

AGROINSIGHT

Informações de mercado no agro global

Ministério da Agricultura e Pecuária
Secretaria de Comércio e Relações Internacionais

1



AGRO INSIGHT

UM MUNDO DE OPORTUNIDADES
VOLUME 3

ORIGEM: VEGETAL

2025



MINISTÉRIO DA
AGRICULTURA
E PECUÁRIA

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
UNIÃO E RECONSTRUÇÃO

CHINA



44

A PRESENÇA DO CAFÉ BRASILEIRO NA CHINA. CENÁRIO E OPORTUNIDADES

Número: PEQ-06-2025

Data: 10/03/2025

Posto: Pequim/China

Palavras-chave: China; café; exportação; cenário; mercado

Responsável: Jean Felipe Celestino Gouhie

SUMÁRIO: O mercado chinês de café cresce rapidamente devido à urbanização, aumento do poder aquisitivo e popularização da cultura cafeeira. Em 2023, a China se tornou o sexto maior importador de café brasileiro. Apesar do sucesso no fornecimento de café verde (não torrado), o Brasil enfrenta concorrência de países asiáticos no mercado de café torrado e solúvel, influenciada por tarifas preferenciais dos países da ASEAN. Para superar tais desafios, é essencial investir em cafés especiais, fortalecer parcerias estratégicas e promover intensivamente os produtos brasileiros em eventos e feiras comerciais.

ESTE DOCUMENTO CONTÉM INFORMAÇÕES E ANÁLISES PRODUZIDAS POR SERVIDOR(A) DO MAPA QUE NÃO NECESSARIAMENTE REPRESENTAM AS POSIÇÕES OFICIAIS DO GOVERNO DO BRASILEIRO

Brasil e China – Um brinde histórico ao café

As relações diplomáticas entre Brasil e China foram formalmente estabelecidas em 15 de agosto de 1974, marcadas por um gesto simbólico que permanece na memória histórica dos dois países: **um brinde com xícaras de café**. Autoridades brasileiras e chinesas celebraram o início de uma parceria que, cinco décadas depois, se consolidou em diversas áreas, com destaque para o agronegócio.

Desde esse gesto simbólico, o café continuou desempenhando um papel central nas relações comerciais entre Brasil e China. Ao longo das décadas, o consumo da bebida no país asiático cresceu exponencialmente, criando oportunidades para os exportadores brasileiros. Esse crescimento culminou, em 2024, na assinatura de um memorando de entendimento pelo vice-presidente Geraldo Alckmin com a maior rede de cafeterias da China, a Luckin Coffee, reforçando o compromisso de ampliar a presença do café brasileiro no mercado chinês.

A China, tradicionalmente conhecida por sua cultura milenar do chá, tem experimentado um crescimento acelerado no consumo de café. Historicamente, o chá desempenhou um papel central na sociedade chinesa, sendo não apenas uma bebida, mas um elemento fundamental da cultura e da medicina tradicional. No entanto, as mudanças nos hábitos de consumo, impulsionadas pelo aumento do poder aquisitivo, urbanização e popularização das cafeterias, especialmente nas grandes cidades, têm favorecido a inserção do café no cotidiano dos consumidores chineses.

Em 2024, o mercado chinês de café movimentou aproximadamente US\$ 23,6 bilhões, com uma taxa de crescimento de 15% ao ano, segundo dados do Departamento de Agricultura dos Estados Unidos (USDA). Esse avanço reflete não apenas a influência da cultura ocidental, mas também a diversificação do paladar chinês, que agora inclui o café como uma opção sofisticada e moderna no seu dia a dia.

Figura 1: Brinde, com café, entre o Ministro das Relações Exteriores do Brasil, Azeredo da Silveira, e o Vice-Ministro do Comércio Exterior da China, Chen Jie, em 15 de agosto de 1974



Fonte: Manchete (RJ), 1974



45

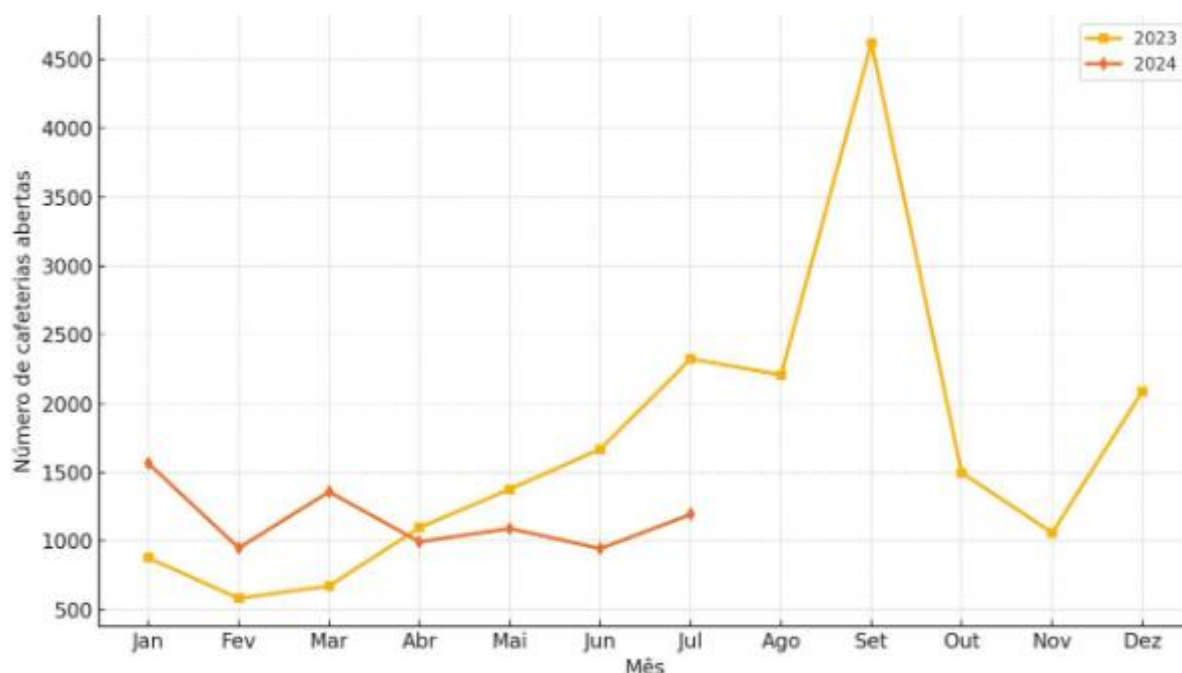


Consumo de café na China

Na última década, o consumo de café subiu 150% no país asiático, podendo chegar a 6,3 milhões de sacas na safra 2024/25, segundo o USDA. Com isso, os chineses passam a ocupar o sexto posto mundial no consumo, atrás de mercados como União Europeia, Estados Unidos e Brasil. Caso essa tendência se mantenha, a China pode se aproximar dos maiores mercados consumidores de café nos próximos anos.

É possível observar também um crescimento vertiginoso do setor de cafeterias, impulsionado pela expansão de redes domésticas e pela forte presença de marcas estrangeiras. A China já ultrapassou os Estados Unidos, tornando-se o país com o **maior número de cafeterias de marca no mundo**, superando a marca de 50 mil lojas. Grandes cadeias internacionais como Starbucks e Luckin Coffee competem lado a lado com redes locais emergentes, como Cudi Coffee, que expandem suas operações para cidades menores e oferecem bebidas adaptadas ao paladar chinês. Projeções indicam que o mercado chinês de cafeterias poderá atingir mais de 86 mil lojas até 2028.

Gráfico 1: Número mensal de cafeterias abertas na China (2023 – 2024)



Fonte: [Yangzhou Ausmen, Ltd](#) (Coffee Cloud), dezembro de 2024

Alguns fatores específicos têm impulsionado significativamente o crescimento desse mercado, como a rápida urbanização e a adoção de estilos de vida ocidentais pelos chineses, levando-os a incorporar o café no cotidiano. Além disso, o aumento da classe média e seu poder aquisitivo maior proporcionam uma maior disposição para experimentar novos produtos, incluindo o café. O crescimento do e-commerce e as plataformas digitais também desempenham um papel importante, facilitando o acesso ao café através de sites como Tmall e JD.com.



46

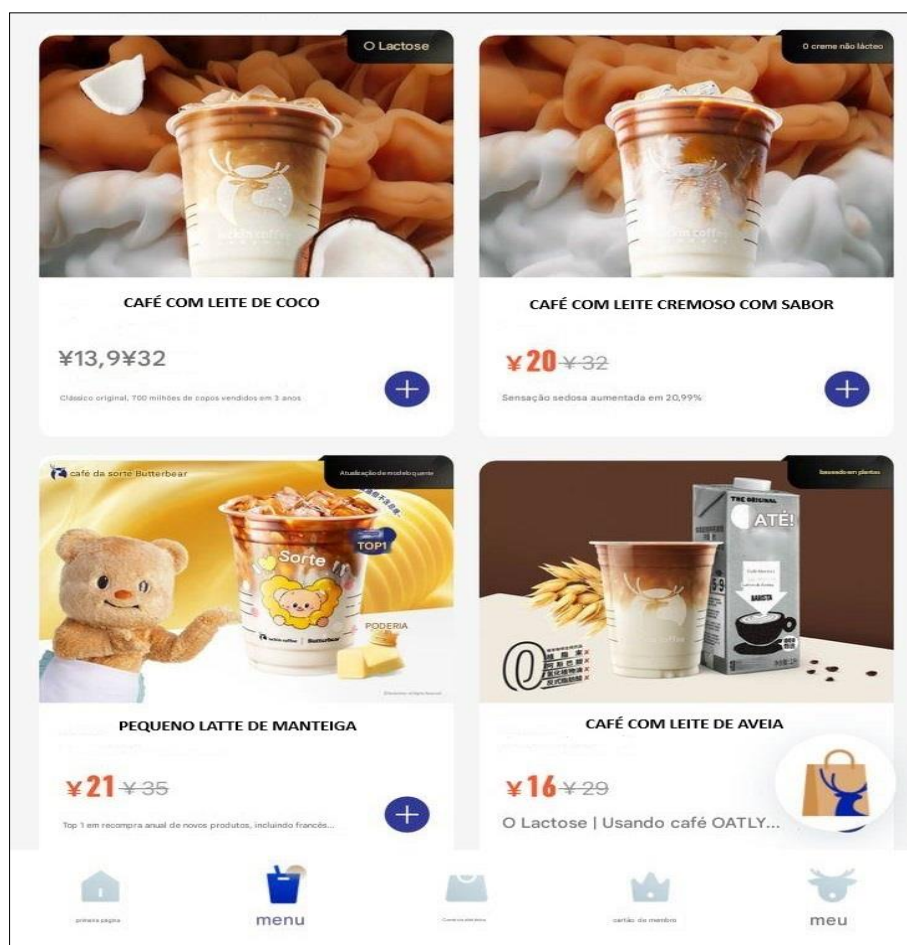


47

Para terem sucesso neste mercado altamente competitivo e dinâmico, as marcas estrangeiras precisam ir além do prestígio, adaptando-se às preferências locais, especialmente às exigências do público jovem, que valoriza saúde, conveniência e novidades. Além disso, é essencial compreender profundamente a cultura chinesa, particularmente o conceito de "guanxi", que representa redes de relacionamentos pessoais e comerciais fundamentais na China. Uma filosofia baseada em relevância local, inovação contínua, comunidade genuína e conveniência absoluta é crucial para o sucesso no mercado chinês.

A presença digital também é determinante. Aplicativos como *WeChat* e *Meituan* dominam o setor de pedidos, entregas e pagamentos, transformando a experiência de consumo. Mídias sociais como *Dianping* e *Xiaohongshu* influenciam fortemente o comportamento dos jovens, tornando cafeterias espaços atraentes para produção de conteúdo. Redes internacionais como a *Blue Bottle Coffee* têm aproveitado essa tendência, oferecendo experiências premium e integrando tradição local em seus produtos e design das lojas. Sabores inovadores e colaborações inusitadas com marcas locais, como lattes saborizados com frutas e produtos tradicionais chineses, são estratégias eficazes para conquistar a geração Z.

Figura 2: Tela de plataforma online de rede de cafeteria chinesa (traduzida)



Fonte:

Luckin Coffee, captura de tela com tradução livre, em março de 2025

Nas grandes cidades, como Pequim, Xangai, Cantão e Shenzhen, observa-se uma crescente preferência por cafés especiais, métodos de preparo sofisticados e produtos premium. Já nas cidades menores, o café instantâneo e bebidas saborizadas desempenham papel importante na introdução da bebida ao público local. O crescimento das cafeterias locais também desempenha papel essencial na democratização e diversificação da oferta, ajudando a criar uma cultura própria do café na China, combinando elementos tradicionais e contemporâneos.



Tabela 1: Principais cafeterias chinesas em atividade (setembro 2023)

Marca	Número de lojas	Cidades cobertas
<i>Luckin Coffee</i>	12500	307
<i>Starbucks</i>	6713	260
<i>Cudi Coffee</i>	5621	314
<i>Lucky Coffee</i>	2905	296
<i>Nowwa Coffee</i>	647	162
<i>Manner Coffee</i>	851	33
<i>Tims Hortons</i>	750	55
<i>Costa Coffee</i>	379	38
<i>M Stand</i>	182	17
<i>Café do Pacífico</i>	131	44

Fonte: [Guanyan Tianxia](#) (Beijing) Information Consulting Co., Ltd

Por fim, o aumento da popularidade do café gelado e produtos prontos para beber (RTD) reflete uma demanda crescente por conveniência, especialmente entre jovens e trabalhadores urbanos, consolidando o mercado chinês como uma grande oportunidade para exportadores que buscam inovação e adaptação às preferências locais.

Figura 3: Station Coffee Festival, evento para promoção de café realizado em um shopping de Pequim, em julho de 2024



Produção Interna de Café

A província de Yunnan é responsável por 98% da produção de café na China, com as principais áreas produtoras localizadas em Baoshan, Dehong e Menglian, em Pu'er. A infraestrutura para processamento e comercialização ainda está em desenvolvimento na região, limitando a competitividade do café chinês. O governo local e empresas do setor vêm investindo em tecnologia e capacitação para superar essas barreiras e fortalecer a produção interna.

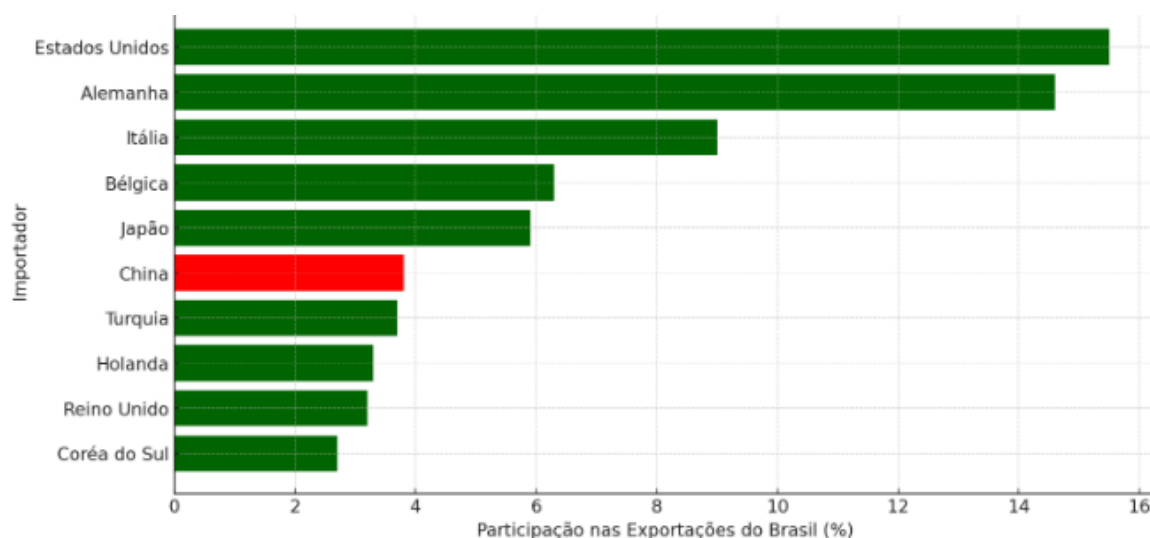
A produção chinesa, basicamente de café arábica, fica próxima de 2 milhões de sacas, o que confere ao país o 13º posto no ranking mundial, segundo a FAO (Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura), **insuficiente para atender à crescente demanda**, cuja previsão de consumo já alcança 6,3 milhões de sacas, com tendência de aumento.

Importação de café na China

De acordo com o USDA, o consumo de café na China apresentou um crescimento expressivo, passando de 300 mil sacas anuais em 2009 para 6 milhões de sacas em 2023. Neste mesmo ano, as exportações brasileiras para o mercado chinês ultrapassaram, pela primeira vez, a marca de 1 milhão de sacas, tornando a China o sexto maior importador de café do Brasil.

Projeções indicam que o mercado chinês de café deverá continuar crescendo a uma taxa anual composta de 22%, alcançando o valor estimado de 219 bilhões de RMB (aproximadamente US\$ 32 bilhões) até 2025.

Gráfico 2: Parcela das exportações brasileiras de café do Brasil em 2023, por importador



Fonte: TradeMap, 2025



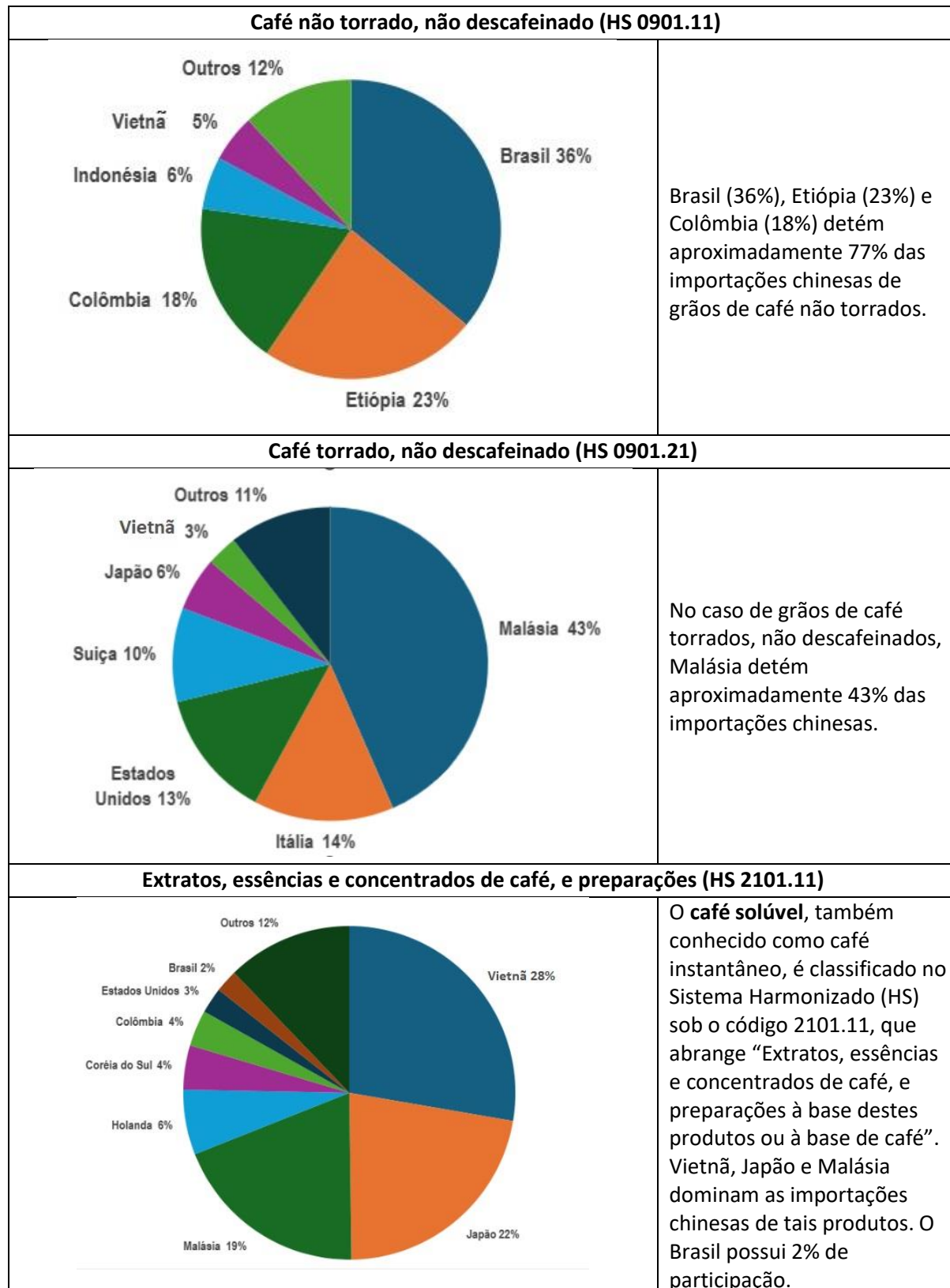
49



Gráfico 3: Principais fornecedores de Café para a China, em 2023, por código harmonizado



50



A demanda crescente por café na China tem beneficiado especialmente fornecedores de café não torrado, em especial o café arábica, enquanto no segmento de café solúvel e torrado a competição é liderada por países asiáticos.



Desafios e oportunidades para o Brasil

O crescimento expressivo do consumo de café na China oferece ao Brasil grandes oportunidades para ampliar sua participação nesse importante mercado, especialmente diante da crescente valorização por cafés diferenciados e pela expansão das redes de cafeterias.

Já sendo o principal fornecedor de café não torrado variedade arábica para a China, o Brasil pode fortalecer ainda mais sua presença oferecendo cafés com certificação de origem e outros atributos de qualidade amplamente valorizados pelos consumidores chineses. Neste contexto, as tarifas são um fator determinante nesse mercado competitivo. A China aplica tarifas específicas para diferentes categorias de café importado: café não torrado, não descafeinado (código HS 0901.11) está sujeito a uma tarifa de 8%; já o café torrado (tanto descafeinado quanto não descafeinado – códigos HS 0901.21 e HS 0901.22, respectivamente) enfrenta tarifas mais altas, de 15%. Especificamente em relação ao café solúvel (classificado sob o código HS 2101.11), aplica-se uma tarifa de 12%. Além dessas tarifas de importação, incide sobre o café importado um Imposto sobre Valor Agregado (IVA) de 13%, aplicável a produtos manufaturados.

Tabela 2: Tarifas de importação aplicadas pela China para importação de Café não torrado, não descafeinado (HS 0901.11), Café torrado, não descafeinado (HS 0901.21) e Extratos, e preparações (café solúvel) (HS 2101.11) para alguns países

Código HS	Brasil / Colômbia		Vietnã / Malásia / Indonésia		Etiópia	
0901.1	8%	MFN	5%	CAFTA, RCEP	0%	Acordo de Zero Tarifa para países menos desenvolvidos
0901.21	15%	MFN	5%	CAFTA	0%	
2101.11	12%	MFN	0%	CAFTA	0%	

RCEP - Regional Comprehensive Economic Partnership

CAFTA - China-ASEAN Free Trade Area

MFN - Most Favoured Nation

Fonte: [MOFCOM](#), 2025

Essas tarifas apresentam um desafio para o café brasileiro, especialmente quando se considera o acordo de zero tarifa para países menos desenvolvidos, como no caso da Etiópia, e países da Associação das Nações do Sudeste Asiático (ASEAN), como o Vietnã, beneficiam-se de tarifas reduzidas devido a acordos com a China. Tal contexto cria uma competição por preço muito acirrada,



demandando do Brasil uma estratégia diferenciada que priorize atributos de qualidade, sustentabilidade, certificação de origem e rastreabilidade, valorizados pelo consumidor chinês.

Apesar dessa barreira tarifária elevada, o café solúvel permanece um importante porta de entrada para o mercado chinês, sobretudo em regiões onde a cultura do café ainda está em desenvolvimento inicial. Cafés solúveis adoçados ou misturados a ingredientes populares locais representam oportunidades para atender a demanda do consumidor chinês, oferecendo praticidade e sabores familiares.

Figura 3: Encomendas aguardando a busca por entregador de plataforma eletrônica, em cafeteria de rede de origem japonesa (% Arabica), na cidade de Pequim



Fonte: Autor, março 2025



Paralelamente, é importante fortalecer parcerias estratégicas com grandes redes de cafeterias internacionais como Starbucks e Luckin Coffee, e marcas locais emergentes como Cudi Coffee e Manner Coffee, para ampliar a visibilidade do café brasileiro. Feiras estratégicas, tais como [SIAL](#), [CIIE](#) e a [COFAIR](#), por exemplo, também desempenham um papel crucial na promoção comercial, consolidando relacionamentos e permitindo a demonstração da qualidade diferenciada dos produtos brasileiros ao público chinês.



COFAIR 2025

A cidade de Kunshan, na província de Jiangsu, anualmente se torna o epicentro das discussões sobre o setor cafeeiro na China com a realização da [COFAIR 2025 \(China Kunshan International Fair for Coffee Industry\)](#). Localizada próxima a Xangai, um dos principais centros financeiros da China, Kunshan oferece uma localização estratégica para conexões comerciais com investidores e grandes importadores. O evento, que neste ano ocorre entre **16 e 18 de maio de 2025**, contará com mais de 300 expositores internacionais e deve atrair cerca de 15.000 visitantes comerciais.

A feira abrange toda a cadeia produtiva do café, desde a produção até a comercialização de produtos prontos para consumo. O evento já se consolidou como uma das feiras mais relevantes do setor na Ásia, criando um ambiente propício para que o Brasil expanda sua participação no mercado chinês e estabeleça novas alianças comerciais.

Figura 4: China Kunshan International Fair for Coffee Industry, Maio 2024



Fonte: COFAIR, 2024

Conclusão

Em 2023, o Brasil consolidou sua posição como principal fornecedor de café não torrado para a China, enquanto no segmento de café solúvel e torrado prevalecem países asiáticos, muitos dos quais possuem tarifas preferenciais concedidas como membros da ASEAN. O Brasil, como maior produtor e exportador mundial, tem a oportunidade de ampliar sua participação por meio de participação em feiras, parcerias com redes de cafeterias, distribuidores e plataformas de e-commerce. O fortalecimento dessas relações comerciais, aliado à promoção da qualidade do café brasileiro, será fundamental para consolidar o país como o principal fornecedor de café para o mercado chinês nos próximos anos.

