

咖啡赛道沸了， 卖石油的、卖课的、 卖运动鞋的都来了

放眼当下，现制咖啡赛道越来越沸腾。

9月14日，星巴克在其全球投资者交流会上表示，计划在未来三年内，在中国300个城市新增3000家门店，使门店数量达到9000家。过去十年，星巴克中国内地门店数增长了近10倍。截至今年7月的第三季度财报，其中国门店数量为5761家。

比星巴克跑得更快的，是瑞幸。根据瑞幸公众号9月19日发布的“一周新店”消息统计，瑞幸一周之内新开门店数达35家，平均4.8小时就有一家新店开张。而稍早前，根据瑞幸咖啡2022年第二季度财报，期内净新增615家门店，门店总数量达7195家，超过了星巴克。

NOWWA挪瓦咖啡、Manner、M Stand等国内多个新兴连锁品牌迅速崛起。今年6月，门店数突破1500家的NOWWA挪瓦咖啡在广州宣布百店齐开；近日Manner咖啡在天环广场开出首店，吸引年轻人大排长龙追捧。此外，经营模式、定价与星巴克相当的Tims咖啡、%Arabica等国际连锁品牌陆续进驻中国市场……

我国咖啡市场规模自2015年来一直维持着稳步增长，即使在疫情下，我国咖啡行业的发展也远优于其他行业。根据艾媒咨询数据，2021年中国咖啡市场规模约2817亿元，消费人次突破3亿，并预计仍将保持27.2%的增长率，远远高于全球2%的平均增速，预计到2025年将达到万亿规模。

这条万亿赛道也招来了嗅觉敏锐的资本。不完整数据统计，2021年全年，关于咖啡行业的融资事件达近30起，整体融资额超过170亿元，融资金额创行业新高。天眼查数据显示，2022年1月至8月，现制咖啡领域发生14起融资事件，按可统计口径计融资金额达18.03亿元。

市场规模提升的背后，除了行业内玩家涌现，更有跨界企业入局，除了便利店、快餐店、茶饮店纷纷开卖咖啡，更有甚者，卖石油的、卖药的、卖课的、卖川菜的、卖运动鞋的都要来分一杯羹。

今年7月，中石化旗下、拥有2.8万家便利店的易捷宣布携手Tims中国强强联合加码“石油咖啡”；9月初，教培巨头猿辅导旗下首家咖啡门店在北京开业；国潮运动品牌跑步入场，前几天，继李宁的“宁咖啡”后，特步又注册商标“特咖啡”；而网红餐饮太二酸菜鱼也高调宣布要卖“酸菜咖啡”，预计国庆前在全国门店上市……

在咖啡这个万亿赛道上，竞争者一个接一个，谁能杀出重围，谁又将铩羽而归？

■采写:新快报记者 陆妍思 实习生 杨子冉
■图片:廖木兴

