

新零售崛起 茶饮 诸强混战

疫情延续的日子里,中国咖啡市场显得特别不平静。先是瑞幸爆出财务造假深陷退市漩涡,近日 COSTA 青岛门店冲上热搜,后官方证实将缩减 10% 的中国门店。随后,互联网连咖啡证实已关闭全部门店,并决绝表示不会重开……

当下每一条“关店”的消息,都会与疫情挂上钩,疫情虽加速了咖啡行业的洗牌,但事实上并未造成大面积的闭店潮。

据大众点评统计中国 17 个主要城市的咖啡店数量发现,2019 年 3 月合计门店数量为 42717 家,2019 年 11 月为 44947 家,2020 年 4 月底则为 43311 家,横向对比看出,相比 2019 年 11 月,2020 年 4 月初咖啡、茶饮门店数量虽有所减少,但数量仅为 1% 左右,同比 2019 年 3 月仍有所增长;茶饮店的数据也大同小异,2019 年 3 月合计门店数量为 140785 家,2019 年 11 月为 156913 家,2020 年 4 月底则为 150594 家。

“COSTA 入华时,中国的咖啡市场仍一片荒芜,这也是 COSTA 有勇气喊出‘占据三分之一的市场份额口号’的原因,但现在中国的咖啡市场早已今非昔比。”业内人士分析,COSTA 的坠落,除了老对手星巴克的挤压外,与疫情的关系也不大,主要是中国咖啡市场进入了“诸强混战”的年代,市场环境比原来复杂得多。

■ 采写:新快报记者 陆妍思

COSTA 关闭中国门店 开店数量被竞争对手远远抛离

近日,COSTA 在北京、杭州、青岛、南京等地关闭了多家门店,其中,青岛地区关闭了所有门店,北京地区关闭了近 20 家门店。

据 COSTA 官网显示,COSTA 广州地区共有 13 家门店,主要分布在天河区、白云区及海珠区。而在大众点评上搜索“COSTA”,搜索结果广州地区有 COSTA 门店 16 家,所有门店均处于正常营业状态,并没有发现“暂停营业”的备注信息。新快报记者在工作日走

访国金店发现,店内仍然座无虚席。在这个核心商务区的写字楼下,买一杯咖啡,坐下来闲聊或讨论工作,依然是不少人的选择,丝毫没有闭店的迹象。

对于闭店情况,COSTA 方面证实将关闭中国市场 10% 门店。“受门店客流及经济运营变化所带来的影响”,关闭门店只是“业务优化调整的一部分”,同时表示对中国市场充满信心,不会放缓继续在中国开店的步伐。

事件



■ 廖木兴/图

探因

1. 老对手新势力的挤压

COSTA 和星巴克,曾经被视为咖啡界的“肯德基和麦当劳”。资料显示,COSTA 是创办于 1971 年的英国品牌。2006 年底,COSTA 咖啡在上海南京东路开设了中国的第一家分店,宣告正式进入中国市场。彼时星巴克已进入中国市场 7 年。

进入中国之初,COSTA 在前 3 年内开设的门店数量就达到了星巴克门店数量的 25%,是星巴克同期发展速度的 2.5 倍。迅速开店的战略使得其发展速度一度是星巴克的 2.5 倍,彼时 COSTA 的目标是在中国开设 2500 家门店。不过如今,COSTA 却被星巴克远远甩开。根据最新官方数据,目前 COSTA 在中国

市场仅约有 400 家门店,星巴克的门店数量却超过 4000 家,两者几乎相差 10 倍。

除了老对手星巴克的挤压外,国内零售巨头华润集团也打造出太平洋咖啡品牌,与 COSTA、星巴克等在购物中心的咖啡业态中三分天下。

在 COSTA 传出闭店消息时,中国的咖啡赛道正迎接着更多新势力——今年 7 月,获得腾讯投资的加拿大连锁咖啡品牌 Tim Hortons 在北京开设了 2 家门店。Tims 中国表示,计划未来在全国开出 1500 多家门店;日本咖啡品牌%Arabica 也加快了布局速度,目前已在中国开设 20 多家门店。

2. 新零售咖啡品牌的崛起

与此同时,除了在门店“叹一杯”外,消费者购买咖啡的渠道早就不断丰富。除麦当劳、肯德基等连锁餐饮近年纷纷加大中国市场的咖啡投入外,便利店大军也加入战团,全家、喜士多等都推出了自有的咖啡品牌,后者更在门店设置咖啡体检区,研究表明,多达 52% 的中国消费者在布点更有优势的便利店渠道饮用咖啡。

2017 年,瑞幸咖啡更是打响了新零售咖啡最响亮的一枪,短短两年,门店突破 4000 家,去年在纳斯达克挂牌上市。虽然今年爆出财务造假,但从疫情后的复工情况看来,经历巨劫的瑞幸在中国市场算是“活”过来了。

专题

彼此相连,成就你我

——民生银行广州分行创新金融服务 与小微企业同行

1 年前,在广州市白云区经营某医疗器械公司的刘女士走进了民生银行广州分行万达广场支行厅堂,在该行办理了首笔业务,成为该行客户。

今年 3 月,广州各大商圈复工后,民生银行客户经理走进商圈,为小微客户送上寓意“发财”的发财树及“企业复工利息券”,一扫疫情阴霾,为客户送上好彩头。收到这份礼品,刘女士惊喜之余也感到不可思议,“超市会送消费券,银行还会送利息券?”

创新服务,助力企业复工复产

从业近 10 年,虽然早有扩大经营的想法,但不懂银行贷款流程的刘女士从未想过通过向银行贷款来扩大规模。但复工之后,正逢疫情攻坚阶段,刘女士的企业需加紧生产疫情所需的额温枪等医疗器械并迅速输送至各需求机构。扩大生产和增加物流都需要充足的资金支持,于是在

拿到民生银行派发的企业复工利息券后,刘女士拨通了利息券上留下的客户经理许经理的电话。

“您好,我收到了你们银行派发的利息券,但我没有办理过贷款,不太了解相关流程,想了解一下你们银行的贷款政策以及这个利息券要怎么使用。”刘女士在电话中试探着询问。

在了解了刘女士企业的经营情况之后,许经理向刘女士推荐了民生银行小微抵押经营性贷款。3 月底,民生银行广州分行为刘女士成功发放了她在民生银行的首笔 135 万元贷款。在给予了该行最低贷款利率优惠的同时,还通过使用该行派发的企业复工利息券,一次性为刘女士减免了 880 元贷款利息。

落实要求,持续创新服务

面对新冠疫情对我国经济社会带来

的持续性影响,今年的政府工作报告对金融支持实体经济提出了更高要求,“增量、扩面、降本、增效”,全面落实“六稳六保”工作。为此,民生银行广州分行快速行动、积极响应,启动了以“彼此相连”为主题的“小微金融特别服务年”活动,以“特别的服务”瞄准市场需求,全面落实政府及监管工作要求,与小微企业同行,助力小微企业发展。

据了解,作为“小微创新金融服务”之一,民生银行广州分行已累计派发“企业复工利息券”880 万元。此外,民生银行广州分行更是推出三大重点举措,不断加码普惠金融和小微企业服务。一是以抵押贷、信用贷、小微普惠信用卡构建的立体综合性产品货架为小微客户提供信贷额度便捷充足、息费减免、全力降低成本的融资贷款支持;二是通过线上化金融服务“跑道灯点亮计划”,帮助小微客户熟练使

用该行各类非接触服务,提升综合服务效率;三是“免疫力提升计划”,重点助力小微商户提升经营管理能力、增强客户及企业的自我保护。

银企合作,助力“六稳六保”

持续的创新和全面的服务增强了客户与民生银行之间的黏合度。正如在民生银行办理了首笔贷款的刘女士,其与民生银行的并未到此为止。7 月份,刘女士再次联系到民生银行客户经理许经理,告知其已在肇庆购入厂房,拟继续扩大经营规模,想了解民生银行是否还有其他产品可以给予融资支持。

在许经理的推荐下,刘女士申请了民生银行广州分行推出的小微授信创新项目贷款,获得了一笔 1300 万元的厂房按揭额度。据刘女士介绍,新厂房投产后预计将创造近百人的就业机会。