

市场洞察：咖啡革命 2.0，智能咖啡机的高端化与家用普及之路

China Smart Coffee Machine Industry

中国のスマートコーヒーメーカー産業

报告标签：智能咖啡机、出口、智能化、环保意识
2025年5月13日

Q1: 中国智能咖啡机线上出口占比已超 40% 且增速远超传统外贸, 中国企业是如何借助政策, 开展国际合作, 打开发展中国家市场的?

图表1: 中国智能咖啡机行业相关政策

发布时间	发布部门	政策名称	政策内容	政策性质
2024年4月	工业和信息化部、商务部	《关于开展2024“三品”全国行活动的通知》	面向家用电器等重点行业, 聚焦研发设计、生产制造经营管理、用户服务等关键环节, 推广智能仿真测款个性化定制、柔性制造、敏捷供应链新场景, 培育挖掘数字消费、绿色消费、健康消费新模式。政策旨在推动家电行业的高质量发展和消费升级。	支持类
2023年7月	发改委	关于恢复和扩大消费措施的通知	推广智能家电、集成家电、功能化家具等产品, 提升家居智能化绿色化水平。加快实施家电售后服务提升行动。深入开展家电以旧换新, 加强度1日家电回收。	支持类
2022年10月	发改委、商务部	《鼓励外商投资产业目录(2022年版)》	该目录鼓励外商在中国投资先进制造业, 包括家用电器生产领域, 旨在提升产业链水平, 促进高端家电产品的研发和生产。	支持类
2022年9月	中国标准化协会	《家用及类似用途咖啡机技术要求和试验方法》	该标准通过明确技术要求和试验方法, 规范了咖啡机产品的生产和测试流程, 确保产品的安全性和性能, 对行业起到规范和引导作用。	规范类
2022年8月	工信部、住建部、商务部、市场监管总局	《推进家居产业高质量发展行动方案》	在家居产业培育 50 个左右知名品牌、10 个家居生态品牌, 推广一批优秀产品, 建立 500 家智能家居体验中心, 培育15 个高水平特色产业集群, 以高质量供给促进家居品牌品质消费	支持类
2022年7月	商务部、发改委、工信部、财政部等	《商务部等 13 部门关于促进绿色智能家电消费若干措施的通知》	通知开展全国家电“以旧换新”活动、推进绿色智能家电下乡、拓展消费场景提升消费体验、优化绿色智能家电供给等多举措, 以补齐家电市场短板弱项, 打通家电消费堵点, 满足人民群众对低碳、绿色、智能、时尚家电消费升级需求, 拉动家电及上下游关联产业发展, 助力稳定宏观经济大盘, 更好服务构建新发展格局。	指导类

■ 国家政策扶持叠加国际技术合作, 智能咖啡机行业加速智能化升级。

在中国家电产业升级政策的推动下, 智能咖啡机行业正经历技术革新。政策要求家电向智能化转型, 企业通过增加物联网模块, 让咖啡机具备手机APP远程控制、智能缺水提醒等实用功能。例如消费者可在通勤途中启动机器, 到家即享受磨咖啡。《鼓励外商投资目录》引入德国、意大利等咖啡机强国的先进技术, 中外企业联合研发新型压力控制系统和温控技术。通过合作, 国内产品不仅实现精准控制92°C黄金萃取温度, 还将咖啡浓度误差缩小到0.5%以内, 显著提升口感稳定性。工信部《智能制造发展规划》进一步助力产业升级, 推动企业采用自动化生产线和AI质检系统, 使产品良品率提升至99.3%, 同时降低15%生产成本。这种政策引导与技术引进的双重作用, 正在重塑智能咖啡机市场格局, 让消费者获得更优质、便捷的咖啡体验。

2024年中国咖啡机出口平均单价为

160元

■ 政策发力激活下沉市场, 智能咖啡机加速普及与消费升级。

在三四线及农村地区, 企业借政策东风开展“体验式营销”, 通过现场演示智能咖啡机的一键操作、APP远程控制等功能, 配合购机补贴, 让原本对咖啡文化陌生的消费者直观感受到现磨咖啡的便利与品质提升。针对存量市场, 以旧换新政策打破升级瓶颈。普通滴滤咖啡机用户可折价300-500元置换智能机型, 部分品牌叠加“旧机抵价+节能补贴”双重优惠, 使升级成本降低40%。这种“低成本尝鲜”模式在一二线城市效果显著。参与以旧换新的智能咖啡机订单中, 83%来自原有咖啡机用户, 其中65%选择具备压力调节、奶泡系统等专业功能的中高端产品。

来源: 头豹研究院、咖啡知识局、中国海关总署、咖啡爱好者

Q2: 在全球咖啡消费热潮与品质生活需求的驱动下，中国智能咖啡机行业是如何通过技术创新和绿色转型举措向国际市场发展的？

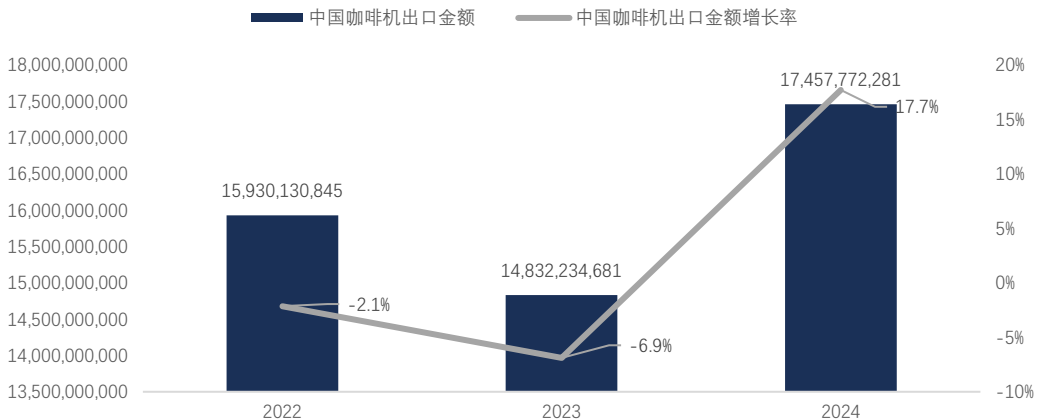
- 全球咖啡消费热潮与品质生活需求的双轮驱动下，中国智能咖啡机行业借助“一带一路”和电商实现了海外发展，加速全球化布局。

中国智能咖啡机出口持续攀升，背后是全球咖啡消费热潮与品质生活需求的双轮驱动。随着咖啡文化从欧美向新兴市场渗透，海外消费者对便捷、智能的咖啡制作设备需求激增，尤其“一带一路”沿线国家成为新增长极。本土企业借政策东风深化国际合作，通过定制化产品打开发展中国家市场，同时依托跨境电商平台直接触达海外消费者，大幅降低传统贸易成本。线上渠道的崛起彻底改变了出口模式。企业通过亚马逊、Temu等平台快速铺货，结合直播带货、社交媒体营销，精准触达海外年轻群体。数据显示，线上出口占比已超40%，且增速远超传统外贸。未来，随着海外仓布局优化和本地化服务完善，智能咖啡机有望借助数字化贸易进一步抢占全球市场，推动“中国制造”向“全球品牌”升级。

- 技术革新推动智能咖啡机向“精准化、多功能、互联化”升级，同时通过环保健康理念，行业加速绿色转型，打造新行业竞争壁垒。

技术创新正推动中国智能咖啡机向“精准化、多功能、互联化”跃升。企业通过研发智能研磨系统和压力调控技术，实现咖啡浓度、温度的毫米级控制，配合APP预设口味参数，满足个性化定制需求。产品功能边界持续拓展，集成现磨豆浆、奶茶等饮品模式，搭配物联网技术实现远程操控与故障自检，用户可通过手机端实时调整参数或召唤售后支持。在环保趋势下，行业加速绿色转型，采用可再生材料机身设计，优化能耗较传统机型降低30%，并推出豆渣回收装置减少浪费。健康维度则聚焦“从咖啡到饮水”的全流程管控，搭载RO反渗透净水模块、益生菌添加组件，支持自定义钙镁离子浓度，契合消费者对低脂、功能性饮品的追求。智能技术提升使用体验，环保属性打开欧美市场，健康功能渗透亚洲消费群体，推动中国智造从“价格竞争”转向“价值输出”，在全球咖啡机产业中建立差异化优势。

图表2：2022-2024年中国咖啡机出口金额（元）及增长率（%）



来源：头豹研究院、咖啡知识局、中国海关总署、咖啡爱好者

Q3: 差异化竞争策略促进了行业在技术研发、产品设计和用户体验上的进步, 那么, 中国品牌是如何利用技术与设计创新驱动, 满足多维度市场需求的?

- 智能咖啡机行业在中国市场正展现出强劲发展势头, 形成高端专精与智能细分两大竞争领域, 共同推动行业多元化与技术创新。

高端品牌专注于提升产品品质、稳定性和设计美感, 以满足追求卓越咖啡体验的消费者需求; 而智能细分领域的品牌则着重于开发个性化和智能化功能, 以适应不同消费场景和用户需求。这种差异化的竞争策略不仅丰富了市场选择, 也促进了整个行业在技术研发、产品设计和用户体验上的持续进步。同时, 品牌之间的协同效应和与咖啡豆产业的紧密联系, 进一步增强了行业整体的竞争力和市场吸引力。

- 咖啡机行业正围绕智能操作、稳定出品、精巧设计三大核心展开激烈竞争, 推动着整个行业的升级与创新。各品牌通过智能化功能, 打破传统操作壁垒, 为用户带来便捷体验, 同时通过各类技术确保品质稳定性, 满足消费者对专业级咖啡的追求。

咖啡机行业正围绕“智能操作”“稳定出品”“精巧设计”三大核心展开激烈竞争, 推动着整个行业的升级与创新。智能化已成为行业标配, 通过惠家能的APP自定义萃取曲线、铭博士中央系统的远程监控、小熊傻瓜式按键操作以及心想的AI算法精准口味推荐等功能, 全面打破了传统咖啡机的操作壁垒, 为用户带来更便捷的使用体验。品质稳定性作为高端市场的重要门槛, Petrus的专利恒温系统、惠家能的锌合金耐热发热盘和铭博士的物联网实时监测技术, 确保了每一杯咖啡的品质一致性, 满足了消费者对专业级咖啡的追求。在设计便捷性方面, Petrus的欧式轻奢美学、惠家能的体积优化、小熊的迷你机身以及心想的便携式设计, 都精准击中了现代消费者对产品外观和空间适配性的需求。随着技术的不断下沉和应用场景的拓展, 咖啡机行业正从专业领域逐步走向大众消费市场, 让更多消费者能够轻松享受到高品质的咖啡体验。

图表3: 2025年中国前5大智能咖啡机品牌竞争格局

品牌名称	品牌发展特色	品牌产品特色	品牌与海外产品的竞争力
柏翠 Petrus	中高端厨房电器代表, 凭借面包机领域的创新技术积累拓展至咖啡机市场	产品以欧洲设计风格为主, 搭载专利温控系统, 擅长意大利浓缩咖啡的稳定萃取, 适用于家庭与小型商用场景	在海外市场表现亮眼, 覆盖俄罗斯、日本等地, 其产品在设计和性能上具有一定竞争力, 能满足不同场景下对咖啡品质的较高要求
惠家 Welhome	依托母公司金佰利集团资源, 专注于专业级咖啡设备研发	半自动咖啡机采用双锅炉设计, 支持精准压力调节, 2025年推出的智能版车型新增物联网功能, 用户可通过手机APP定制萃取曲线, 实现个性化操作	注重专业性和智能化的结合, 与海外品牌相比, 在智能化操作和个性化定制方面具有一定优势, 可满足咖啡爱好者对咖啡制作过程的精细化控制需求
咖博士 Dr.Coffee	定位于商用市场, 以物联网技术与高稳定性著称	旗下机型支持微信扫码支付、自动清洁和连续出杯功能, 日均产能可达300杯以上, 广泛入驻写字楼、便利店等场景, 专利冲泡系统通过动态压力调整, 确保高频使用下咖啡油脂的绵密口感	在商用咖啡机领域, 其物联网技术和高稳定性的特点使其在海外市场具有较强的竞争力, 能够满足大规模、高频次的咖啡制作需求
小熊 Bear	以高性价比策略抢占家用市场	主打迷你便携式咖啡机, 2025年新品“胶囊意式一体机”融合胶囊兼容与手动研磨双模式, 机身重量仅1.2kg, 适合年轻用户与小户型家庭, 创新防滴漏设计和一键清洗功能提升了操作便捷性	产品设计小巧便携, 功能实用, 价格亲民, 在家用咖啡机市场尤其是年轻消费群体中具有较强的竞争力, 与海外品牌相比, 在性价比和便携性方面更具优势
心想 Shot	宁波心想科技凭借智能胶囊咖啡机打开市场	2025年众筹金额突破150万元的第三代机型新增AI口味推荐功能, 通过云端数据库分析用户偏好, 自动调整水温、水量与萃取时间, 兼容30余种第三方胶囊	智能化程度较高, 能够根据用户偏好进行个性化调整, 与海外品牌相比, 在智能化和个性化服务方面具有一定竞争力, 满足了消费者对便捷、多元化咖啡体验的需求

来源: 头豹研究院、咖啡知识局、中国海关总署、咖啡爱好者

Q4：海内外咖啡机品牌在市场中形成差异化竞争格局，围绕技术专业化和场景普惠化展开竞争，企业在竞争中是如何利用各自优势形成差异化？

- 国际与本土咖啡机品牌在市场中各展其能，形成差异化竞争格局。围绕技术专业化和场景普惠化展开，国际品牌的历史积淀赋予其技术优势，本土品牌则借助本土化洞察与智能化升级重塑用户体验。未来随着咖啡消费日常化与技术民主化，能平衡专业性能与场景适配的品牌有望引领市场潮流。

国际与本土咖啡机品牌在市场中各展其能。国际品牌倚仗核心技术深耕高端领域，德龙以意式浓缩技术满足专业需求，奈斯派索用胶囊体系平衡便捷与品质，飞利浦靠模块化设计覆盖多元场景，博世借智能传感优化萃取参数，四者凭借深厚技术积累与研发实力，构筑起高端市场的技术壁垒。中国品牌则另辟蹊径，聚焦智能化与场景化创新，美菱整合 IoT 技术打造智能家居解决方案，米家依托生态链以高性价比吸引年轻用户，峰巢凭借极简设计契合 Z 世代审美，东菱通过功能叠加拓展用户群体。市场竞争围绕技术专业化和场景普惠化展开。国际品牌的历史积淀赋予其技术优势，中国品牌则借助本土化洞察与智能化升级重塑用户体验。未来，咖啡消费日常化与技术民主化趋势下，能平衡专业性能与场景适配的品牌，有望引领市场潮流。

- 国际品牌持续深耕咖啡工艺技术纵深，以专业设备路径巩固高端市场；中国品牌则通过智能交互与场景适配，以智能家电路径拓宽大众市场边界。共同推动咖啡机行业向“技术深水区”与“体验普惠化”双向拓展，满足不同用户群体对咖啡机的多样化需求，为咖啡机行业的多元发展注入新动力。

国际与本土咖啡机品牌在产品功能上展现出不同特色：国际品牌凭借核心技术优势，通过优化奶泡打发、胶囊系统封装、多模式冲煮、萃取压力与温度调节等技术，强化咖啡制作工艺，保障品质稳定性，覆盖全场景需求，提升咖啡物质溶出效率，构建起专业壁垒；而中国品牌则聚焦智能化和设计创新，集成IoT远程控制、语音交互、生态链协同等技术，实现多设备联动、可视化操作、数据互通，降低学习成本，同时采用参数化工业设计语言与模块化外观方案，支持个性化定制，创新集成多功能系统，提升功能集成度，重塑用户体验。

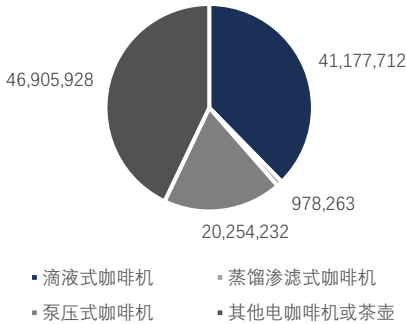
图表4：中国与国际智能咖啡机行业品牌对比

国际品牌		中国品牌	
品牌名称	品牌产品特色	品牌名称	品牌产品特色
德龙 Delonghi	意式浓缩咖啡机性能出色，蒸汽喷嘴设计便于制作奶泡，外观时尚多样，操作简单，部分型号带有自动清洁功能。	美菱 MeiLing	智能咖啡机具有手机远程控制、智能语音控制等功能，可根据用户习惯自动调整咖啡参数，大容量水箱和豆仓设计满足家庭使用需求。
奈斯派索 Nespresso	胶囊咖啡系统便捷，胶囊种类丰富，口味多样，咖啡机设计精致小巧，操作极为简单，一键式萃取。	米家 MIJIA	咖啡机简洁易用，通过米家APP实现智能控制，可与其他小米智能设备联动，外观设计简约现代，符合年轻人审美。
飞利浦 Philips	咖啡机功能全面，部分型号集成了多种咖啡制作模式，研磨系统精细，预浸泡功能有助于提升咖啡风味，外观设计符合人体工程学。	蜂巢 FengChao	咖啡机外形设计新颖，部分型号采用模块化设计便于维护和升级，强调咖啡制作的个性化和趣味性。
博世 Bosch	咖啡机采用先进的研磨技术和加热系统，萃取效果好，噪音控制出色，具有多种咖啡强度和浓度可选项，适合不同口味需求。	东菱 Donlim	咖啡机功能丰富，部分型号带有自动奶泡系统和多种饮品制作功能，操作简便，外观设计多样。

来源：头豹研究院、咖啡知识局、中国海关总署、咖啡爱好者

Q5: 2024年中国咖啡机出口市场中滴滤式与泵压式咖啡机合计占据超80%的份额，那么滴滤式和泵压式咖啡机是如何凭借优势满足全球市场的需求的？

图表5: 2024年中国各类咖啡机出口机数(个)



- 2024年中国咖啡机出口市场呈现显著的品类分化特征。滴滤式与泵压式咖啡机合计占据超80%的份额，表明了全球市场对这两种机型的核心需求。

滴滤式咖啡机竞争优势源于价格普惠性与操作简易性的双重特质，一键式操作设计极大降低了使用门槛，这使得缺乏专业咖啡制作经验的家庭用户及小型商业场景均能轻松采纳。泵压式咖啡机通过压力控制技术实现咖啡萃取的精细化，能够稳定输出浓缩咖啡等风味层次丰富的饮品。随着全球咖啡消费从“饮用”向“品鉴”升级，越来越多消费者追求醇厚口感与专业级体验，泵压式机型凭借对咖啡粉萃取效率与品质的精准把控，在咖啡文化深厚的欧洲、北美等市场持续热销，尤其在意大利浓缩、美式咖啡等经典品类盛行的区域，这类机型已成为商业与家庭场景的标配设备。

Q6: 智能咖啡机如何通过认知智能与绿色闭环的革新满足市场对科技与环保的双重需求？品牌如何借助多场景和健康管理的拓展进一步提升市场竞争力？

- 智能咖啡机技术革新正围绕认知智能与绿色闭环两大维度展开深度变革。

智能咖啡机的技术革新正围绕“认知智能”与“绿色闭环”两大维度展开深度变革。智能化层面，AI算法与物联网技术的融合推动设备向“主动服务”进化，通过深度学习用户行为数据，系统可自主生成个性化咖啡配方，例如蓝山Coffee OS 3.1已实现基于心率数据动态调节咖啡因浓度，而本地化数据处理机制进一步强化了隐私保护。绿色化层面，环保技术从末端治理转向全链条创新：可降解胶囊采用玉米淀粉基材实现180天自然分解，石墨烯加热模组以“秒级预热”特性降低40%能耗并延长3倍使用寿命，产业链上游通过智能滴灌系统减少豆种植水资源消耗，下游依托模块化拆解设计提升回收率，区块链技术更串联起从种植到废弃的全生命周期碳足迹监测，推动行业向碳中和目标系统性跃迁。

- 智能咖啡机正突破传统场景限制，从家庭办公延伸至户外露营与智能家居生态。这些技术与消费价值的融合重塑行业边界，推动智能咖啡机从单一饮品制作设备进化为多场景联动的健康生活终端。

智能咖啡机正突破传统场景限制，通过技术融合与消费价值创新重塑行业边界。场景端，设备从家庭、办公场景延伸至户外与智能生态：露营场景催生8小时续航、30秒快萃的充电式机型；智能家居生态中，咖啡机作为中控终端联动窗帘、灯光及语音助手，实现“一句话定制饮品+场景氛围”的沉浸式体验。健康端，功能从“咖啡制作”升级为“健康管理”：光谱分析模块实时监测成分并显示卡路里数据，支持低脂奶泡/植物奶替代方案；糖尿病友好模式通过物联网对接医疗平台，自动匹配低GI咖啡豆及冲泡参数，更集成维生素添加功能，推出“抗氧化美式”等定制化健康饮品。

来源：头豹研究院、咖啡知识局、中国海关总署、咖啡爱好者

方法论

- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究19大行业，持续跟踪532个垂直行业的市场变化，已沉淀超过100万行业研究价值数据元素，完成超过1万个独立的研究咨询项目。
- ◆ 研究院依托中国活跃的经济环境，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。
- ◆ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ◆ 研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- ◆ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

法律声明

- ◆ 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复制、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。本报告所指的公司或投资标的的价值、价格及投资收入可升可跌。
- ◆ 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本文所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本文所载资料、意见及推测不一致的报告和文章。头豹不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。

头豹业务合作

数据库/会员账号

可阅读全部原创报告和
百万数据，提供数据库
API接口服务

定制报告

行企研究多模态搜索索引
及数据库，募投可研、
尽调、IRPR等研究咨询

定制白皮书

对产业及细分行业进行
现状梳理和趋势洞察，
输出全局观深度研究报
告

招股书引用

研究覆盖国民经济19+
核心产业，内容可授权
引用至上市文件、年报

市场地位确认

对客户竞争优势进行评
估和调研确认，助力企
业品牌影响力传播

行研训练营

依托完善行业研究体系，
帮助学生掌握行业研究
能力，丰富简历履历

报告作者



陈夏琳
首席分析师
sharlin.chen@leadleo.com



文上
行业分析师
oria.wen@leadleo.com

业务咨询

- 客服电话：400-072-5588
- 官方网站：www.leadleo.com



商务咨询与深度合作

深圳办公室

广东省深圳市南山区粤海街
道华润置地大厦E座4105室

邮编：518057

上海办公室

上海市静安区南京西1717号
会德丰国际广场 2701室

邮编：200040

南京办公室

江苏省南京市栖霞区经济
开发区兴智科技园B栋401

邮编：210046



FROST & SULLIVAN

沙利文

诚邀

2025沙利文新投资大会

第十九届沙利文全球增长、科创与领导力峰会
暨第四届新投资大会

THE 19TH FROST & SULLIVAN GROWTH, INNOVATION AND
LEADERSHIP SUMMIT AND THE 4TH NEW INVESTMENT EVENT

2025年8月27日-28日 中国·上海
August 27th-28th, 2025, Shanghai · China

2025年9月2日 中国·成都
September 2nd, 2025, Chengdu · China

开幕倒计时

期待与您再度携手
共赴增长之旅、共创美好明天

大会咨询热线：021-3209-6800 转 8672

大会咨询邮箱：gil@frostchina.com