



## 从疯狂扩张到悄然关店

“韩式咖啡”在南京  
不及韩剧火得久

ET睿意德中国商业地产研究中心2014年中旬曾发布一份关于韩系咖啡馆中国发展趋势的研究报告称:以赢商网漫咖啡、咖啡陪你为代表的韩系咖啡馆扩张势头迅猛,韩系咖啡馆最近两年在全国开店近600家。这个数字到2014年底仍在快速增加中。

在南京,漫咖啡不到两年的时间里已经开店4家,并计划继续扩张。咖啡陪你更是在短短两年内开有10多家门店。然而,记者发现,伴随着迅速的扩张,南京一些韩系咖啡馆的实际营业状况并不理想,从去年下半年开始就出现了门店关闭或整体转型的现象。

现代快报记者 杨帆 吕珂

## ● 调查

## ● 背景

搭载韩剧顺风车  
韩式咖啡两年来势汹汹

近几年,国内咖啡市场快速扩张,根据市场调研公司英敏特发布的数据显示,中国咖啡市场规模已从2009年的55.54亿元,上升至2013年的103.43亿元,南京的咖啡消费也不例外,其中韩式咖啡馆的迅猛程度更是在业内引发热议。

在南京,知名度最高的韩式咖啡漫咖啡两年来已经开了四家颇具规模的门店,并且仍有继续增加的势头。经常出现在韩剧场景里面的咖啡陪你、Mango Six、动物园咖啡等从韩国一路火到中国的韩系咖啡馆,每个品牌也都在南京至少开有两家门店,其中咖啡陪你的门店数量一度达到10家。除去这些发源自韩国的连锁咖啡品牌,南京也出现了不少私人经营的韩式风格咖啡馆,这些咖啡馆无论是在装修风格上还是在菜式上都模仿韩式咖啡连锁品牌,有意识地往女性市场靠拢,设计既有商务感,又有韩式田园风,还有点后现代感,使得南京街头一时出现了许多安有大落地窗,装修偏田园、森林等原生态风格,装饰讲究多木质、复古物件,咖啡主售花式甜美饮料,配以丰富华夫饼干等甜点类食物的韩系咖啡馆。

除了风格和消费群体上的另辟蹊径,韩系咖啡馆在品牌宣传方面也借着韩剧的春风,许多韩剧中的经典场景都在咖啡店原景重现,例如《秘密花园》《阳光满溢》等一系列热播韩剧的场景都在咖啡陪你的门店中出现。再加上咖啡陪你先后起用了张根硕、金秀贤等当红韩流明星,使得韩系咖啡馆的扩张非常顺利。

南京咖啡馆在一阵爆发式的增长之后,具体经营状况却并没有预期的那么好。从去年下半年开始,咖啡陪你在全国范围内已有门店被陆续关闭,南京一些门店也在其中。

南京一位加盟韩国咖啡连锁品牌咖啡陪你的店主告诉记者,加盟该品牌前期一共投资了一百多万元,其中品牌加盟费高达35万元。但是在经营了一年之后因为经营不善,她已经将咖啡馆交由品牌商代管。“之前有一段时间品牌商向南京加盟商开放收店代管名额,我们与品牌商达成协议之后就店交由品牌商管理,以后亏损的金额我们也不再承担,如果店面扭亏为盈,我们之间会有一个

利润分成。当然在达成收店协议时,品牌商会给我们加盟方一定的补偿,目前南京至少有三四家店都被加盟商交给品牌商代管了。”记者调查了解到,另一在南京开有两家门店的韩系连锁咖啡馆卡卡奥鼓楼店已经闭店,另一处门店更名成史密斯咖啡后继续营业。

据某咖啡商表示:“其实在韩国,咖啡陪你也曾以同样的方式疯狂扩张,因同行业甚至同品牌内部的激烈竞争,导致部分门店无法生存下去而宣告关门,但是它同时又会新开出一批门店,源源不断新开的门店远多于关闭的门店。”

“2013年,我曾萌生过开家韩系咖啡馆的想法。一是考虑到现在韩饭、文青、

小资越来越多,这类型的咖啡馆正好符合他们的审美标准;二是觉得咖啡馆不像餐馆的后厨流程那么复杂,相对省心。”曾想投资开咖啡馆的刘小姐这样描述当初的想法。可经过一番市场调研和行业摸底后,刘小姐最终放弃了投资。刘小姐解释称,她发现南京市场从2013年开始突然爆发性地出现了多家风格相似的咖啡馆,不论是韩国连锁品牌还是“山寨韩版”咖啡馆一时间在南京遍地开花。“好的商机自然人人都想争抢,可是爆发式的开发门店却也让我担心今后的竞争、发展问题。”再加上刘小姐是在加盟品牌连锁还是走模仿路线上的犹豫,最后决定放弃投资。

扩张门店数量虽然是一种较为有效的开拓新市场的手段,但是管理机制和母公司对加盟商的支持等软件上的匹配和经营模式上的创新才是企业能否成功的关键。业内人士透露,咖啡陪你主要的开店模式为其自称的“受托创业特许模式”,全国除了少量几家直营店以外,95%以上的门店都为加盟。而加盟店又以50%加盟(公司和加盟商各一半)为主要模式。咖啡陪你公司对加盟商的准入门槛不算太高,部分加盟商可能没有相关餐饮行业的从业经验,导致在选址、运营等方面都出现问题。

尽管如此,韩式咖啡馆的涌入已经使得一些餐厅感受到“危机”。必胜客的兄弟品牌肯德基开始大打广告销售现磨咖啡,哈根达斯也开始扩大咖啡业务。有业内人士认为,随着更多海外咖啡企业进入,未来中国咖啡市场竞争必定更为激烈。

记者了解到,漫咖啡在奥体的门店除了正常营业之外,还承担着工厂店的作用,经营者借此对所有南京漫咖啡产

## 韩剧依旧在火 韩式咖啡已现“关店潮”

## 究竟是什么导致了“关店潮”?

随着加盟商数量的增多,其售卖的产品在口感上也无法保持同一水平。“咖啡陪你每家门店的咖啡和华夫饼在外表和口感上都会有明显的不同,新街门店的拿铁苦得要加糖,原来赛格店的却有点甜。这显然不像人家星巴克那么标准化,口感都基本没差。”一位经常出入咖啡陪你的顾客这样抱怨道。“当你扩张太快时,对待门店地址和合适加盟商的选择就会变得草率。”为食品服务企业提供咨询服务的某企业集团负责人表示,许多咖啡陪你的中国门店都位于二线城市的“糟糕地段”。

“有人说,咖啡陪你不是靠开店赚

## 韩系咖啡,有招救市吗?

钱,而是靠卖店赚钱。当然不能完全这么说,但是,品牌商对加盟的管理一旦出现问题,加盟商亏损也在情理之中。”据业内人士分析,不少品牌收取高额的加盟费,指定所有货品都必须从总部订货——很多货品定价都比较高,加盟商的运营成本也很高,要做到盈利就更难了。业内人士分析认为,快速扩张将提高品牌价值,对门店加盟者有益。但这必须有良好的管理和支持。摊子不能铺得太快,除非你已经证明了基础商业概念的成功。“不然生意可能会失败,那么母公司和加盟商也都不会成功。”

而咖啡陪你在如何寻求跨界合作上的作为显得尤为突出。咖啡陪你2014年初就和招商银行合作推出“咖啡银行”,据官网数据显示,目前全国已经开有4家咖啡银行。咖啡陪你也已有计划与顺丰合作,通过手机定位后下单,实现外卖服务“咖宅送”。咖啡陪你公司相信在这一新领域的开拓,既迎合了年轻人O2O的消费习惯从而增强客户黏性,又借助物流网络覆盖了实体店尚未涉足的地区。