



2015年1月,肯德基推出现磨咖啡,号称采用的是阿拉比卡咖啡豆;3月19日,康师傅与星巴克正式联姻,携手进军即饮咖啡市场;近日,哈根达斯新出的拿铁广告也开始铺天盖地……至于麦当劳的“麦咖啡”专区那就更早了,只是那时“咖啡”的势头远不如当下如此猛烈。

然而,与上述品牌对咖啡业的大举进军形成鲜明对比的是,这个月初,咖啡业大佬之一雀巢因市场退货、保质期将至等原因在大量销毁咖啡!一面是业内代表性品牌的产能过剩,一面是其他类快销品牌以及部分都市小资们对咖啡市场的看好。市场对咖啡的需求正经历着怎样的变革?部分都市小资的咖啡创业梦是否可以趁着这股咖啡热顺势启航?

现代快报记者 笕颖 王苏颖

喝咖啡惬意 卖咖啡不易 一间咖啡店 一场烧钱游戏

现状调查 盈利难 太烧钱 新店大都只有半年存活期

老朱的咖啡单品店开在新街口某写字楼里。“我一天只做30杯咖啡,多了也做不了!”像老朱这样的单品店,夸张点说,全南京也凑不出5家。“店里的咖啡豆都是我自己亲自去产地挑选的。买了生豆子回来,自己烘焙,自己研磨咖啡粉,单品的制作也基本都是纯手工。”老朱说,他的店基本都是圈子里知道的朋友来,或者是同行慕名而来。

提及咖啡馆创业,老朱说,这是极其烧钱的行当,“除了纯手工技艺,房租、水电、装修、机器设备和咖啡豆,哪一项都费钱。五六十万投到咖啡馆,基本半年就花光了!”在老朱的记忆里,这几年,南京新开的咖啡馆,通常都只有半年的存活期。除了大型连锁或有着雄厚资本的品牌,很多咖啡店主都是把这当做第二副业。

老朱表示,自己开了5年之后才做到盈亏平衡,新街口的房租一个月就要1万多,加上十多万的装修费,近十万元的设备费用,再加上不同产地的咖啡豆成本,初始投入就要三四十万。好在我既当老板又当店员,省了不少人力成本。”

闲聊中,老朱对咖啡创业相当不看好,“想单靠咖啡盈利,真的是太难太难了!我其实也是额外有自己的主业的。”

寻求出路 选址和人气最重要

喝咖啡的人越来越多,咖啡店也越开越多,然而“咖啡难盈利”的抱怨也似乎越来越多,一家新街口商圈星巴克店长告诉记者,如果选址正确,商圈的人气较旺,咖啡店盈利没那么难,如果能开进知名景区,盈利就更不成问题了!该店长的说法,得到了1912企划经理田志成的认同。

但他们俩同时也承认,目前咖啡业竞争激烈,现在才开始投身这一行业,风险较大。星巴克店长表示,诸如星巴克这样的品牌由于不接受加盟,管理统一,盈利能力虽相对良好,也不可避免地受到了同业竞争的冲击。“比如,在我这门店附近,接连新开了‘咖啡陪你’、‘漫咖啡’等品牌,直接影响了我的每个月的营业额。”据悉,相比以往“一家独大”的商圈格局,目前他所在的门店营业额已经下滑了20%左右。

田经理则私下透露,1912商圈内本有一家韩国人经营的咖啡馆,“但开了没多久就停业了。”甚至有朋友跟他说,去年下半年开店速度堪称神速的“咖啡陪你”,目前经营状况也堪忧。

相比于“相关产品”,还是咖啡的利润最高

和老朱的聊天中,记者被告知很多咖啡品牌,包括星巴克、COSTA等知名品牌在内,其实都不是依靠咖啡产品盈利,而是店内的其他产品,如甜点、杯子、餐品等等。

然而,新街口商圈内的一星巴门店店长对此澄清:“店内营收的70%来自咖啡产品,20%来自甜品,10%来自杯子等其他产品,相比于店内其他产品,咖啡的利润要高很多。”

那么什么样的咖啡好卖?咖啡界大佬雀巢的“倒咖啡运动”惹来不少质疑:3合1速溶咖啡时代是否即将过去?市场是否将更为偏爱现磨和即饮咖啡?有数据显示,国内速溶咖啡市场的增速已从双位数下滑到个位数。

80后的戴鸿铭表示,自己在学生时代特别喜欢购买雀巢的3合1速溶咖啡,“后来就过渡到它的金牌黑咖啡,现在工作了以后,基本上都是去星巴克或者COSTA直接买热饮,很少再喝3合1速溶。”骨灰级咖啡迷Leo认为,虽然绝大多数星巴克或COSTA等咖啡店的消费者对咖啡的口感并不在行,但对于现代都市人来说,去咖啡馆显然已成为一种生活方式。

“这从现在咖啡热饮的畅销,咖啡机的流行就可以看出来。所以,潜在的消费需求在变,品牌也就跟着要提前布局。”在Leo看来,雀巢从2010年就开始研发推出咖啡胶囊机其实就是在未雨绸缪,只不过就大众消费市场而言,胶囊机进入家庭咖啡生活还需要一些时日。

! 导读

把握新常态,共话企业(家)精神 金3

喝水不再「选择困难」 金7

发现高端护肤的背后 金11