



星巴克又涨价了!近日,星巴克中国对部分产品价格上调1-2元,公司对外回应“涨价是综合评估和考量运营成本等多方面因素而做出的”。2月17日,现代快报记者实地探访南京多家星巴克门店了解到,线下门店已经上调产品价格,不过,店内仍有不少优惠活动。这已经不是星巴克第一次上调价格,2021年10月,该公司也曾对部分产品价格进行上调。无独有偶,17日,“瑞幸、Tims咖啡也涨价了”登上热搜,相关品牌在不久前也上调了产品价格。在涨价背后,则是星巴克业绩承压,以及中国近年来快速发展的咖啡市场。

现代快报+记者 潘荣文/摄

财经猎豹

星巴克、瑞幸、Tims纷纷涨价 咖啡还喝得香吗?

实探 星巴克门店已涨价,打折优惠也不少

近日,星巴克中国对部分产品价格进行上调1-2元。对此,星巴克官方客服回应称,调价的咖啡产品包括焦糖玛奇朵、燕麦奶等价格上涨1元;火腿芝士可颂、古巴风情鸡肉三明治等食品上涨1-2元不等,涨价是综合评估和考量运营成本等多方面因素而做出的。

2月17日,现代快报记者探访南京多家星巴克门店了解到,门店已于2月16日对上述产品的价格进行上调。虽然涨价,但不少门店的生意并未受到影响,店内顾客几乎满座,外卖小哥也一趟一趟地取货。

“我很喜欢喝香草拿铁,原来每杯35元,现在是36元。”上班族小清(化

名)表示,她每个月要买20多杯咖啡,也办了许多咖啡品牌的充值卡,“涨价对于我来说影响并不大,毕竟经常喝咖啡。”

虽然官宣上调了价格,但在线上平台星巴克还有不少团购优惠价。比如原价37元的焦糖玛奇朵,团购价仅需要29元;两杯香草拿铁、两杯燕麦丝绒拿铁原价均为72元,但团购价仅需要60元。在星巴克App上还有专享送80-9、指定饮品买一赠一的优惠活动等。

记者了解到,这已经不是星巴克第一次上调价格。早在2021年10月,星巴克就针对部分产品上调了价格。而在涨价背后,星巴克业绩面临

一定压力。业内人士分析,涨价可能是星巴克应对业绩下滑而做出的必要动作。

星巴克2022财年最新财报显示,报告期内中国市场同店销售额下降14%、平均客单价下滑9%、交易额下滑6%。2021财年,星巴克在中国市场的平均客单价下降2%。门店数量方面,截至2021年,星巴克在中国有5557家,被瑞幸咖啡超越。瑞幸咖啡2021年前三季度的门店已经达到5671家。当然,此次涨价也并不是终点。星巴克CEO凯文·约翰逊表示,星巴克预计未来几个月将继续涨价,以应对通货膨胀和与疫情相关的劳动力市场问题所带来的利润挤压。



星巴克咖啡门店

调查 瑞幸咖啡、Tims咖啡近期也涨价了

当天,“瑞幸、Tims咖啡也涨价了”相关话题登上热搜。瑞幸和Tims客服回应表示,确实在近期对部分产品价格进行上调,涨价主要因为市场上原材料和其他成本上升。瑞幸咖啡客服表示,并不是在全国范围内进行调价,2021年12月起不同门店根据各自经营情况上调了3元。

记者梳理发现,在2022年元旦前

后,就有一波咖啡茶饮的涨价潮。其中,瑞幸咖啡部分产品上涨了3元、茶颜悦色部分产品上涨1元、Tims咖啡在元旦后对9款商品价格进行上调,幅度为1-2元不等。“瑞幸咖啡经常给用户发放优惠券,我都没注意到它涨价了。”00后姑娘小李表示,她经常只花10多元,就买一杯瑞幸咖啡。

南京新街口商圈的一家瑞幸咖啡

店内,吧台上摆放着相关折扣信息,“加入福利社群,可立领4.8折券。”该店的工作人员也在不停地制作咖啡,吧台上摆放着10杯左右待取的咖啡。

记者点开了瑞幸咖啡小程序,系统就发放了4.8折优惠券、17.1元专享券等。以一杯原价32元的生椰丝绒拿铁为例,券后价只需14.9元,原价一半都不到。



瑞幸咖啡门店

分析 咖啡店遍地开花,品牌方频频融资

在中国咖啡市场,本土品牌瑞幸咖啡曾画上浓墨重彩的一笔,从开店第一家到美股上市,它只用了17个月。2020年4月,瑞幸咖啡曝出财务造假丑闻,随后从美股退市。

2022年1月,大铨资本宣布其牵头的买方团完成了对瑞幸咖啡部分股东股权的收购,成为瑞幸咖啡实控人。2月初,瑞幸咖啡宣布已经向美国证券交易委员会缴纳1.8亿美元罚款,达成和解。

近期,瑞幸咖啡还搭上了“天才少女”、冬奥会冠军谷爱凌,进行了一波热门营销,国内部分城市的瑞幸咖啡还出现了排队的情况。

在南京市场中,除星巴克、瑞幸咖啡、Costa等品牌外,近年来还涌现了Tims咖啡、Peet's Coffee、贝瑞咖啡等连锁品牌。其中,Tims咖啡于2020年在南京首开3家店,如今已有15家左右。该品牌相关人士表示,计划未来几年内在全国将开设1500多家门店,加快开店步伐。

连锁品牌咖啡快速布局的同时,南京还有不少私人小咖啡馆。在玄武区洪武北路上,短短100米内就开了3家私人咖啡馆,在陆家巷、程阁老巷几百米的小路两边,开了十来家咖啡馆。95后小伙王明(化名)经营着一家小

咖啡馆,他和老婆先后到外地学习咖啡烘焙,于2020年夏天开了店,“这两年南京开咖啡馆的人很多,不少跟我一样都是95后。”

一边是遍地开花,一边是融资频频,近年来涌现的咖啡品牌也得到了资本的看好。其中,上海连锁咖啡品牌Seesaw,在2021年7月得到了喜茶和弘毅百福控股超亿元的A+轮融资。精品咖啡连锁品牌Manner2018年获得今日资本的A轮8000万元融资,从2020年12月到2021年6月,先后获得四轮融资。

此外,还有M Stand、SECRE时萃、隅田川、永璞、鹰集、代数学家、三顿半等众多咖啡品牌,也先后获得融资。中信证券研究指出,2021年以来整个咖啡赛道融资金额达46亿元。



Tims咖啡门店

前瞻 精品咖啡崛起,是未来市场发展趋势

相关统计数据显示,截至2020年底,中国共有10.8万家咖啡馆,一线和二线城市咖啡馆数量占比高达75%。在品牌分布上,星巴克、瑞幸咖啡的门店均超过5000家,占据连锁品牌的主要市场份额,Tims咖啡、Costa等有400家左右。

中信证券分析认为,在消费升级和优质供给推动消费习惯养成的背景下,中国咖啡行业高速增长。但当前中国人均年咖啡消费杯数仅9杯,远低于美国的327杯、日本的280杯,但随着现磨咖啡消费需求、渗透率提升,预测2030年中国大陆咖啡市场规模约为

2000亿元。

头豹研究院报告指出,中国现磨咖啡行业未来有两大发展趋势,一是便利渠道兴起,目前消费者在便利场景饮用咖啡的占比高达70%以上,便利店咖啡、快取店咖啡和咖啡外卖三种形式“快咖啡”正在逐渐流行。受高便利性和低廉价格影响,超过60%的消费者会选择便利渠道购买现磨咖啡,未来咖啡市场便利渠道仍将成为品牌发力的重要方向之一。另一方面是随着咖啡消费者需求不断升级,精品咖啡路线成为龙头品牌高端化策略布局的重点。