

➤ **国内现磨咖啡市场潜力巨大。**2019-2023年，中国现磨咖啡市场展现了其蓬勃发展的态势。根据艾瑞咨询，自2019至2023年，国内现磨咖啡市场规模从2019年的484亿元稳步攀升至2021年的876亿元，行业增长强劲。

➤ **现磨咖啡的消费逐渐转为日常需求，家用咖啡机增长潜力巨大。**在中国咖啡市场的细分领域，速溶和即饮咖啡的主导地位正在逐步减弱，咖啡消费日常化趋势显著，日常功能性需求重要性深化。“快咖啡”趋势推动家用咖啡机增长。咖啡机线上销售以半自动化和全自动化咖啡机为主，反映了消费者对于个性化调节口味和操作便捷性的强烈需求。

➤ **产品趋势：意式咖啡机热度高，小型、便捷咖啡机增速较快。**

1) 机型趋势：意式咖啡机成为关注热点，半自动式咖啡机发展较快。按咖啡机型品类细分，意式咖啡机占据主要市场份额，主要由于意式咖啡机功能较多、操作便捷、宣传力度大等原因。半自动式咖啡机市场份额则增长靓丽，根据魔镜数据，半自动式咖啡机20-22年淘系平台销额占比分别为30%/38%/52%。

2) 价格趋势：高价位段增长靓丽，均价呈上升趋势。家用咖啡机呈现低价位高价位占比高，中层价位占比小的趋势。咖啡机均价上涨，高价位段销量领先，主要因为高价位咖啡机的功能集中化更能满足消费者需求，同时追求高品质的消费特征符合咖啡机目标人群的特点。**3) 功能趋势：智能化成发展趋势，小型、便捷咖啡机增速较快。**多家品牌重点推出智能化咖啡机，家用咖啡机智能化趋势凸显。便携式咖啡机打造新玩法，咖啡壶成为户外旅行新宠。小容量咖啡机增速较快，发展前景广阔。根据魔镜数据，飞利浦小容量咖啡机（5杯以下）23Q1-Q3淘系平台销额为327万元，同比+504%。

➤ **竞争格局：一超多强，国产品牌崛起。**

格局：国内家用咖啡机在近两年形成了海外企业领跑，国产品牌紧随其后的格局。据魔镜数据显示，市占率TOP10的品牌中主要以海外品牌为主导，如德龙、飞利浦等。同时今年有许多表现亮眼的国产品牌后起之秀，例如以百胜图、柏翠和格米莱为代表的国产品牌增长快速，跻身行业前五。

德龙：高端产品矩阵完善，龙头份额稳固。德龙主要面向均价5000元以上的精致高端市场，产品理念为“专属居家咖啡师，打造极致体验”，主要针对20-40岁喜爱咖啡的高收入人群。德龙咖啡机的定位也在不断丰富，在保持高端产品的专业化基础上，增添了中高端的产品。德龙产品大部分为全自动咖啡机，打造了全自动咖啡机的成熟产品链。

百胜图：定位中高端市场，创新与颜值并举。与小熊、柏翠等主打性价比杀出重围的国产品牌不同，百胜图靠拥有着独特创新和精致外观的中高端产品在家用咖啡机市场中抢占了一席之地。百胜图明星产品二代S双加热半自动意式咖啡机自去年四月上新后，今年销量持续增长，成为国内市场半自动中高端咖啡机王牌产品。

➤ **投资建议：**在现磨咖啡的消费逐渐转为日常需求的趋势下，半自动、意式、小型、便捷咖啡机成为焦点，家用咖啡机市场潜力巨大。建议关注：新宝股份，其旗下咖啡机品牌百胜图锚定中高端市场，创新与颜值并举，有望乘咖啡机行业成长红利，在半自动咖啡机细分赛道持续抢占市场份额。

➤ **风险提示：**行业景气度不及预期、行业竞争加剧。

推荐

维持评级



分析师 **汪海洋**

执业证书：S0100522100003

邮箱：wanghaiyang@mszq.com

相关研究

1. 家电行业周报 20231225：空调1月排产数据发布，外销有望拉动排产修复-2023/12/25
2. 家电行业 2024 年度策略：成长与韧性兼具，探寻家电结构性机会-2023/12/05
3. 家电行业周报 20230923：美国上调热泵部署目标，欧洲热泵库存仍待消化-2023/09/23
4. 小家电行业动态报告：厨小电阶段性承压，个护小电表现靓丽-2023/09/20
5. 家电行业周报 20230918：扫地机8月略有承压，洗地机8月持续增长-2023/09/18

目录

1 赛道潜力：消费转型，家用咖啡机空间广阔	3
1.1 国内现磨咖啡市场大有可为	3
1.2 咖啡消费趋势转变，家用咖啡机增长潜力巨大	4
2 产品趋势：意式咖啡机热度高，小型、便捷咖啡机增速较快	6
2.1 机型趋势：意式咖啡机成为关注热点，半自动式咖啡机发展较快	6
2.2 价格趋势：高价位段增长靓丽，均价呈上升趋势	8
2.3 功能趋势：智能化成发展趋势，小型、便捷咖啡机增速较快	10
3 竞争格局：一超多强，国产品牌崛起	12
3.1 海外龙头企业持续领航，国产品牌迅速抢占市场	12
3.2 德龙：高端产品矩阵完善，龙头份额稳固	13
3.3 百胜图：定位中高端市场，创新与颜值并举	14
4 投资建议	16
5 风险提示	17
插图目录	18
表格目录	18

1 赛道潜力：消费转型，家用咖啡机空间广阔

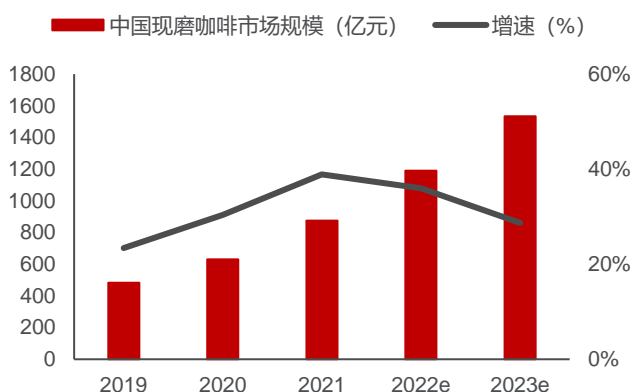
1.1 国内现磨咖啡市场大有可为

1.1.1 国内现磨咖啡自疫情以来维持在高增速

2019-2023 年，中国现磨咖啡市场展现了其蓬勃发展的态势。根据艾瑞咨询，自 2019 至 2023 年，国内现磨咖啡市场规模从 2019 年的 484 亿元稳步攀升至 2021 年的 876 亿元，行业增长强劲。据艾瑞咨询数据预测，国内现磨咖啡市场规模有望在 2022 年增至 1191 亿元，并在 2023 年将达到 1533 亿元。根据艾瑞咨询，2021 年国内现磨咖啡市场增速达 39%。

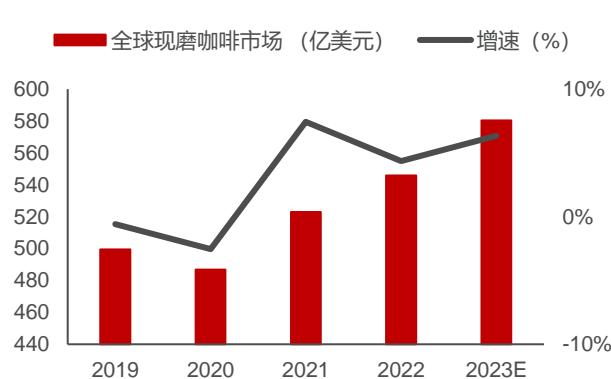
全球现磨咖啡市场在经历了 2020 年的短暂下滑后，迅速恢复并持续增长，显示出磨咖啡行业弹性和消费者对优质咖啡需求的持续增长。尽管面临着各种挑战，现磨咖啡市场在 2021 年显示出复苏迹象，增速由负转正，2021 年全球现磨咖啡市场增速达 7%。根据 Statista 预测，2023 年，全球现磨咖啡市场规模有望达到 580 亿美元。

图1：国内现磨咖啡市场规模 23 年有望破 1500 亿元



资料来源：艾瑞咨询，民生证券研究院

图2：全球现磨咖啡市场规模 (2019-2023 年)

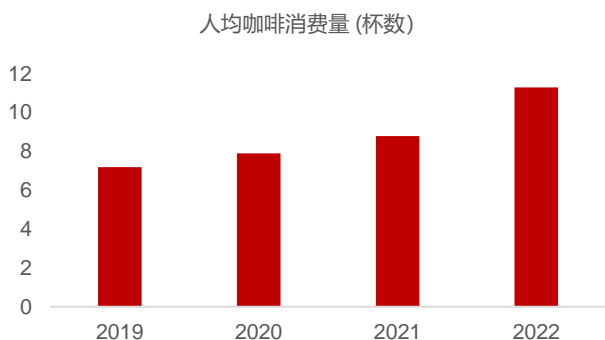


资料来源：Statista，民生证券研究院

1.1.2 国内现磨咖啡市场较咖啡大国仍有较大上升空间

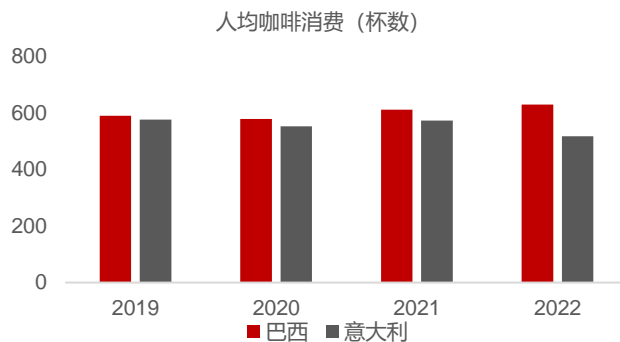
2019-2022 年，中国咖啡消费量呈现出稳健上升趋势，但较巴西及意大利等咖啡消费成熟国家相比较，人均消费量仍相对较低，成长空间巨大。随着经济的不断发展，生活水平的提高及消费模式的演变，中国消费者对高品质生活的追求愈发明显，其中包括对高品质咖啡的追求。展望未来，随着消费者对咖啡品质的不断追求，可以预见中国现磨咖啡市场将持续增长，进而驱动咖啡行业的全面繁荣。

图3: 中国人均咖啡消费 (2019-2022 年)



资料来源: Statista, 民生证券研究院

图4: 西方咖啡大国人均咖啡消费 (2019-2022 年)



资料来源: Statista, 民生证券研究院

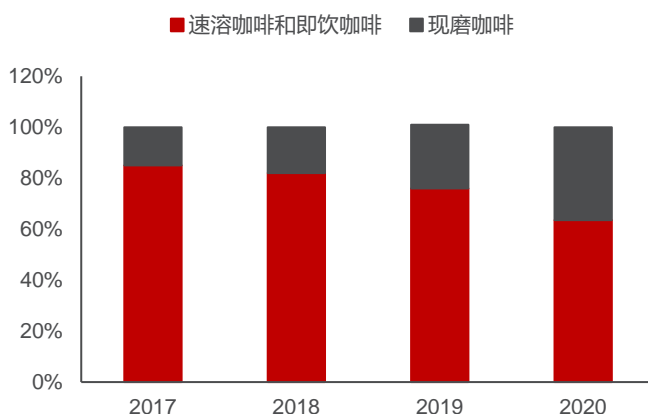
1.2 咖啡消费趋势转变, 家用咖啡机增长潜力巨大

1.2.1 现磨咖啡日常化趋势显著, 中产阶级和 Z 世代为主要消费人群

现磨咖啡市场份额攀升, 速溶和即饮咖啡的主导地位正在逐步减弱。相比速溶和即饮咖啡, 现磨咖啡以其丰富的口感和独特的体验, 迎合了消费者对品质和多样性的追求, 市场份额也显著增长。根据艾瑞咨询数据, 2020 年, 现磨咖啡的市场份额达 37%, 反映了消费者喜好的深层次变迁, 表明现磨咖啡正逐渐成为人们日常生活的一部分。

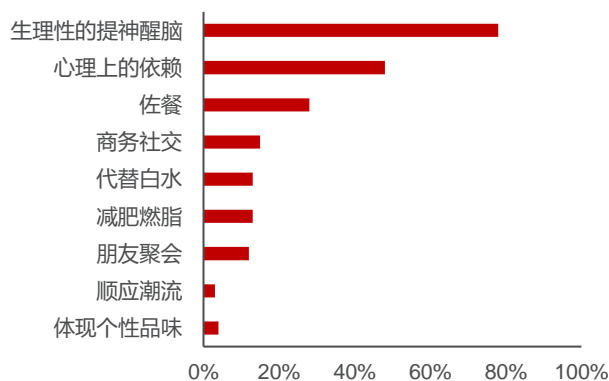
咖啡消费日常化趋势显著, 日常功能性需求重要性深化。由于现代社会工作压力和生活节奏的加快, 提神和提高效率的需求显得尤为迫切, 现磨咖啡正在从社交媒介转变为满足日常功能性需求的关键产品, 尤其在一线城市, 高工作压力和快节奏生活背景下, 现磨咖啡成为了提神和效率提升的必需品。根据德勤 2021 年 4 月发布的《中国现磨咖啡行业白皮书》, 在一线城市消费者摄入现磨咖啡原因中, 提神醒脑占比 78%。

图5: 中国咖啡市场份额占比(2017-2020 年)



资料来源: 艾瑞咨询, 民生证券研究院

图6: 一线城市消费者摄入现磨咖啡主要原因

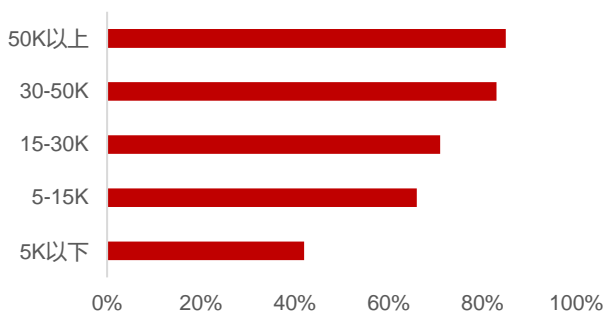


资料来源: 德勤, 民生证券研究院

注: 数据来源为德勤 2021 年 4 月发布的《中国现磨咖啡行业白皮书》

中产阶级和 Z 世代为现磨咖啡主要消费人群。中产阶层对高端生活方式的追求不断推进了咖啡文化在中国的深度融入。与此同时，Z 世代作为新兴的消费主力，他们对西式饮食习惯的认同特别是对咖啡的钟爱，也为行业注入了新鲜活力。面对现磨咖啡较高的定价与其日常需求的高频率，消费者日益倾向于通过购买家用咖啡机以达到成本与效益的最佳平衡，同时满足他们对咖啡的日常需求。随着咖啡文化的更广泛普及和消费习惯的稳固，家用咖啡机市场预计将迎来持续的增长势头，尤其在追求高生活品质的消费者群体中，这一增长趋势将更加显著。

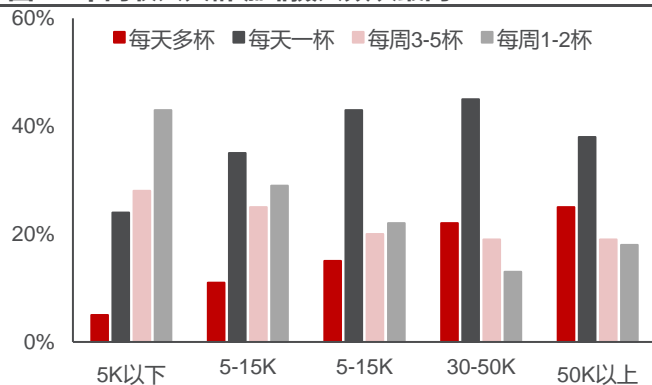
图7：中高收入人群咖啡渗透率最高



资料来源：德勤，民生证券研究院

注：数据来源为德勤 2021 年 4 月发布的《中国现磨咖啡行业白皮书》

图8：中高收入人群咖啡摄入频次最高



资料来源：德勤，民生证券研究院

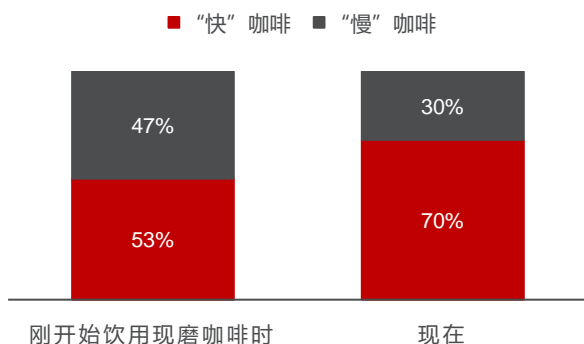
注：数据来源为德勤 2021 年 4 月发布的《中国现磨咖啡行业白皮书》

1.2.2 “快咖啡”消费趋势明显, 半自动咖啡机为主力产品

“快咖啡”趋势推动家用咖啡机增长。尽管咖啡门店依然是主要的咖啡消费场景，但在二、一线城市快速的生活节奏和瑞幸咖啡等咖啡品牌近三年对消费者咖啡习惯的培养影响下，消费者已逐渐习惯了快速的咖啡消费模式。“快咖啡”，即快速便捷的咖啡消费方式，通常指的是使用快速咖啡机或自动咖啡机制作出来的咖啡，其占比正在上升，且现磨咖啡的消费量中有高达 70%来自于这一场景。

“快咖啡”场景更重视获取便捷性，而“慢咖啡”场景更重视品牌调性和环境配套。为了适应消费者对时间效率的要求，家用咖啡机已成为日常生活中不可缺少的设备，如可供早餐场景使用的便捷咖啡机和居家咖啡吧台。

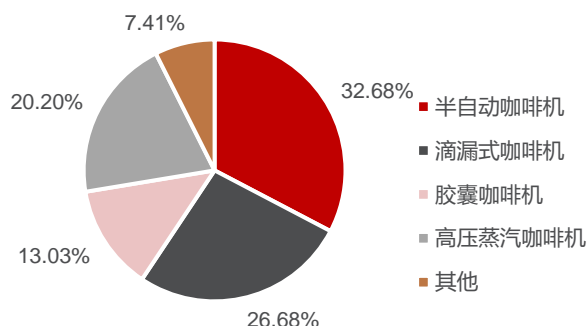
图9：消费者现磨咖啡消费场景



资料来源：德勤，民生证券研究院

注：数据来源为德勤 2021 年 4 月发布的《中国现磨咖啡行业白皮书》

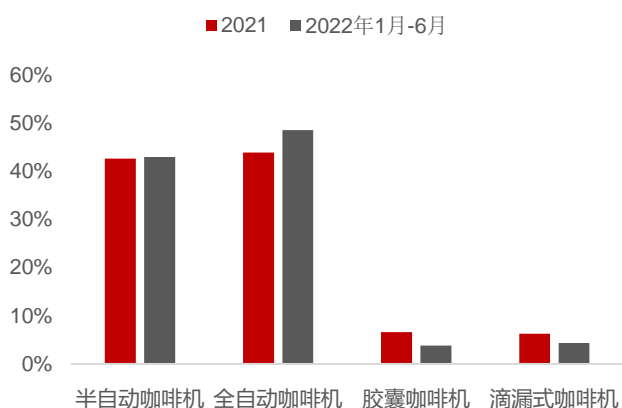
图10：国内线上咖啡机销量分布 (2022 年)



资料来源：观研天下，民生证券研究院

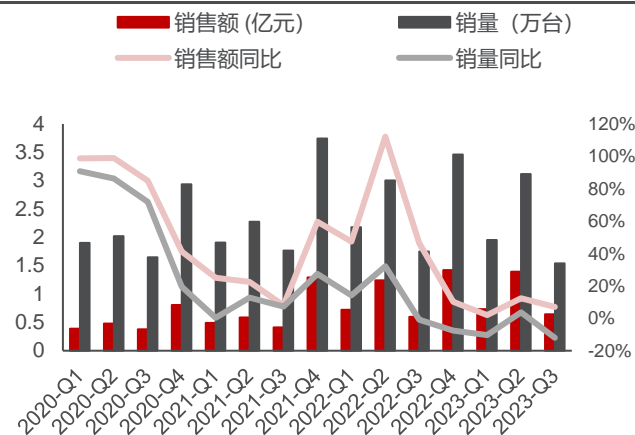
咖啡机线上销售以半自动化和全自动化咖啡机为主，反映了消费者对于个性化调节口味和操作便捷性的强烈需求。半自动化咖啡机满足了消费者对于探索和实验不同咖啡风味的愿望，而全自动化咖啡机则迎合了追求时间效率和便利操作的生活方式。咖啡机龙头品牌德龙就以意式半自动化和全自动化咖啡机为主要布局方向，在2020到2023Q3季度维持着稳定的销量和销额。德龙E LattePro咖啡机作为双11爆品具备多种智能化功能：触控操作、一键即享、多种饮品制作、自动清洁等，使高品质咖啡制作更简单，免去后续繁琐的清洁步骤，进一步提升咖啡制作在快咖啡时代的体验感。

图11：德龙不同类型咖啡机销量占比



资料来源：魔镜数据，民生证券研究院

图12：德龙咖啡机销售额及销量情况（淘系平台）



资料来源：魔镜数据，民生证券研究院

2 产品趋势：意式咖啡机热度高，小型、便捷咖啡机增速较快

2.1 机型趋势：意式咖啡机成为关注热点，半自动式咖啡机发展较快

按萃取方式，咖啡机大致可分为滴漏式、胶囊式、全自动意式、半自动意式。

- 滴漏式咖啡机：又称美式滴漏咖啡机，是通过蒸汽水箱，将咖啡豆研磨成咖啡粉，利用重力使咖啡通过滤纸，滴入咖啡杯中。机器操作较为便捷，但需手工磨豆。价格亲民，适合预算有限、喜欢美式咖啡的人群。
- 胶囊式咖啡机：咖啡粉置于胶囊内，充满氮气保鲜，使用时将咖啡胶囊放入胶囊仓中，通过加压萃取。操作快捷，清洗方便，体积较小，但多数机型无法匹配跨品牌胶囊。
- 全自动意式咖啡机：放入咖啡豆，选择类型即可，实现从磨豆-压粉-高压萃取的全自动过程。使用方便，一键操作，适合预算充足，对咖啡品质有追求的人。

- 半自动意式咖啡机：需要手动磨豆、压粉，机器完成加压萃取。半自动咖啡机可以满足用户的多种需求，使用户享受制作咖啡的乐趣，但对操作技能有一定的要求，耗时较长，适合专业人士、咖啡发烧友。

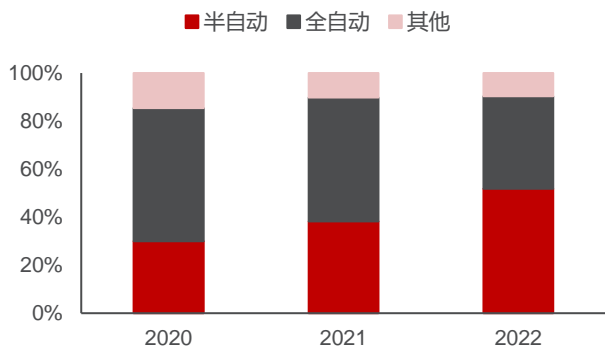
表1：咖啡机机型分类及介绍

咖啡机机型分类				
	滴漏式咖啡机	胶囊式咖啡机	全自动意式咖啡机	半自动意式咖啡机
产品图片				
类型	美式	意式，部分机型可制作花式咖啡	意式，部分机型可制作花式咖啡	意式，可制作花式咖啡，可拉花
特点	价格相对便宜，使用较为简单，只能制作美式咖啡	操作方便，体积小，价格较贵	使用方便，一键操作。简单按键即可制作各种咖啡	功能齐全；除机器萃取，大部分动作都需动手制作，体验制作咖啡乐趣
清洗	方便	方便	较为方便	相对繁琐
适合人群	入门级；预算较少，喜欢美式咖啡	入门级；家用居多，喜欢小体积咖啡机的人群	进阶级；对不同类型咖啡有需求，预算充足，对咖啡品质有追求的人	专业级；喜欢体验咖啡制作，时间充裕，专业人士
主要品牌	小熊、美的、飞利浦、德龙	多趣酷思、比乐蒂、奈斯派索	德龙、飞利浦、东菱	德龙、柏翠、东菱、索利斯

资料来源：中国咖啡网，民生证券研究院

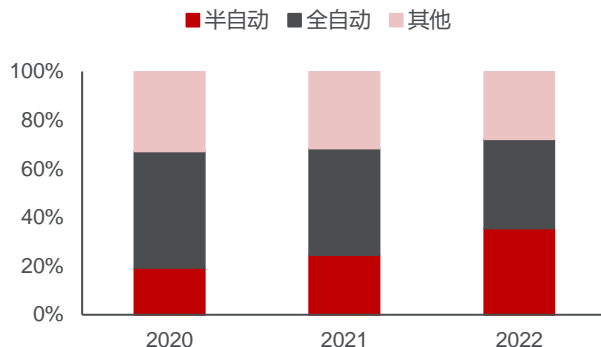
半自动咖啡机销额涨幅较大，意式咖啡机市场份额占比大。根据魔镜数据，全自动咖啡机淘系平台销额占比下降，2020年为55%，2022年下降至38%。半自动式咖啡机市场份额则增长靓丽，根据魔镜数据，半自动式咖啡机淘系平台2020-2022年销额占比分别为30%/38%/52%；半自动式咖啡机淘系平台2020-2022年销量占比分别为19%/25%/36%，销量销额份额均持续提升。按咖啡机型品类细分，意式咖啡机占据主要市场份额，主要由于意式咖啡机功能较多、操作便捷、宣传力度大等原因。

图13: 淘系平台咖啡机分机型销额占比情况



资料来源: 魔镜数据, 民生证券研究院

图14: 淘系平台咖啡机分机型销量占比情况

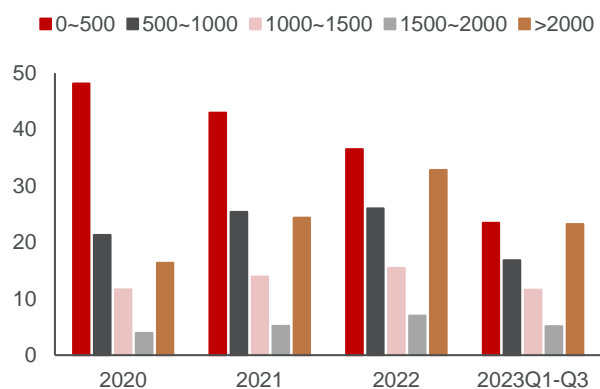


资料来源: 魔镜数据, 民生证券研究院

2.2 价格趋势: 高价位段增长靓丽, 均价呈上升趋势

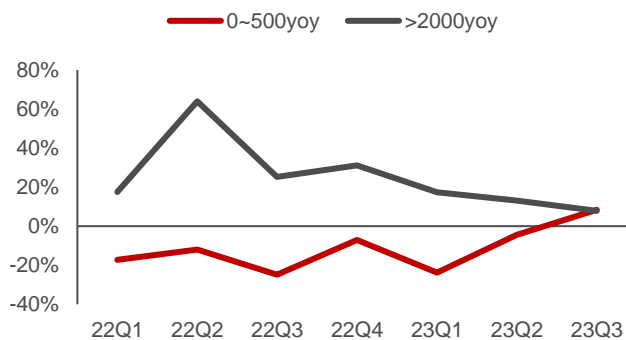
家用咖啡机呈现低价位高价位占比高, 中层价位占比小的趋势。根据魔镜数据, 淘系平台 2020~2023Q3 年 0~500 元价格区间的产品销量分别为 48/43/37/23 万台, 呈逐年下降趋势, 但始终为最高销量区间。2000 元以上产品销量逐年增长, 2023Q1-Q3 期间, 销量已达到 23 万台, 基本追平 0~500 元价格区间的销量。自 22Q1-23Q3, 高价位段 (均价 >2000 元) 咖啡机销量正向增长, 同比均为正值, 分别为 +17%/+64%/+25%/+31%/+17%/+13%/+8%。自 22Q1-23Q2, 低价位段 (均价 <500 元) 咖啡机销量呈现负增长, 同比分别为 -17%/-12%/-25%/-7%/-24%/-5%, 至 23Q3 回暖, 出现 8% 的正增长。

图15: 淘系平台咖啡机分价格段 (元) 销量 (万台)



资料来源: 魔镜数据, 民生证券研究院

图16: 淘系平台咖啡机主要价格段 (元) 销量同比



资料来源: 魔镜数据, 民生证券研究院

咖啡机均价上涨, 高价位段销量领先, 主要原因为高价位咖啡机的功能集中化更能满足消费者需求, 同时追求高品质的消费特征符合咖啡机目标人群的特点。

- 根据魔镜数据, 2020-2023Q3 家用咖啡机均价分别为 1142/1465/1904/2049 元, 呈上涨趋势。高价位咖啡机主要机型为意式全自动咖啡机和意式半自动咖啡机, 其中功能集中化为主要特点, 其中百胜图 BAE02S 咖啡机销额增速较为靓丽, 根据魔镜数据, BAE02S 咖啡机京东平台

23 年前三季度销额 0.13 亿元，同比+101%。该咖啡机为研磨一体式，具有高萃取压力、防水设计、压力可视以及可拆卸测流手柄等特点。高价位咖啡机对于萃取专业度、温控精确化、功能集中化的要求更高，从品质、颜值、操作等多方面满足消费者需求。

图17：百胜图 BAE02S 咖啡机



资料来源：京东官网，民生证券研究院

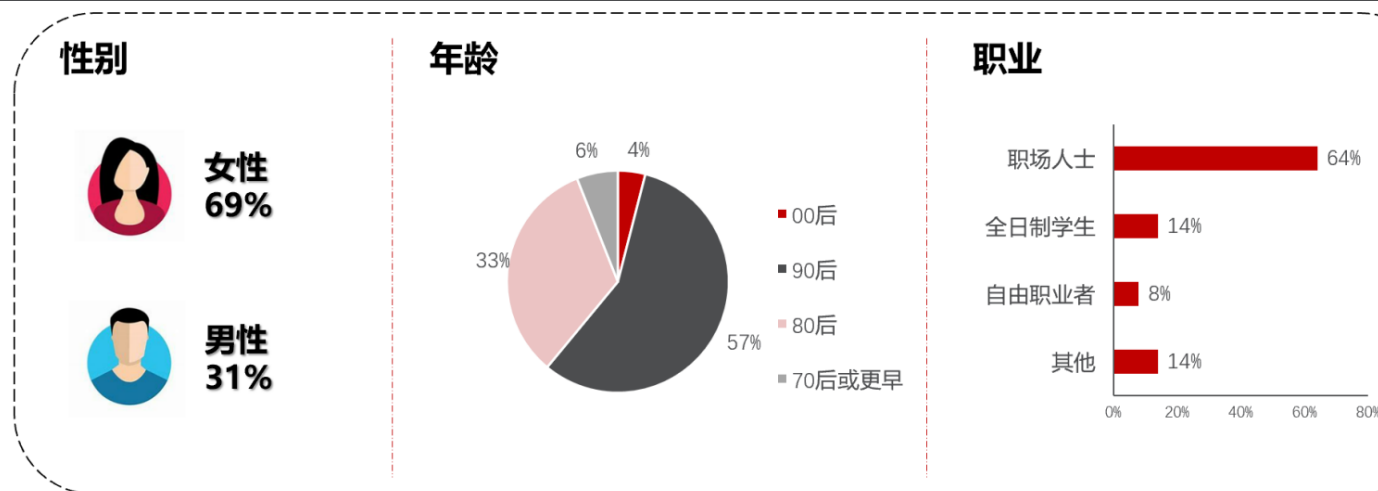
图18：BAE02S 功能特点



资料来源：京东官网，民生证券研究院

- 根据雀巢&TMIC 有谋和虎嗅调研数据，包装咖啡消费者男女比例约为 3: 7，且 90 后为核心用户，反映了咖啡消费群体的年轻化。超过一半的咖啡用户为职场人士，体现了咖啡消费者群体高收入的特点。咖啡消费者与咖啡机目标群体有较大的重合度。为了获得高品质、定制化的咖啡，拥有一定消费能力的咖啡消费者会选择购买家用咖啡机，同时由于咖啡消费者具有年轻化、收入较高的特点，对咖啡机的性能提出了更高的要求，咖啡机均价有望持续上行。

图19：咖啡消费者画像



资料来源：雀巢&TMIC 有谋，虎嗅调研，民生证券研究院

2.3 功能趋势：智能化成发展趋势，小型、便捷咖啡机增速较快

多家品牌重点推出智能化咖啡机，家用咖啡机智能化趋势凸显。全自动咖啡机搭载智能互联，逐渐成为咖啡机发展新趋势。2023年3月最新上市的卡梭全自动咖啡机和咖博士玛斯特 H2 都配备了智能化功能。卡梭全自动咖啡机拥有一键清理剩豆和智能自清洗系统，无论是排空豆仓剩余咖啡豆，还是对管路进行清洗，都可以交给系统自动完成，同时支持自定义调节+机器记忆功能。咖博士玛斯特 H2 能够连接手机 APP，实现远程互联，同时支持存储 6 位亲友的咖啡风味偏好，建立私人档案。

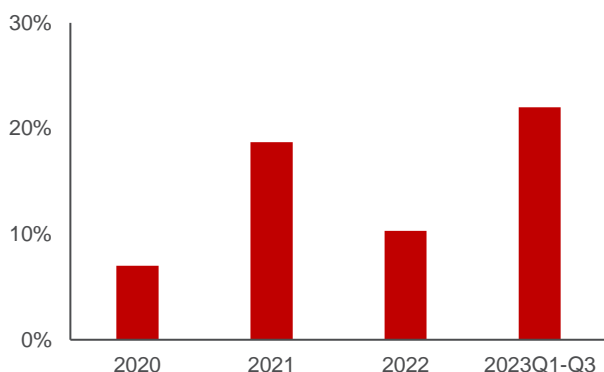
图20：多家品牌重点推出智能化咖啡机



资料来源：京东官网，民生证券研究院

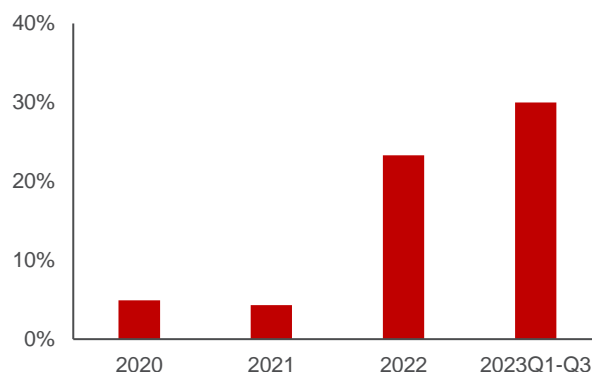
智能型咖啡机销额占比持续上行，成为家用咖啡机重点发展方向。根据魔镜数据，2020-2023Q3 淘系平台百胜图智能型咖啡机销额占百胜图咖啡机整体销额比例分别为 7%/19%/10%/22%，呈波动上行趋势。飞利浦智能型咖啡机销额占飞利浦咖啡机整体销额比例分别为 5%/4%/23%/30%，呈上升趋势，且自 2023 Q1，飞利浦智能型咖啡机已超过总机型的一半，占据重点市场。咖啡机智能化发展已成为重要趋势。

图21：百胜图智能型咖啡机销额占比（淘系平台）



资料来源：魔镜数据，民生证券研究院

图22：飞利浦智能型咖啡机销额占比（淘系平台）



资料来源：魔镜数据，民生证券研究院

便携式咖啡机打造新玩法，咖啡壶成为户外旅行新宠。随着露营经济的蓬勃发展，户外生活和旅行已经成为很多人的生活方式，同时催生了便携式咖啡机需求的增加。相比传统的大容量咖啡机，更加轻便的小容量咖啡机具有更快的增速，成为消费者的新宠。同时，便携式咖啡机还通过新颖的操作方式吸引了大批消费者。咖啡壶作为主要的便携咖啡机，可以分为四种：虹吸壶、摩卡壶、法压壶、手冲壶。不同的咖啡壶具有不同的操作方式和萃取模式，使消费者在制作咖啡时获得乐趣。

图23：四种咖啡壶图示



虹吸壶



摩卡壶



法压壶

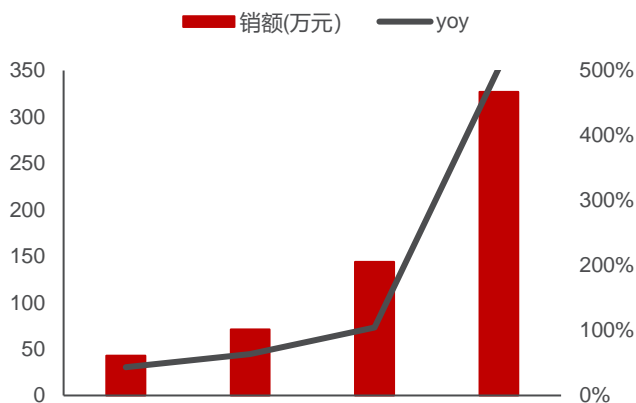


手冲壶

资料来源：中国咖啡网，民生证券研究院

小容量咖啡机增速较快，发展前景广阔。2020-2023Q3 小容量咖啡机保持较高增速，根据魔镜数据，20/21/22/23Q1-Q3 飞利浦小容量咖啡机（5杯以下）销额分别为 43/71/144/327 万元，其中 23Q1-Q3 销额同比+504%，增速迅猛。小容量咖啡机体积小，便于携带和存储，同时操作简单，不需要复杂的设置和繁琐的清洁流程，制作速度快，从准备原料到制作完成只需几分钟，大大提高了效率。例如，苏泊尔小型咖啡机 SW-CEP201 通过小巧便携、续航持久、高压萃取、智能触控等特点获得了较高的关注，取得较好的成绩。

图24：飞利浦小容量咖啡机（5杯以下）销额及同比



资料来源：魔镜数据，民生证券研究院

图25：苏泊尔小型咖啡机 SW-CEP201



资料来源：京东官网，民生证券研究院

3 竞争格局：一超多强，国产品牌崛起

3.1 海外龙头企业持续领航，国产品牌迅速抢占市场

国内家用咖啡机在近两年形成了海外企业领跑，国产品牌紧随其后的格局。

具体来看，据魔镜数据显示，市占率 TOP10 的品牌中主要以海外品牌为主导，如德龙、飞利浦等。2023 年 1-11 月，在淘宝+天猫平台，虽然德龙的占比有所下降，但市占率仍为行业 TOP1，拥有行业领导地位。同时今年有许多表现亮眼的国产品牌后起之秀，例如以百胜图、柏翠和格米莱为代表的国产品牌增长快速，跻身行业前五。据魔镜数据显示，2023 年 1-11 月，淘宝+天猫平台此三个品牌的总市场占有率达到了 17%。

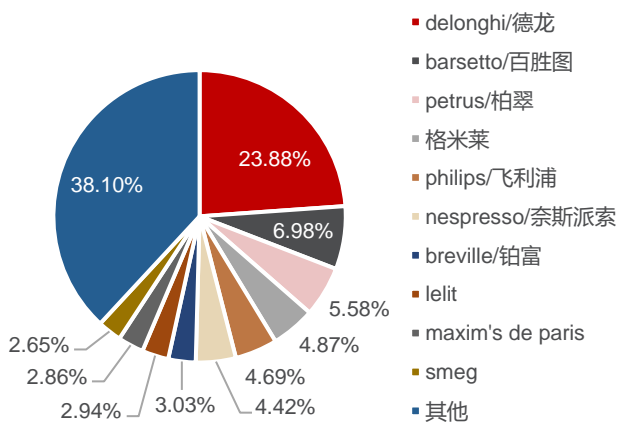
表2：家用咖啡机淘宝+天猫 2021-2023.11 市占率 TOP10 品牌梳理图

排名	2021	2022	2023 年 1-11 月
1	delonghi/德龙	delonghi/德龙	delonghi/德龙
2	nespresso/奈斯派索	philips/飞利浦	barsetto/百胜图
3	philips/飞利浦	barsetto/百胜图	petrus/柏翠
4	welhome/惠家	nespresso/奈斯派索	格米莱
5	breville/铂富	petrus/柏翠	philips/飞利浦
6	smeg	smeg	nespresso/奈斯派索
7	maxim's de paris	maxim's de paris	breville/铂富
8	dolce gusto	格米莱	lelit
9	barsetto/百胜图	welhome/惠家	maxim's de paris
10	格米莱	breville/铂富	smeg

资料来源：魔镜数据，民生证券研究院

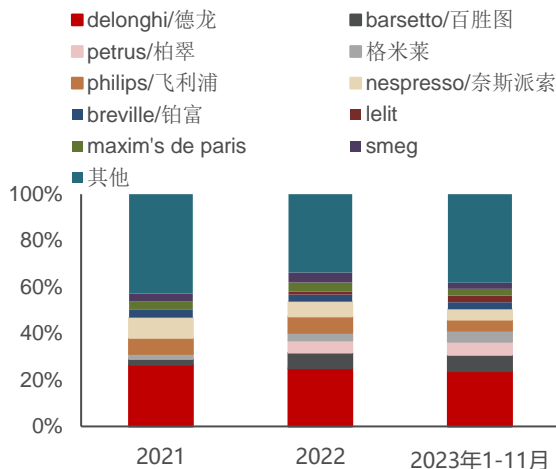
新兴品牌进一步发力，形成“1+n”的行业格局。2023 年 1-11 月，据魔镜数据，在德龙继续保持行业领头地位的基础上，TOP10 品牌多数为新兴品牌。新兴品牌凭借特殊新颖的咖啡机理念赢得了消费者的青睐，进一步瓜分了市场，形成家用咖啡机市场一龙头企业领导，多个品牌百花齐放的格局。其中，百胜图在 2021-2023 年 11 月，推出了多款明星产品，如二代 S 双加热半自动意式咖啡机自上市之后，凭借专业化咖啡机和自由选择理念深入人心。据魔镜数据，2023 年 1-11 月，淘系平台百胜图市占率为 7%，排名第二。柏翠作为 2022 年新兴品牌，以高性价比和极简操作，在上班族选择中占据一席之地，成功打入市场，跻身市占率前三。

图26：2023年1-11月咖啡机品牌淘系平台竞争格局



资料来源：魔镜数据，民生证券研究院

图27：淘系平台TOP10咖啡机品牌市占率变化

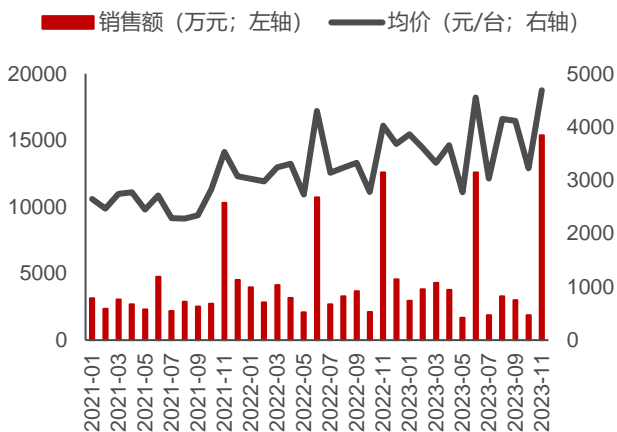


资料来源：魔镜数据，民生证券研究院

3.2 德龙：高端产品矩阵完善，龙头份额稳固

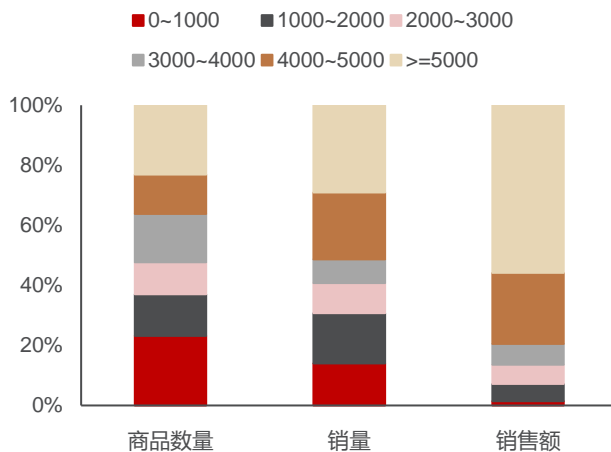
德龙精准布局高端市场，行业头部地位稳定。德龙一直以来都以其成熟的牌和专业性保持着绝对的领导地位，近几年均价波动上升的趋势也带动了销售额的增长。德龙咖啡机主要面向均价 5000 元以上的精致高端市场，采用品质生活的定位，主要面向追求品质生活，拥有精致居家咖啡生活习惯的年轻消费者。

图28：德龙淘系平台销售额及均价变化



资料来源：魔镜数据，民生证券研究院

图29：德龙淘系平台价格段（元）（23.01-23.11）



资料来源：魔镜数据，民生证券研究院

不断丰富产品矩阵，由高端向中高端辐射。今年德龙咖啡机的定位也在不断丰富，在保持高端产品的专业化基础上，增添了中高端的产品。德龙的咖啡机产品大部分为全自动咖啡机，打造了全自动咖啡机的成熟产品链。在天猫榜单中，其定价 9990 元的新品冷萃版探索者全自动咖啡机占领 5000 元以上咖啡机热销榜冠军，以五分钟立享出杯冷萃的创新理念，在高端产品中广受好评。同时，据魔镜数据，今年其价位在 3000-5000 元的中高端咖啡机销量占比也有明显升高，同时还推出了半自动、全自动的多款畅销品。根据天猫榜单显示，例如其致力于打

造“7种饮品一键即得”的 E LattePro 全自动咖啡机，以及“金属迷你质感之选”的 EC9255.WI 研磨一体半自动咖啡机，在 3000-5000 元的价位都有不错的销量。

图30：天猫榜单 5000 元以上热销榜单图



资料来源：天猫榜单，民生证券研究院

图31：天猫榜单咖啡机热销榜单图

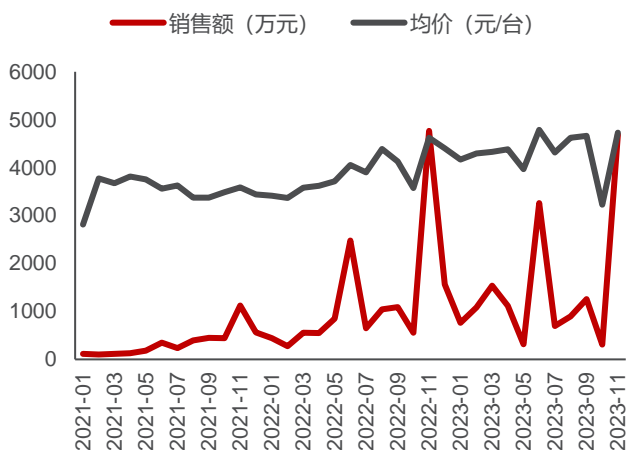


资料来源：天猫榜单，民生证券研究院

3.3 百胜图：定位中高端市场，创新与颜值并举

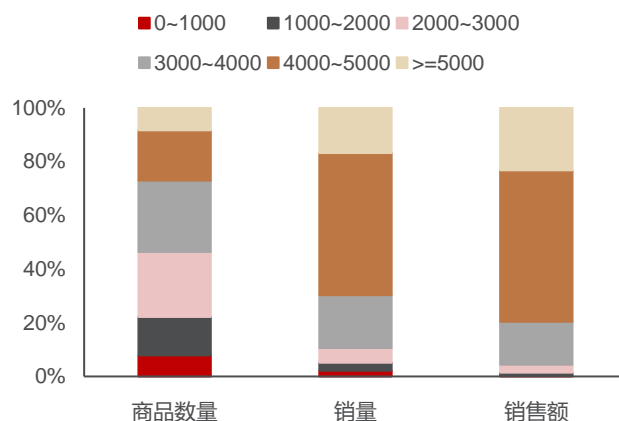
瞄准中高端市场，创新与颜值齐头并进。与小熊、柏翠等主打性价比杀出重围的国产品牌不同，百胜图靠拥有着独特创新和精致外观的中高端产品在家用咖啡机市场中抢占了一席之地。在每一个产品下，都能看到其外观设计手稿，复古小巧的咖啡广受消费者喜爱。百胜图致力于为咖啡爱好者打破常规萃取方式，在此理念引导下，百胜图今年推出了首款创新智能变压精萃手冲咖啡机 BAE-PRO1，让消费者拥有更多的调节空间根据个人风味需求自由定制不同阶段的萃取压力。根据魔镜数据，2021年1月-2023年11月，百胜图淘系平台均价由 2813 元提升至 4733 元。

图32：百胜图淘系平台销售额及均价变化



资料来源：魔镜数据，民生证券研究院

图33：百胜图淘系平台价格段（元）（23.01-23.11）



资料来源：魔镜数据，民生证券研究院

明星产品拉动销量，内容宣传持续助力。百胜图明星产品二代 S 双加热半自动意式咖啡机自去年四月上新后，销额持续增长，成为国内市场半自动中高端咖啡机王牌产品。不同于胶囊式咖啡机（Nespresso 奈斯派索为代表）和全自动意式咖啡机（Delonghi 德龙和 Philips 飞利浦为代表），百胜图二代 S 以“高颜值、双锅炉加热、研磨一体、边打奶边萃取”的专业化半自动意式咖啡机锚定中高端市场，均价在 3000-5000 元，主打在家中拥有性价比创意专业咖啡机。2022 年，百胜图推出带秤的研磨一体咖啡机，并在多个内容平台进行宣传推广，销量持续增加，收获好评。在双十一期间，获得开门红京东淘宝榜单双冠军。

图34：百胜图官方小红书双十一战报图



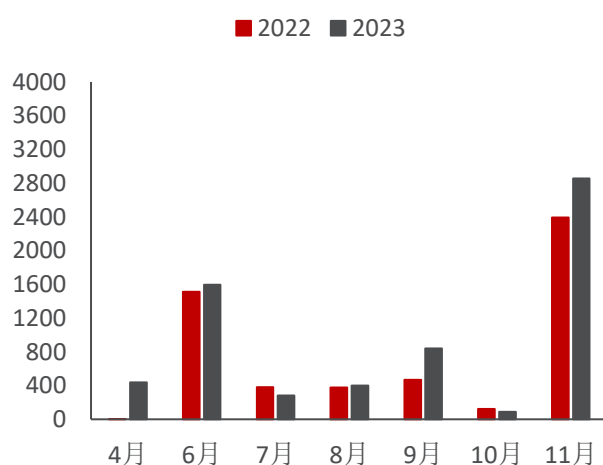
资料来源：百胜图小红书旗舰店，民生证券研究院

图36：百胜图官方小红书咖啡机选择指导图



资料来源：百胜图小红书旗舰店，民生证券研究院

图35：二代 S 双加热半自动意式咖啡机销额（万元）



资料来源：魔镜数据，民生证券研究院

图37：百胜图二代 S 双加热半自动意式咖啡机宣传图



资料来源：百胜图官网，民生证券研究院

4 投资建议

在现磨咖啡的消费逐渐转为日常需求的趋势下，半自动、意式、小型、便捷咖啡机成为焦点，家用咖啡机市场潜力巨大。建议关注：新宝股份，其旗下咖啡机品牌百胜图锚定中高端市场，创新与颜值并举，有望乘咖啡机行业成长红利，在半自动咖啡机细分赛道持续抢占市场份额。

5 风险提示

1) **行业景气度不及预期**：居民消费意愿不及预期，消费者对行业的需求不及预期。

2) **行业竞争加剧**：随着入局品牌的增多，各厂商或将通过产品价格下探等举措应对，行业竞争更加激烈。

插图目录

图 1: 国内现磨咖啡市场规模 23 年有望破 1500 亿元	3
图 2: 全球现磨咖啡市场规模 (2019-2023 年)	3
图 3: 中国人均咖啡消费 (2019-2022 年)	4
图 4: 西方咖啡大国人均咖啡消费 (2019-2022 年)	4
图 5: 中国咖啡市场份额占比(2017-2020 年)	4
图 6: 一线城市消费者摄入现磨咖啡主要原因	4
图 7: 中高收入人群咖啡渗透率最高	5
图 8: 中高收入人群咖啡摄入频次最高	5
图 9: 消费者现磨咖啡消费场景	5
图 10: 国内线上咖啡机销量分布 (2022 年)	5
图 11: 德龙不同类型咖啡机销量占比	6
图 12: 德龙咖啡机销售额及销量情况 (淘系平台)	6
图 13: 淘系平台咖啡机分机型销额占比情况	8
图 14: 淘系平台咖啡机分机型销量占比情况	8
图 15: 淘系平台咖啡机分价格段 (元) 销量 (万台)	8
图 16: 淘系平台咖啡机主要价格段 (元) 销量同比	8
图 17: 百胜图 BAE02S 咖啡机	9
图 18: BAE02S 功能特点	9
图 19: 咖啡消费者画像	9
图 20: 多家品牌重点推出智能化咖啡机	10
图 21: 百胜图智能型咖啡机销额占比 (淘系平台)	10
图 22: 飞利浦智能型咖啡机销额占比 (淘系平台)	10
图 23: 四种咖啡壶图示	11
图 24: 飞利浦小容量咖啡机 (5 杯以下) 销额及同比	11
图 25: 苏泊尔小型咖啡机 SW-CEP201	11
图 26: 2023 年 1-11 月咖啡机品牌淘系平台竞争格局	13
图 27: 淘系平台 TOP10 咖啡机品牌市占率变化	13
图 28: 德龙淘系平台销售额及均价变化	13
图 29: 德龙淘系平台价格段 (元) (23.01-23.11)	13
图 30: 天猫榜单 5000 元以上热销榜单图	14
图 31: 天猫榜单咖啡机热销榜单图	14
图 32: 百胜图淘系平台销售额及均价变化	14
图 33: 百胜图淘系平台价格段 (元) (23.01-23.11)	14
图 34: 百胜图官方小红书双十一战报图	15
图 35: 二代 S 双加热半自动意式咖啡机销额 (万元)	15
图 36: 百胜图官方小红书咖啡机选择导图	15
图 37: 百胜图二代 S 双加热半自动意式咖啡机宣传图	15

表格目录

表 1: 咖啡机机型分类及介绍	7
表 2: 家用咖啡机淘宝+天猫 2021-2023.11 市占率 TOP10 品牌梳理图	12

分析师承诺

本报告署名分析师具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格并登记为注册分析师，基于认真审慎的工作态度、专业严谨的研究方法与分析逻辑得出研究结论，独立、客观地出具本报告，并对本报告的内容和观点负责。本报告清晰地反映了研究人员的研究观点，结论不受任何第三方的授意、影响，研究人员不曾因、不因、也将不会因本报告中的具体推荐意见或观点而直接或间接收到任何形式的补偿。

评级说明

投资建议评级标准	评级	说明
以报告发布日后的 12 个月内公司股价（或行业指数）相对同期基准指数的涨跌幅为基准。其中：A 股以沪深 300 指数为基准；新三板以三板成指或三板做市指数为基准；港股以恒生指数为基准；美股以纳斯达克综合指数或标普 500 指数为基准。	推荐	相对基准指数涨幅 15%以上
	谨慎推荐	相对基准指数涨幅 5% ~ 15%之间
	中性	相对基准指数涨幅-5% ~ 5%之间
	回避	相对基准指数跌幅 5%以上
行业评级	推荐	相对基准指数涨幅 5%以上
	中性	相对基准指数涨幅-5% ~ 5%之间
	回避	相对基准指数跌幅 5%以上

免责声明

民生证券股份有限公司（以下简称“本公司”）具有中国证监会许可的证券投资咨询业务资格。

本报告仅供本公司境内客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。本报告仅为参考之用，并不构成对客户的投资建议，不应被视为买卖任何证券、金融工具的要约或要约邀请。本报告所包含的观点及建议并未考虑个别客户的特殊状况、目标或需要，客户应当充分考虑自身特定状况，不应单纯依靠本报告所载的内容而取代个人的独立判断。在任何情况下，本公司不对任何人因使用本报告中的任何内容而导致的任何可能的损失负任何责任。

本报告是基于已公开信息撰写，但本公司不保证该等信息的准确性或完整性。本报告所载的资料、意见及预测仅反映本公司于发布本报告当日的判断，且预测方法及结果存在一定程度局限性。在不同时期，本公司可发出与本报告所刊载的意见、预测不一致的报告，但本公司没有义务和责任及时更新本报告所涉及的内容并通知客户。

在法律允许的情况下，本公司及其附属机构可能持有报告中提及的公司所发行证券的头寸并进行交易，也可能为这些公司提供或正在争取提供投资银行、财务顾问、咨询服务等相关服务，本公司的员工可能担任本报告所提及的公司的董事。客户应充分考虑可能存在的利益冲突，勿将本报告作为投资决策的唯一参考依据。

若本公司以外的金融机构发送本报告，则由该金融机构独自为此发送行为负责。该机构的客户应联系该机构以交易本报告提及的证券或要求获悉更详细的信息。本报告不构成本公司向发送本报告金融机构之客户提供的投资建议。本公司不会因任何机构或个人从其他机构获得本报告而将其视为本公司客户。

本报告的版权仅归本公司所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式、任何目的进行翻版、转载、发表、篡改或引用。所有在本报告中使用的商标、服务标识及标记，除非另有说明，均为本公司的商标、服务标识及标记。本公司版权所有并保留一切权利。

民生证券研究院：

上海：上海市浦东新区浦明路 8 号财富金融广场 1 幢 5F； 200120

北京：北京市东城区建国门内大街 28 号民生金融中心 A 座 18 层； 100005

深圳：广东省深圳市福田区益田路 6001 号太平金融大厦 32 层 05 单元； 518026