

# 赛道升温 连锁咖啡店快速崛起

随着咖啡文化的普及及消费升级,消费者对咖啡的接受度和认知度不断提高。据业内人士估算,目前我国的咖啡消费者约为3亿人次。在此背景下,咖啡行业也成了资本眼中的好生意,不少知名企业都在积极跨界布局咖啡赛道。

截至目前,我国有16.6万家咖啡相关企业,其中,2022年1—9月新增注册企业2.2万余家。随着咖啡赛道变得越来越火热,如何突围成为不少连锁品牌急需解决的问题。

伴随着咖啡消费不断日常化,不仅有瑞幸、Seesaw、Manner等这些“职业选手”互相竞争,也有中国邮政、同仁堂、万达等圈外行业巨头跨界进入咖啡赛道。

## 新锐品牌层出不穷

近年来,咖啡消费在国内市场焕发出蓬勃的生命力。《中国现磨咖啡市场行业发展趋势白皮书》显示,我国的咖啡市场目前仍处于高速增长阶段,预计2025年复合增长率大于20%,市场规模有望达到2190亿元。

伴随着咖啡消费不断日常化和刚需化,咖啡产业的创新趋势不断涌现,一些高性价比的连锁咖啡品牌和精品咖啡品牌正在逐渐抢占市场份额。

例如,瑞幸咖啡是国内首个门店数量突破7000家的咖啡品牌,也是今年以来新开门店数量最多的品牌。前三季度,瑞幸咖啡分别新开门店916家、649家、616家。另一方面,瑞幸咖啡收获了不错的业绩。财报显示,瑞幸咖啡在一季度实现营收24.046亿元,同比增长89.5%;第二季度实现营收32.987亿元,同比增长72.4%。

在瑞幸之后,Tims中国成为国内咖啡市场的“第二股”。9月29日,Tims中国在纳斯达克正式挂牌上市。根据招股书透露,截至2021年12月底,Tims在中国大陆开出390家门店。而据壹商业不完全统计,Tims中国在今年前三季度分别新开门店48家、29家、35家,截至10月7日,门店扩张至495家。

此外,与去年相比,今年咖啡赛道的融资水平仍维持着较高水平。例如,今年2月,上海连锁咖啡品牌Seesaw Coffee宣布已完成数亿元A++轮融资,而距离它上一笔融资仅过去半年多。3月,Tims中国获得1.945亿美元融资,是今年上半年咖啡茶饮赛道获得金额最高的一笔融资。6月,咖啡之翼宣布完成新一轮数额高达1亿元的融资。

不可否认,除了瑞幸、幸运咖等极少数品牌之外,咖啡市场上比较成功、可实现复制的商业模式还很少。无论是品牌力的表现,还是价格上不断追求性价比,我国的咖啡市场还有很大的成长空间。

## 企业积极跨界布局

伴随着我国咖啡市场进入了高速发展的新阶段。这个千亿级市场中,不仅有瑞幸、Seesaw、Manner等这些“职业选手”互相竞争,也有中国邮政、同仁堂、万达等圈外行业巨头跨界进入咖啡赛道。

天眼查显示,上海蔚来汽车有限公司近日正在申请注册4枚“NIO CAFE”商标。国际分类为啤酒饮料、酒、餐饮住宿、方便食品,商标状态均为“商标申请中”。仅从商标名就能看出,此次蔚来将正式进军咖啡界。

蔚来布局咖啡赛道,和近两年咖啡赛道的火速发展脱不了关系,咖啡潮流正以年轻化的时尚标签成为都市文化的一道风景线。艾媒咨询数据显示,2021年我国咖啡市场规模约为3817亿元,消费者突破3亿人次。同时,国内咖啡市场预计将以27.2%的同比增长率上升,预计2025年我国咖啡市场规模将达1万亿元,总体呈扩大趋势发展。不仅是蔚来,今年9月,特步(中国)有限公司申请注册3枚“特咖啡”商标,以及3枚“XTEP COFFEE”商标。今年5月,科技公司华为也申请注册“一杯咖啡吸收宇宙能量”等商标。

从某种意义上看,咖啡代表着品质生活,热衷饮用咖啡的群体,与上述企业的目标用户群体高度重合。《中国现磨咖啡市场行业发展趋势白皮书2021》显示,中国现磨咖啡目前主流消费者集中在20~35岁、一二线城市、有一定教育背景及支付能力的人群。因此,一些业内人士表示,通过咖啡厅这一场景的拓展和布局,不仅可以充分利用和发挥这些企业的既有优势,而且也可增加企业与年轻人对话和连接的可能。

## 国产咖啡豆受欢迎

好的产品离不开优质的原料。如今,优质咖啡豆正成为各品牌竞争的焦点,而云南作为适宜种植精品咖啡豆的本土稀有咖啡产地,其气候条件适宜种植小粒咖啡,在国

界范围内,云南咖啡豆也具有较高的性价比。

云南省农业科学院热带亚热带经济作物研究所咖啡首席专家黄家雄表示,国内外咖啡采购商采购云南咖啡豆主要用于生产单品咖啡、拼配咖啡等。在2020年之前,国际咖啡采购商采购云南咖啡豆的价格普遍比国际期货价格低10美分/磅左右。

此外,近年来受气候变化、疫情等因素冲击,咖啡主产国产量下降明显,全球农产品供给风险上升,国际烘焙商和咖啡生产企业开始寻找替代品以分散风险,这为国产咖啡豆开拓国际市场提供了契机。

据了解,云南咖啡产量占据全国产量的九成以上,品质已经可以与世界其他主流产品匹敌。尤其是近两年,受多方面的影响,云南咖啡取得了长足发展。云南省农业农村厅近日印发《云南省精品咖啡庄园认定管理办法(试行)》,将加快培育一批种植品种优质、生产加工绿色高效、管理服务规范、三产融合紧密、富民增收作用明显的精品咖啡庄园,提升咖啡产业精品率和精深加工率,加快推进云南省咖啡产业提质增效和转型升级。

一些连锁咖啡品牌也接连推出了云南咖啡系列产品。10月13日,雀巢中国在其公众号发布了雀巢咖啡2030计划,该计划助力再生农业转型、温室气体减排并改善农民生计。为此,雀巢咖啡将投资超过10亿瑞士法郎。星巴克近日也推出了臻选云南咖啡豆产品——星巴克臻选水洗以及日晒咖啡豆,目前星巴克已在中国市场累计推出10款精品臻选云南咖啡。Seesaw推出了“十年云南计划”,让团队深入当地,为咖农们引入精品级的加工处理技术,并向种植者承诺购买,给予溢价等。

中国商业联合会专家委员会委员赖阳表示,咖啡的上游产业也在全面升级当中,不仅规模扩大,相应的咖啡生产技术、原料、选种等也都有了很大提升和改善,我国的咖啡产业正在崛起。

(蔡佳文)

## 相关链接

### 中药店卖咖啡, 赚吆喝还是有“疗效”

本报讯 李祺瑶 在药店来一杯手冲咖啡,吃完创意点心,抬脚就能接受中医问诊……最近,京城老字号白塔寺药店办起养生咖啡馆“耀咖啡”,试营业期间吸引了不少消费者慕名前往。

据了解,类似的中药店跨界卖咖啡,或者奶茶店和咖啡店增加“中医养生”类饮品,近来已成为一种新时髦。不少消费者在享受“养生”饮品奇妙味道的同时,也好奇是否真能有“疗效”。

“耀咖啡”开在白塔寺药店一层。推开门,一股淡淡的中草药香气抢了咖啡香,扑面而来。店内是现代化的装修风格,与同处一层的古朴药店风格对比鲜明。笔者探访时恰逢工作日中午,室内座椅、室外景观位座无虚席,年轻顾客占了八九成。

在某款餐饮类推荐APP中可以搜索到,一位网友列出了“耀咖啡”饮品的推荐排名,位列前两位的是柿子拿铁和洛神乌梅饮,之后才是传统咖啡店里常见的手冲咖啡、海盐焦糖拿铁等。白塔寺药店相关负责人介绍,洛神乌梅饮和雪梨汤饮都是药店根据传统秘方特别调制的,独家供应,口感丰富又具有养生的作用。“目前正在试营业,咖啡类的饮品还没有上全,后续还会推出中药与咖啡相融合的创新饮品,各式饮品还会根据季节、时令做相应调整。”

北京同仁堂的咖啡店已开了十余家。笔者来到同仁堂知嘛健康双井店,大大小小的中草药罐随处可见,立体敞开式的厨房里架起煲汤炖茶的炉灶,各种加入中草药的面包和咖啡琳琅满目。枸杞拿铁等饮品是店里的热销品。捧场的多,也有质疑声。市民关先生对这类“养生咖啡”能否视作正常饮品有点担心。对此,同仁堂知嘛健康的工作人员解释,该店的养生草本咖啡主要是先将枸杞、益母草、罗汉果等中药熬好后,制作成中药浆,再根据医师给的配比,添加到咖啡里。“有专业医师把关,不用担心副作用。”

北京市鼓楼中医医院药剂科副主任药师徐阳表示,目前市面上大部分“养生咖啡”使用的是药食同源的中药材,但也建议根据个人体质来选择合适搭配。“比如咖啡本身含有咖啡因,按照传统中医的理论是属于偏阳性的,可以使人兴奋、心跳加快、注意力集中。咖啡加入枸杞,两种属阳性食材的结合,起到补益的作用;加入西洋参,则有清凉的作用。”

