

百天要开500家店 瑞幸咖啡底气何在

瑞幸咖啡(luckin coffee)日前宣布开店计划,称到今年5月门店数量要达500家。瑞幸咖啡创始人、CEO钱治亚曾任职神州优车,2017年11月离职创业。钱治亚曾多次公开表示,瑞幸咖啡的目标是在国内打倒星巴克。目前,瑞幸咖啡在北京、上海已开设60多家门店,若要5月开到500家店,每天要开4家新店。业内认为,结合人力、选址等因素,基本没有可行性,恐怕只是为吸引投资而讲的又一个资本故事。

500家店目标被指“画饼”

创立仅3个月的本土咖啡品牌瑞幸咖啡(luckin coffee),近日宣布大规模扩张计划,预计截至今年5月,要在全中国开设500家门店,并于今年4月启动A轮融资。

钱治亚公开表示,当前国内咖啡市场潜力大,但形成的品牌还相对较少,缺少与星巴克对标的公司,消费者也还没有形成喝咖啡的习惯,并且包括星巴克在内的咖啡连锁品牌在咖啡价格和便捷度方面还有痛点。钱治亚曾直言不讳地表示,瑞幸咖啡的目标就是在国内市场打败星巴克。据钱治亚介绍,瑞幸咖啡前期投入的10亿元资金主要来自于创始团队以及神州优车董事长兼CEO陆正耀的借款,该笔资金除了拓展市场外,还将主要用于品牌推广与市场教育。

瑞幸咖啡采取“互联网+零售”的运营模式,门店只提供App线上下单和支付,消费者通过App下单选择咖啡口味,再选择外带或者堂食。在钱治亚看来,运用互联网思维是瑞幸咖啡与星巴克等品牌竞争的关键。

据称,瑞幸咖啡目前在北京、上海已有60多家门店。但北京商报记者从瑞幸咖啡App上了解到,北京市场营业的瑞幸咖啡门店数为23家,待营业的门店有29家;上海市场营业的瑞幸咖啡门店仅有9家,23家门店待营业。实际上,瑞

幸咖啡在北京、上海两地的营业门店仅有32家。同时,记者简单算了笔账,按照距今年5月尚有百天计算,在目前门店数的基础上还需要新开近500家门店,平均每天要新开5家店。且根据瑞幸咖啡现有门店选址多在商业区、CBD等人流密集区域,结合门店选址及人员引进等因素考虑,5月开到500家店的目标恐怕是个不可能完成的任务。

红利市场引资本关注

据《2017-2021年中国咖啡行业投资分析及前景预测报告》显示,目前全球咖啡消费平均增速只有2%,而中国的咖啡消费量每年增长幅度在15%-20%,中国已成为世界咖啡消费增长最快的国家之一。随着国内消费市场不断升级,咖啡市场迎来了发展红利期,不少咖啡品牌加速了国内市场的布局,市场上也涌入诸多新品牌。

2017年7月,星巴克以约13亿美元现金收购了星巴克华东市场合资企业(上海统一星巴克咖啡有限公司)剩余50%股份,从而取得包括江苏、浙江和上海在内的华东市场共约1300家门店的100%所有权,其中上海就有近600家门店,也是目前星巴克全球市场中门店数量最多的城市。通过此次收购,星巴克在中国内地市场实现全资运营。而在

星巴克之后,另一咖啡巨头COSTA母公司Whitbread集团也宣布以3.1亿元收购悦达咖世家(上海)餐饮管理有限公司的剩余49%股份。收购完成后,COSTA将全资拥有中国南方市场。

国内咖啡品牌也开始涉足资本市场。2017年,咖啡之翼挂牌新三板,成为国内咖啡轻餐行业第一股。咖啡之翼董事长尹峰表示,挂牌新三板仅是咖啡之翼一小步,将咖啡之翼做成“中国的星巴克”,在2018年成为国内现磨咖啡的领头品牌,三年内争取主板上市,是咖啡之翼下一个目标。

中国咖啡市场也涌入诸多新入局者。天津狗不理集团代理的高乐雅咖啡店正加速天津、河北等地的门店布局。高乐雅作为世界咖啡连锁五强之一,拥有不少品牌拥趸。国际天食也将在2018年借助日本连锁咖啡品牌DOUTOR正式进军咖啡市场。而类似于熊本熊咖啡店Kuma Cafe & Store这样的主题咖啡品牌,也成为新一轮的“网红拔草店”。

钱治亚无疑也想抓住咖啡市场崛起的红利期。钱治亚曾任职神州优车COO,也是神州租车和神州专车的创始成员。这期间,钱治亚经历了神州优车的数轮融资,直至挂牌新三板。功成身退的钱治亚将下一个目标瞄准了咖啡,然而从互联网租车到互联网咖啡,

谙熟的资本运作模式能否再次成功仍待考量。

新品牌立足需多维支撑

事实上,近年来国内咖啡市场风起云涌的同时,折戟的品牌也不在少数。据美团点评数据显示,2016年包括北上广深在内的全国16座城市的咖啡馆数量平均倒闭率达到了18%,其中咖啡店数量在全国占比最大的两座城市上海、北京的下滑率分别为6%和20%。

2012年韩系咖啡品牌强势入局,当中风头最盛的咖啡陪你曾宣称到2015年在全中国的连锁店数量要达到5000家,成为中国休闲咖啡连锁第一品牌。然而没过几年,咖啡陪你就被曝问题缠身,拖欠工资、拖欠供货商货款、加盟商解约等原因导致多地关店。2017年7月,一手打造了咖啡陪你、豪丽斯咖啡等连锁品牌的姜勋在韩国家中自杀,据称公司经营困难且陷入资金危机正是主因之一。

中国台湾的咖啡品牌上岛咖啡,在进入内地市场后不到十年就开出了3000家门店,一度风光无限。但此后却日渐萎缩,2016年店铺数量不足1000家。与瑞幸咖啡相似的咖啡之翼在挂牌新三板后也业绩变脸,首份年报即亏损500多万元。

钱治亚在接受媒体采访时也曾坦言,目前确实是亏本在卖咖啡,并表示现阶段的主要任务是教育市场,让大家知道有这样定位的一个新咖啡品牌。

中国食品产业评论员朱丹蓬在接受北京商报记者采访时表示,对于咖啡品牌来说,仅通过App下单的模式缺乏一定的场景消费。随着新生代消费力量的崛起,咖啡市场成为一个品类的“香饽饽”,但星巴克多维的产品功能、隐性价值以及对咖啡文化的传播与普及,并不是每一个企业可以复制和克隆的。新兴品牌要想立足市场,需要有咖啡品牌支撑、品牌文化的沉淀和品牌商业、运营模式等多方面支撑。

北京商报记者 徐慧 赵超越

关注

2018年这些新规将影响北京餐饮业

2017年北京餐饮业在转型升级、提质增效、创新发展等方面,展现出蓬勃生机与活力,餐饮收入首次突破千亿元大关,实现1028.8亿元,同比增长7.7%,增速创近五年来新高。随着狗年新春的到来,新的一年中,又有哪些新规将影响北京餐饮业?

经营网络餐饮须有实体店

2018年1月1日起《网络餐饮服务食品安全监督管理办法》正式实施。这是继《网络食品安全违法行为查处办法》之后,政府针对网络餐饮服务食品安全的专门性规章,对于网络餐饮服务的监管、平台主体责任落实、入网餐饮商户

和配送要求提出了更加明确的要求。办法规定,入网餐饮服务提供者应当具有实体经营门店并依法取得食品经营许可证,不得超范围经营;需要履行公示信息、制定和实施原料控制、严格加工过程控制、定期维护设施设备义务。

规定3项污染物排放限值

随着北京餐企数量、规模不断扩大,餐饮业在烹饪过程中所产生的污染物排放也在不断增加。为控制北京市餐饮业的大气污染物排放,2018年1月8日,北京市制定并发布《餐饮业大气污染物排放标准》(DB11/1488-2018)。

该标准规定了餐饮服务单位排放

的油烟、颗粒物和非甲烷总烃3项污染物的排放限值,明确了3项污染物的监测要求和分析测定方法,提出了净化设备的运行操作要求,全面控制餐饮业的大气污染排放。该标准将于2019年1月1日起实施,其中油烟和颗粒物限值自标准实施之日起执行,非甲烷总烃限值自2020年1月1日起执行。业内分析指出,该标准的出台将给餐饮油烟净化设备带来新商机。

食品违法行为“处罚到人”

为落实党中央、国务院有关食品安全“四个最严”的要求,加大对食品安全违法行为的执法力度,2018年

1月24日,国家食药监总局、公安部发布并实施《关于加大食品药品安全执法力度严格落实食品药品违法行为处罚到人的规定》。规定明确,个人从事食品药品违法行为的,依法追究个人法律责任。单位从事食品药品违法行为的,除对单位进行处罚外,还要依法追究单位直接负责的主管人员和其他直接责任人员责任。

此外,食品药品监管部门须严格按照“谁处罚、谁公开”的原则,及时全面公开食品药品相关行政处罚信息,建立数据库备查,并在网站设立专栏,公开相关行政处罚信息。

北京商报记者 徐慧