啡机）、可持续种植（如有机认证、公平贸易）等核心内容。
- (4) 认识咖啡在社会经济中的多重作用，如对农业、贸易、就业的影响，以及与商务社交、艺术文学、现代生活方式的关联。

### 职业技能目标

- (1) 能够运用历史脉络分析法，梳理特定地区咖啡文化的形成逻辑，为跨文化商务沟通或文旅项目策划提供文化背景支撑。
- (2) 具备解读咖啡产业数据的基本能力，如通过全球产量、消费量、贸易额等数据，分析市场趋势并识别商业机会。
- (3) 掌握咖啡社交礼仪的核心要点，能在国际商务场合或跨文化交流中，根据不同文化背景规范自身行为，避免社交禁忌。



## 1.1 咖啡的起源与传播

### 1.1.1 咖啡的起源

相传埃塞俄比亚一个名叫卡尔迪的牧羊人在寻找丢失的羊群时，偶然发现吃过山上一种红色浆果的羊异常兴奋，好奇心驱使卡尔迪也摘下几个尝了尝，顿时觉得精神振奋，从此发现了咖啡。虽然传说受到很多质疑，但历史学家确实考证出，大约公元 575 年，咖啡在埃塞俄比亚被发现。大多数专家学者都同意咖啡诞生于埃塞俄比亚的 Kaffa（咖法）地区。

### 1.1.2 咖啡的传播

咖啡的传播与欧洲启蒙运动、工业革命紧密相关。贸易路线拓展和殖民扩张推动咖啡从阿拉伯地区经欧洲传向美洲、亚洲。咖啡馆作为社交与思想交流中心，加速了咖啡文化传播。

#### 1. 咖啡从阿拉伯地区开始传播

咖啡虽起源于埃塞俄比亚，但真正的咖啡文化诞生于阿拉伯地区，这是地理环境、生活方式与精神需求共同作用的结果。咖啡传入阿拉伯地区后，以也门为核心开始向外传播，逐步扩散到世界各地。咖啡从阿拉伯地区逐渐传播到世界各地的关键事件见表 1-1。

表 1-1 咖啡传播过程中的关键事件

时 间	关键事件	影 响
9 世纪	咖啡被引入阿拉伯地区，尤其在也门成为社会生活的重要组成部分	形成独特的饮用方式，咖啡用于提神与冥想
15 世纪	随伊斯兰教传播，在阿拉伯地区普及	阿拉伯商人和朝圣者将咖啡带到麦加、麦地那，咖啡成为交流媒介
16 世纪	16 世纪中期传入奥斯曼帝国首都伊斯坦布尔后，得到迅速传播，10 年间开出 600 家咖啡馆	咖啡馆成为社交和政治讨论场所，推动了咖啡贸易的发展
17 世纪	荷兰人将咖啡树苗秘密运回荷兰	打破阿拉伯地区对咖啡种植的垄断，促使咖啡种植向全球扩散

#### 2. 咖啡进入欧洲

咖啡进入欧洲后，从饮品逐步演变为社交与思想的“催化剂”，深刻推动了启蒙思想的传播与欧洲社会变革的发展。咖啡在欧洲的传播及文化影响见表 1-2。

表 1-2 咖啡进入欧洲的历程

时 间	事 件	意 义
17 世纪初	咖啡通过威尼斯商人和贸易路线传入欧洲	1615 年，威尼斯留下欧洲最早的咖啡记录，咖啡逐步进入欧洲视野



时 间	事 件	意 义
17 世纪中叶	1645 年，欧洲第一家咖啡馆在威尼斯开业	咖啡馆成为社交、思想交流和商业合作核心场所，为咖啡文化扎根欧洲奠基
	咖啡馆文化在欧洲普及，英、法、普鲁士各具特色	英国：作为市民社会形成的载体； 法国：推动启蒙思想的传播； 普鲁士：促进学术文化交流，影响欧洲文化、社会与政治进程

### 3. 咖啡在南、北美洲种植

咖啡的全球普及离不开南、北美洲的贡献，尤其是巴西和哥伦比亚这两个国家，它们在咖啡种植和出口方面占据着举足轻重的地位。根据美国农业部 2025 年发布的报告数据，2024—2025 年度（2024 年 7 月至 2025 年 6 月）巴西咖啡产量达 6 470 万袋（每袋 60 千克），其中阿拉比卡产量占全球阿拉比卡总产量的 44.28%，罗布斯塔产量占全球罗布斯塔总产量的 27.7%，双品种、高产格局进一步巩固了其主导地位。2024—2025 年度，巴西咖啡出口量为 4 425 万袋。哥伦比亚紧随其后，以高品质阿拉比卡咖啡闻名，2024—2025 年度，阿拉比卡产量达 1 320 万袋，同期出口 1 230 万袋，是全球重要的优质咖啡供应源之一。

南、北美洲的咖啡种植历史可追溯到 18 世纪末，咖啡树引入巴西后迅速传播至中美洲和南美洲其他国家。咖啡种植不仅为这些国家播撒了经济繁荣的种子，更催生了农业技术的革新与进步。例如，20 世纪初，巴西便开始引入机械化采摘技术，并逐步推广到全国的咖啡种植园。如今，从种植、灌溉到采摘和分拣，现代化的农业技术已经覆盖了巴西的主要种植区。哥伦比亚也通过咖啡树更新、现代化种植技术应用，在保障种植者权益的同时，实现了产量与品质的双重提升，这些实践践行了“可持续农业”与“公平贸易”认证，推动美洲咖啡产业实现经济、社会和环境的协同发展。

### 4. 咖啡品牌与全球市场

咖啡作为世界三大饮料之一，发展出众多品牌，如雀巢咖啡、瑞幸咖啡、星巴克和后谷咖啡（图 1-1）等。部分咖啡品牌的详细信息见表 1-3。



图 1-1 部分咖啡品牌 logo



表 1-3 部分咖啡品牌信息表

品牌名称	创立时间	创立地点	品牌特色
摩可纳 (Moccona)	1753 年	荷兰	推出多样咖啡品种, 口感柔顺, 香气馥郁
雀巢咖啡 (Nescafé)	1867 年	瑞士	生产巧克力棒和速溶咖啡, 享誉全球
麦斯威尔 (Maxwell House)	1892 年	美国	咖啡以浓郁香气与细腻口感著称
拉瓦萨 (LAVAZZA)	1895 年	意大利	专业从事咖啡的生产和销售, 主打细腻、香醇的咖啡产品
意利 (illy)	1933 年	意大利	意式咖啡知名品牌, 风味香醇独特, 市场占有率高
悠诗诗 (UCC)	1933 年	日本	国际知名咖啡品牌, 产品线多元化
皮爷咖啡 (Peet's Coffee)	1966 年	美国	精品咖啡品牌, 匠心打造手工精品咖啡
星巴克 (Starbucks)	1971 年	美国	全球著名咖啡连锁店, 消费定位为白领阶层
旧街场 (oldtown)	1999 年	马来西亚	较早推出三合一即溶白咖啡饮品, 是知名白咖啡品牌
后谷咖啡 (HOGOOD)	2001 年	中国云南德宏	云南省著名商标, 覆盖咖啡全产业链, 拥有国内较大的速溶咖啡生产线, 主产咖啡豆及速溶咖啡粉
G7 咖啡	2003 年	越南邦美蜀市	越南中原传奇集团旗下品牌, 东南亚知名速溶咖啡, 选用优质罗布斯塔豆, 奶香浓郁、口感醇厚
隅田川	2015 年	中国杭州	“快消鲜咖啡”品类开创者, 专注挂耳、冷萃、咖啡液等产品, 采用 100% 阿拉比卡豆及充氮保鲜技术

国际咖啡组织 (ICO) 2025 年发布的统计数据显示, 2024—2025 咖啡种植季非洲咖啡出口量首次突破百万吨, 达 118 万吨, 同比增长 18.6%, 并连续两年保持强劲增势。在全球咖啡出口同期整体微降 0.3% 的背景下, 非洲这一表现格外抢眼, 彰显其在全球咖啡版图中的重要地位。埃塞俄比亚和乌干达仍是推动增长的核心力量, 两国合计贡献了非洲近八成的出口量。其中, 埃塞俄比亚当季出口约 44.22 万吨, 同比增长 27%; 乌干达出口 49.56 万吨, 同比增幅接近 30%, 双双刷新历史纪录。

这一增长既源于全球人口与中产阶级规模扩张, 也得益于咖啡作为文化符号的全球化渗透。以星巴克为例, 其通过“第三空间”品牌定位与“标准化 + 本地化”策略, 在全球市场构建起社交消费场景, 成为品牌全球化布局的典范。

雀巢公司作为行业巨头之一, 也推出多项发展战略以构建咖啡产业的可持续发展。

(1) 资源投入与采购体系: 承诺 2030 年前投入超 10 亿瑞士法郎, 计划 2030 年将“再生农业”咖啡豆占比提升至 50%, 并推动 100% 可持续采购发展。

(2) 碳减排目标: 通过“净零碳排放路线图”, 计划 2030 年减排 50%, 2050 年实现净零排放。

(3) 本土化合作: 如与中国云南咖啡社区建立长期协作关系, 兼顾生态保护与咖农增收。



此战略不仅重塑了品牌形象，而且推动了咖啡行业向环境友好型转型。



## 1.2 咖啡文化

### 1.2.1 咖啡文化的特点

在全球化浪潮中，世界各地文化、经济深度融合，形成多样化的咖啡文化，部分国家咖啡文化的特点对比见表 1-4。

表 1-4 部分国家咖啡文化的特点对比

国 家	代表性咖啡文化	文化特色
意大利	浓缩咖啡（espresso）	追求效率与品质，使日常生活具有仪式感
瑞典	Fika 文化	社交休闲，促进人际关系和谐与工作生活平衡
美国	精品咖啡运动	注重咖啡豆品质与风味，推动消费升级
日本	匠人咖啡	冲煮工艺严谨，追求风味极致，呈现“慢饮细品”氛围
中国	茶饮融合 + 精品咖啡	连锁普及与本土创新并行，消费场景多元化

### 咖啡小课堂

#### 为什么意大利人执着于浓缩咖啡

在意大利，浓缩咖啡从不是“饮品”，而是刻在生活里的“社交密码”与“生活仪式”。很少有意大利人会坐在某个地方慢悠悠地喝咖啡，站在吧台“一口收尾”才是他们喝咖啡的正确打开方式。

意大利浓缩咖啡的讲究藏在细节里：咖啡豆必选阿拉比卡与罗布斯塔的混合豆，前者用于增添香气，后者用于添加醇厚油脂；萃取时间严格控制在 25 ~ 30 秒，多 1 秒过苦、少 1 秒过淡，杯壁上那层细腻的深棕色油脂是判断一杯浓缩咖啡合格的关键。

对意大利人来说，喝浓缩咖啡是日常的“小停顿”。在清晨，咖啡配面包开启新的一天，午休后一杯咖啡唤醒精神，朋友见面不用多寒暄，一句“请给我一杯浓缩咖啡”就能拉近彼此的距离。这种“快节奏里的精致”，正是意大利浓缩咖啡的独特魅力。

### 1.2.2 咖啡馆的发展与演变

咖啡馆的历史可追溯至 16 世纪的中东地区，但有关世界第一家咖啡馆的创建地点没有明确



的记载。其中一个观点是世界第一家咖啡馆创建于 1554 年的伊斯坦布尔，另一种观点认为世界第一家咖啡馆是在麦加建立的，最初用于宗教性质的会议，后来演变为思想交流和娱乐场所。1652 年，伦敦迎来了英国第一家咖啡馆，标志着咖啡文化与社交活动的融合，为人们提供了脱离家庭和工作场所的“第三空间”，是城市文化生活的重要部分。

17 世纪末，巴黎和维也纳相继出现了咖啡馆，咖啡馆成为信息交流和思想碰撞中心，如巴黎普罗科佩咖啡馆是伏尔泰等启蒙思想家的聚集地；18 世纪，英国咖啡馆发展出“咖啡馆政治”，成为政治辩论和新闻传播场所；20 世纪，咖啡文化的发展呈现全球化趋势，咖啡馆融入本地文化元素，成为展示地方特色和促进文化交流的空间，符合“第三空间”理论；当下，随着互联网与社交媒体的发展，咖啡馆通过线上平台与顾客相连，如星巴克通过移动应用和会员计划增强顾客的社交联系，成为现代社交网络的节点。

### 1.2.3 咖啡饮用礼仪与社交礼仪

#### 1. 咖啡饮用礼仪

咖啡饮用礼仪的核心在于尊重他人与贴合场景，核心要点如下。

(1) 就座与取杯：就座后可将咖啡杯置于身前桌面右侧，手持杯耳取杯（避免直接握杯身，防止指纹残留或影响饮品温度），小口慢饮为宜，避免大口吞咽或出声。

(2) 配料添加：若需添加糖、奶等配料，应在开始饮用前完成调配，搅拌时用小勺轻轻搅动，避免碰撞杯壁产生声响，搅拌后将小勺置于杯碟右侧。

(3) 饮用节奏：正式场合中，咖啡通常作为餐后饮品，饮用速度需适配社交节奏，不宜过快；交谈时可将咖啡杯放回杯碟，避免手持杯子手势夸张。

(4) 搭配规范：搭配甜点、小食时，应先品尝食物再喝咖啡，避免食物碎屑掉入杯中；若饮用浓缩咖啡等浓烈品类，可搭配清水漱口，清洁味蕾。此外，公共场合需保持桌面整洁，喝完后将杯碟归置原位，体现基本礼仪素养。

#### 2. 咖啡社交礼仪

在咖啡社交场景中，尊重文化差异是避免社交尴尬的关键。在中东地区，咖啡是热情款待的象征，拒绝主人递来的咖啡可能被视为对其好客传统的冒犯；而在美国职场，咖啡常与非正式会议相伴，在商务场合饮用咖啡时，需注意拇指与食指轻握杯把的持杯方式，饮用过程中保持轻声交谈，且通常以一杯为宜，以此展现个人专业素养与对他人的尊重。此外，咖啡馆作为重要的社交空间，同样有着礼仪规范。以星巴克“第三空间”理念为例，顾客在此享受咖啡社交时，需自觉维护安静、私密的环境氛围，通过细节之处彰显个人修养。

咖啡饮用礼仪及社交礼仪的多样性，本质上是对各地历史、生活习惯与价值观念的投射。无论是基础饮用礼仪，还是不同文化下的社交礼仪差异，都提醒着人们在咖啡社交中，唯有理解并尊重这些差异，才能更好地享受咖啡带来的社交乐趣，感受咖啡文化的魅力。



## 1.2.4 咖啡与艺术和文学的交融

咖啡与艺术、文学的交融，构成了咖啡文化中一道亮丽的风景线。咖啡不仅极大地丰富了人们的精神世界，而且极大地促进了文化的交流与传播。在 18 世纪的欧洲，咖啡馆成为文人墨客聚集的场所，如巴黎普罗科佩咖啡馆和维也纳中央咖啡馆孕育了无数的文学作品和艺术灵感。它们不仅成为社会生活的重要组成部分，而且在推动社会思想交流和政治活动方面发挥了关键作用。咖啡馆为艺术家和文学家提供了一个交流思想、分享创作的平台，这种文化现象在一定程度上推动了启蒙运动的发展。

## 1.2.5 咖啡与现代社交网络

### 1. 咖啡馆作为社交网络的实体节点

咖啡馆通过舒适环境与增值服务，如免费 Wi-Fi、特色座椅和文化活动，激活顾客间的互动交流。以星巴克“第三空间”理念为例，其将门店打造为家庭与职场之外的社交据点。同时，咖啡店还扮演着社区信息中心的角色，成为顾客分享观点、组建非正式社群的场所，既增强社区凝聚力，也为自身积累稳定客源与口碑。

### 2. 咖啡文化在社交媒体上的传播与影响

社交媒体已成为咖啡文化传播的前沿阵地。Socialinsider 数据显示，全球超 30 亿社交媒体用户在 Pinterest 等平台发布数亿条与咖啡相关的内容，展现出用户对咖啡内容的高度热情。Agorapulse 研究表明，带话题标签的帖子比不带标签的帖子的点赞量高 70%，带 #coffee 标签的帖子分享次数超 2 亿次，成为咖啡文化交流的热门入口。咖啡爱好者通过精美图片、制作教程、探店体验分享咖啡美学，而视频制作者与品牌合作，借助直播、短视频等形式，打破地域限制，提升文化互动性。社交媒体的普及，让咖啡文化以更高效、多元的方式触达全球受众，为咖啡文化传播开辟全新路径。

## 1.2.6 咖啡与商务社交

在现代商务场景中，咖啡馆凭借轻松氛围成为非正式商务洽谈的热门之选，咖啡文化深度融入商务社交场景。《哈佛商业评论》研究显示，超 60% 的商务人士倾向于在咖啡馆开展初步商务沟通，认为其能有效打破初次见面的拘谨，推动双方交流。以星巴克为例，其舒适的座椅与私密角落，为商务关系的建立与深化提供了理想空间。

咖啡馆营造的平等对话环境，能显著缓解权力差异带来的紧张感，激发开放讨论与创意碰撞，助力达成合作共识。不过，咖啡馆的开放性也使其存在信息泄露、环境嘈杂等问题。因此，商务人士选择咖啡馆时，会综合考量地理位置、环境安静度、服务质量，以及无线网络、电源插座等商务设施配备情况。

部分中高端咖啡馆以舒适环境和稳定服务，成为全球商务人士非正式会面的首选。咖啡文化



中蕴含的共享、交流理念，与商务社交建立信任的目标高度契合。非正式的咖啡社交正助力打破商业隔阂，推动深度合作。

## 1.2.7 咖啡文化的未来发展趋势

### 1. 咖啡文化与社交科技的结合

科技正重塑咖啡文化的社交维度。随着科技进步，咖啡文化与社交科技结合日益紧密。

(1) 移动应用程序（mobile application program, App）让咖啡爱好者借助网络轻松找到周边具有特色咖啡馆、预订座位，享受个性化体验。

(2) 咖啡品鉴会等社交活动通过虚拟现实（virtual reality, VR）技术实现线上互动，拓宽咖啡文化传播范围，增强社交互动深度和广度。

### 2. 咖啡文化与可持续发展

产业创新浪潮下，环保与可持续发展理念深度融入咖啡文化。品牌通过可追溯系统践行公平贸易与有机种植，满足消费者对品质与社会责任的双重期待，推动产业链绿色转型。精品咖啡崛起促使农户精进种植技术，提升咖啡豆品质，推动农业现代化与多样化。未来，咖啡文化将更注重生态与社会公正，助力构建咖啡产业的可持续发展。

### 3. 咖啡文化与现代生活的融合

咖啡早已深度融入现代生活，成为大众消费与生活方式的重要符号，这一点也在咖啡市场的核心数据中得到直观印证。根据美国农业部数据，2024—2025 年度，咖啡消费量约 1.67 亿袋，相较于 2020—2021 年度，增加了约 442 万袋，这一显著增幅不仅反映了消费者对咖啡的喜爱程度日益加深，更体现了咖啡作为一种生活方式已深度融入现代生活。无论是清晨的提神饮品、午后的休闲时光，还是社交场合的必备选择，咖啡都扮演着重要角色。预计 2025—2026 年度咖啡消费量还将增加约 285 万袋，进一步印证了咖啡文化在现代生活中的持久魅力和不可或缺性。

咖啡馆作为“第三空间”，持续促进社交互动与创意交流，成为社区凝聚力的重要载体。在工作生活领域，咖啡与远程办公的结合，为灵活高效的工作模式提供支撑。随着技术进步，咖啡文化将持续与现代生活融合，成为社会创新发展的关键驱动力。



## 1.3 咖啡对经济的影响

### 1.3.1 咖啡与全球贸易政策的关系

咖啡作为全球贸易中不可或缺的商品，其流通与贸易政策紧密相连，影响着全球经济的格

局。其中巴西、越南和哥伦比亚是主要的咖啡豆出口国，这些国家的出口政策、关税调整以及国际咖啡组织的市场干预措施，都会对咖啡价格和全球供应链产生深远影响。例如，国际咖啡组织发布市场报告并实施价格干预措施，旨在稳定咖啡市场，缓解价格波动对生产国和消费国带来的冲击。此外，自由贸易协定，如美国与中美洲国家之间的 CAFTA-DR（中美洲自由贸易协定），也对咖啡贸易产生了重要影响，该政策通过降低关税壁垒，促进了咖啡的跨国流通。咖啡贸易的自由化不仅促进了商品的流通，也推动了相关国家的经济发展。

### 1.3.2 咖啡对国家经济的贡献

咖啡产业作为全球贸易的重要组成部分，对国家经济的贡献不容小觑。以巴西为例，作为世界上最大的咖啡生产国，其咖啡产业直接和间接地为数百万巴西人提供了就业机会，推动了当地经济的繁荣发展。根据美国农业部发布的《咖啡：全球市场和贸易》报告，巴西在 2024 年创下了咖啡出口量历史新高，出口量达到 4 310 万袋。咖啡种植不仅为农民提供了生计，还促进了相关产业链的发展，包括加工、包装、运输和零售等环节。此外，咖啡旅游也成为一些国家经济发展的新亮点，如哥伦比亚的咖啡种植区，通过推广咖啡文化，吸引了大量国内外游客，带动了当地住宿、餐饮和交通等行业的发展。咖啡产业的持续发展，不仅丰富了全球文化，也为国家经济的多元化发展和可持续增长提供了动力。

### 1.3.3 咖啡对农业领域的影响

《2025 中国咖啡产业发展报告》显示：2025 年中国咖啡市场规模达 2 181 亿元，其中现磨咖啡市场超 1 880 亿元；中国咖啡种植正从扩面转向提质，从单一走向多样，云南咖啡 80% 以上是卡蒂姆，2025 年，品种多样化进程显著加快，瑰夏、铁皮卡和波旁等精品品种种植面积大幅增加；受市场行情、品质提升（精品率 30%+），以及精深加工的发展，咖啡产值飙升。

全球咖啡消费增长正重塑农业格局。为应对消费升级，农业领域加速技术创新。精准农业借助卫星与无人机监测，实现资源高效管理；同时，埃塞俄比亚耶加雪菲、哥伦比亚斯普雷蒙特等特色品种因风味独特而受高端市场追捧，推动咖啡品种多样化探索。然而，气候变化给咖啡种植带来严峻挑战。咖啡树对气候敏感，极端天气频发威胁咖啡产量与质量。农业领域亟须通过培育耐热耐旱品种、推行气候智能农业策略，保障咖啡产业可持续发展。



## 1.4 咖啡的未来发展趋势

### 1.4.1 咖啡品种的改良与创新

咖啡品种的改良与创新是咖啡产业发展的重要驱动力。随着全球咖啡消费市场的不断扩张，



消费者对咖啡品质和风味的追求促使咖啡种植者和科研人员不断探索新的改良方法。咖啡品种改良与创新的案例和效果见表 1-5。

表 1-5 咖啡品种改良与创新的案例和效果

改良方式	案 例	效 果
基因编辑技术	培育抗病性强、产量高的品种	某些种植区域产量提高 30% 以上
新品种种植	孟连桥安咖啡贸易有限公司种植新品种	每棵咖啡树可采摘十多千克鲜果，提升了咖啡豆的品质和产量
杂交技术	阿拉比卡与罗布斯塔杂交	结合阿拉比卡风味丰富和罗布斯塔抗病能力强的优点
创新种植技术	水耕栽培、垂直农业	提升品质，减少对环境的影响

## 1.4.2 咖啡消费群体与口味变化

### 1. 咖啡消费人群的多样化

全球化与文化交融推动咖啡消费群体持续扩大。国际咖啡组织数据显示，预计到 2030 年，全球咖啡消费总量将达到 1.97 亿袋，平均年复合增长率为 1.5%。其中亮点之一就是中国市场将继续以较高速增长。

中国咖啡市场呈现应用场景丰富化、消费群体多元化的特征。在应用场景方面，咖啡已融入办公提神、居家休闲、户外露营等丰富场景，外卖咖啡与即饮咖啡成为日常消费的重要形态；在消费群体方面，除追求个性化与品质体验、偏爱公平贸易和有机咖啡的千禧一代主力外，年轻人青睐创意特调与社交属性咖啡，新中产关注产地与精品品质，下沉市场年轻群体偏好高性价比产品。同时，健康意识提升推动消费群体对低因、功能性咖啡新品类的需求增长。这种应用场景的丰富化与消费群体的多元化，正是社会文明进步与文化融合的生动缩影。

### 2. 咖啡口味与风味的演变

全球咖啡文化传播带动风味创新升级。美国农业部发布的《咖啡：全球市场和贸易》报告显示，2024—2025 年度全球阿拉比卡和罗布斯塔咖啡产量达 1.74 亿袋，同比增长约 2.9%，精品咖啡的崛起尤为显著，印证了消费者对品质与多样性的追求。第三波咖啡浪潮聚焦产地、品种与处理工艺，促使风味从单一走向多元。Blue Bottle（蓝瓶咖啡，一个源自美国的精品咖啡品牌）以极致品控迅速风靡全球便是例证。正如咖啡师詹姆斯·霍夫曼所言，咖啡已超越饮品范畴，成为探索风味与文化的载体，其风味演变体现了消费需求的升级与文化内涵的延伸。

## 1.4.3 咖啡产业的创新与变革

### 1. 新兴咖啡品牌与市场格局

全球咖啡文化迭代浪潮中，新兴品牌凭借创新突围，重塑市场版图。例如，蓝瓶咖啡通过线上商店、移动应用及社交媒体构建“云端咖啡生态”，以个性化服务强化用户黏性。这些新兴品牌依托创新商业模式、独特风味及可持续理念破局；通过坚持新鲜烘焙与特色手冲体验，不仅实

现销售额攀升，更引领行业对品质与消费体验的重新定义。

从波特五力模型（供应商议价能力、买家议价能力、新进入者威胁、替代品威胁、同业竞争强度）视角看，新品牌入局加剧了市场竞争。新进入者威胁推动产品创新，供应商与买家议价能力倒逼供应链优化，来自替代品的压力则促使咖啡风味向多元化方向发展。正如星巴克创始人霍华德·舒尔茨提出的“咖啡即体验”理念，新兴品牌正以差异化体验加速咖啡文化传播与市场格局重构。

## 咖啡小课堂

### 连锁咖啡正在中国“遍地开花”

中国连锁咖啡市场已进入高速扩张期，行业扩张势头持续强劲。截至 2025 年 11 月，壹览商业长期跟踪的 27 家连锁咖啡品牌门店总量已突破 8.1 万家，较 2024 年年底的 6.5 万家增长超 24.9%，11 个月内净增门店近 1.6 万家。从月度扩张节奏来看，头部品牌是拓店主力，仅 11 月一个月内，20 家重点跟踪连锁咖啡品牌就新开 2 979 家门店，其中瑞幸、库迪、挪瓦、幸运咖四家品牌合计贡献了 85.69% 的新增门店率，瑞幸单月新增 801 家门店，持续领跑行业扩张。

不过中国咖啡市场并非一路高歌，部分国际品牌和精品品牌出现门店收缩的现象，而“咖啡+茶饮”融合、性价比竞争成为新的发展趋势。从一线城市到县域市场，连锁咖啡正重塑国人的日常饮品选择。

## 2. 咖啡与现代科技的融合

科技革新正深度重塑咖啡制作工艺。智能咖啡机搭载传感器与算法，可精准调控研磨度、水温、水压等参数，实现个性化品质输出；商用全自动设备通过自动化流程，大幅提升制作效率、降低人力成本。实践数据表明，引入智能扫码咖啡机的连锁门店，顾客流转率提升 25%、等待时间缩短 40%，消费体验显著优化。

从蒸汽压力咖啡机到智能咖啡机，技术迭代持续推动咖啡产业变革，咖啡行业正通过科技应用，实现从传统制作到智慧体验的跨越式升级。意大利摩卡壶以蒸汽萃取浓缩咖啡，开启家庭咖啡制作新时代；Nespresso 胶囊咖啡机（图 1-2）则通过标准化流程，掀起全球高品质咖啡消费热潮。

技术进步赋予咖啡制作更强的个性化与互动性。智能咖啡机（图 1-3）借助互联网技术，支持远程操控与定制化调整，用户可通过手机 App 精准设定浓度、温度，并追溯咖啡豆从产地到烘焙的全流程信息，实现“农场到杯”的透明消费体验。Nespresso Vertuo Line 系列凭借离心力萃取技术，可针对不同咖啡豆与杯型精准调整萃取参数，实现风味最大化。智能咖啡机可以通过其操作界面（图 1-4）设定的程序，制作不同类型的咖啡饮品。



图 1-2 胶囊咖啡机



图 1-3 智能咖啡机



图 1-4 智能咖啡机的操作界面

在可持续发展领域，智能咖啡机展现出独特优势。通过精准控制研磨量与萃取参数，智能咖啡机可显著减少原料浪费；节能设计与自动休眠功能可进一步降低能耗。这种技术与环保理念的深度融合，既契合全球消费者对绿色产品的需求，也预示着“智能+可持续”将成为咖啡产业未来的核心竞争力。

#### 1.4.4 咖啡消费市场预测分析与可持续种植展望

##### 1. 咖啡消费市场的预测与分析

随着全球咖啡消费市场的不断扩张，咖啡销量呈现稳步增长的态势。中国咖啡消费市场展现

出强劲增长活力，根据美国农业部 2025 年发布的报告数据，中国咖啡总消费量从 2013—2014 年度的 16.7 万袋飙升至 2023—2024 年度的 576.5 万袋，十年间消费总量增长超过 33 倍；预计到 2026 年，中国咖啡总消费量将达 585 万袋，占全球咖啡总消费量的 3.45%。

从全球咖啡消费市场看，根据国际咖啡组织 2024 年发布的年度统计报告，全球咖啡消费量在过去十年中平均每年增长约 2.7%，2023 年全球咖啡消费总量已达到 1.72 亿袋；预计到 2030 年，全球咖啡消费需求总量将稳步攀升，其中亚太、中东及非洲等新兴市场将成为核心增长引擎。这些地区中产阶级群体持续扩大，咖啡文化接受度快速提升，带动消费需求显著上升，如非洲的埃塞俄比亚、肯尼亚等传统产豆国正从“出口导向”向“本地消费 + 出口并重”转型，中东的阿联酋人均咖啡消费量 5 年内实现翻倍。

## 2. 咖啡可持续种植的未来展望

随着全球对可持续发展的日益重视，咖啡产业也正面临着前所未有的挑战与机遇。可持续种植不仅关乎环境保护，更是咖啡产业长远发展的关键。例如，通过采用如“4C”（common code for the coffee community，咖啡社区的通用准则）认证等可持续性标准，咖啡生产者可以确保其产品对环境、社会和经济三个维度上的可持续性。再如，哥斯达黎加的咖啡农场通过引入生物多样性友好的种植方法，不仅提高了咖啡豆的品质，还增强了生态系统的抵抗力。此外，采用“公平贸易”（fair trade）认证生产的咖啡，确保了农民可以获得公正的报酬，从而激励他们投资于可持续农业实践。

### 模块测试

#### 一、填空题

1. 传说牧羊人\_\_\_\_\_偶然发现羊食用咖啡红色浆果后异常兴奋，开启了咖啡与人类文明的关联。
2. 阿拉比卡与罗布斯塔杂交的咖啡品种，兼具了阿拉比卡\_\_\_\_\_的优点和罗布斯塔抗病能力强的优点。
3. 16 世纪奥斯曼帝国的首都\_\_\_\_\_成为咖啡文化新中心，10 年间开出 600 家咖啡馆。
4. 1645 年，\_\_\_\_\_开设了欧洲第一家咖啡馆，为咖啡文化扎根欧洲奠定了基础。
5. 咖啡产业中，\_\_\_\_\_种植通过生物多样性保护、减少化学肥料使用等方式，推动产业绿色转型。

#### 二、简答题

1. 简述咖啡从埃塞俄比亚起源到在阿拉伯地区传播过程中的关键事件及影响。
2. 请分析现代科技对咖啡制作与消费场景的重塑作用，并举例说明。



测一测