

咖啡。精品咖啡豆价格为普通商品豆的2倍以上，且不受国际期货价影响。

云南的咖啡品种以“卡蒂姆”为主，如今，有经验的咖农已经开始尝试种植“瑰夏”“铁皮卡”“波旁”“维拉萨奇”等新品种。云南精品咖啡寻豆师、“咖果咖啡”创始人杨愚表示：“新品种精品咖啡产出率是‘卡蒂姆’的3倍以上，且能为咖农带来新的溢价空间和收益。”

从品牌上树精品

事实上，云南咖啡已经迈出了精品化转型的步伐。据云南国际咖啡交易中心副总经理刘海峰介绍，如今，在云南咖啡生豆大赛中，咖啡杯测的平均分已经从78分提升到82分。近几年来，在昆明街头，一些风格各异的精品咖啡馆也不断涌现，不少产自云南的精品咖啡越来越受到消费者青睐。

2021年成立于昆明的咖啡门店品牌“四叶咖”，主张“只用云南豆，喝出花果香”。短短1年时间，“四叶咖”在昆明、普洱、玉溪等地开了15家门店。“四叶咖”联合创始人黄彪认为：“云南精品咖啡要出圈，需要产品生产企业打造精品品牌，而不是一直做供应链。”

不可忽视的是，云南本土咖啡品牌的知名度还较为有限。“现在的茶饮市场连锁化率已经达到90%以上，而咖啡连锁化率不到30%，很多都是主打情怀、文化、空间的独立咖啡馆。”云南本土精品咖啡连锁品牌“幸也咖啡”联合创始人王楠说，大部分本土知名企业仍以销售咖啡原料为主，终端产品销量小，让人耳熟能详的品牌不多。“云南精品咖啡要走得更远，需要更多品牌的共同推动。”

从消费中育精品

从咖农、咖啡生豆商、生豆烘焙师、咖啡冲煮师到消费者，他们都是成就一杯精品咖啡的重要角色。

“云南咖啡要有自己的独特风味，形成味觉和嗅觉的强记忆点，才能打动消费者。”杨愚认为，要从咖啡种植端发力，并提升加工工艺，做好产品的技术细节。“此外，更重要的是，还需提升消费者对精品咖啡的认知。”

精品咖啡生豆，通过烘焙能产生1000多种自然风味，而大众消费者对于精品咖啡的风味存在一定认知鸿沟。刘海峰说：“精品咖啡是有生命力、有温度和有故事的。要普及咖啡消费文化，开展‘咖啡游学’‘咖啡师技能培训’‘云南咖啡进校园’等活动和赛事，培养出更多云南精品咖啡的爱好者。”

据有关统计数据，全球咖啡消费每年平均增速保持在2%，而我国市场咖啡消费的年均增速则达到15%。据悉，2021年，我国咖啡行业市场规模达3817亿元，同比增长27.2%，预计2025年将超过1万亿元。面对国内巨大的咖啡消费市场和快速上升的消费需求，云南精品咖啡正在释放潜力。云南的咖啡从业群体也在积极探索新出路，一批有情怀的云南精品咖啡庄园和品牌逐渐涌现。

在“幸也咖啡”，王楠希望通过打造平价化、饮品化的精品咖啡，把云南的精品咖啡推向更多消费者。

在普洱市小凹子咖啡庄园，廖秀桂坚信，通过新兴的咖旅融合发展模式，讲好云南精品咖啡的文化故事，就一定能让更多人爱上它。

本刊记者 杨锡畅 / 文图