

# 广闻广识专家线上分享会会议纪要

## ——12.06（周三）咖啡专题

随着消费复苏，咖啡赛道逐渐回暖。咖啡市场厮杀激烈前有爆款生椰拿铁爆火一整年，后有咖啡 9.9 元价格战。精品咖啡店不断推陈出新，同时，利用极致性价比抢占下沉市场。玩家如何破局？

本次我们邀请到行业资深专家为我们分享如下话题：

- 国内咖啡行业发展背景和市场规模
- 雀巢开设线下店的初衷及大方向上的战略布局
- 精品咖啡店的核心要素及通用单店模型
- 即饮和现制咖啡的市场份额占比以及未来的发展趋势

**专家背景：**某头部速溶咖啡上市公司战略高层，负责电商等销售渠道开发、新零售和市场分析、新品战略以及企业创新和孵化。涵盖雀巢咖啡和 Nespresso 等品牌的业务状况管理，和 CEO 以及 BU Head 共同制定业务战略

**风险提示：**本次线上分享会仅代表专家个人观点和知识分享，不代表广闻广识任何观点或建议。本纪要所属权归广闻广识所有，未经允许不允许二次复制、修改和转发。

## PART1 专家分享：

感谢大家的参与，本次我将就前面提到的内容分享一下我对咖啡行业的见解，前 45 分钟主要由我讲述，后 15 分钟有一个提问环节，大家可以举手交流。

### ● 咖啡发展历史脉络和市场规模

我先简单分享一下RTD即饮咖啡市场的整体情况：如果把 RTD即饮咖啡单拿出来，那限制咖啡的部分，主要由市场的终端价格直接体现，门店卖出的价格（零售价），实际上就是终端价格。

对于速溶咖啡和即饮咖啡的销售模式，尤其是 B2B 的模式，主要厂家出厂价会对终端价有影响。那从我们自己的计算来看，如果是按照整个现制咖啡，加上我们的厂家卖出的部门，整个咖啡的卖出价 RTD 市场规模大概是在 1300 到 1500 亿。如果把数据完全市场化，就是把我们的卖出价全部转化为零售价，市场规模大概是在 1600 亿到 1800 亿，这个是目前整个中国市场实际比较靠谱的数据。

接下来分享中国咖啡的发展背景。中国咖啡豆实际上是从上世纪的六七十年代，逐渐通过香港以及改革开放引入的。如果咖啡说瑞幸、星巴克的使用现在是潮流，在 80 年代，实际上雀巢才是最早进入中国的，当时还有一个麦氏咖啡，也就是现在的麦斯威尔，当时是最早进入中国的两家外资企业。中国的咖啡种植行业 80 年代末开始发展，最早是由雀巢带领着他的专业现制团队在云南普洱开店，种植咖啡的前期条件包括气候等，这些影响因素是制造咖啡的基本条件，条件（不满足）无法种出合适的咖啡，咖啡的质量影响会非常大，（咖啡）都害怕

气候、湿度、温度等的影响。

(雀巢)最早是在云南普洱找到的这片(适合种咖啡的)地。是因为它的种

**更多精彩内容，请联系广闻广识**

植(条  
以就决  
年,我  
于云南  
2015年  
市场引  
第  
面星巴  
后,目  
咖啡开  
包括行  
再  
右。计  
中,这  
在这5  
个点(。  
来看,  
进场导

五补,所  
到2023  
要来源  
发展是在  
非加入到  
到后  
15年以  
从现制  
的变化,  
8亿左  
3亿。其  
是说其实  
不低于这  
的使用量  
城市化

咖啡是有一个使用场景的标准的,因为咖啡这种具有消费的功能性。如果你

在城市的打工，办公室里可能接受他（咖啡）的地位会多，但是如果你是乡下的

一个和交属性和

工作井，日韩

都是在 400 杯

以上，美国

在 30 业的发展

空间是进入到

一个什么呢？

其实是心智。那

么他新和多样

性，口感，可

能不（影响因

素）是局都是按

照价物整个中

国咖； 5 到

10 块有明确划

分的。这也关系到我们会讨论的雀巢在线下开店的战略，包括大方向和未来的战

术。

● **雀巢的战略布局**

我们（雀巢）的战略是什么？目前（咖啡行业）基本上用价格区分市场，那

（雀巢）**更多精彩内容，请联系广闻广识** 甚至突  
破 50 么，可能  
这就是 型相关的  
具 本的我们  
这个内 可以留  
涉 非常大，  
及 占比。大  
家其实 雀巢咖  
啡， 中国的咖  
啡招募 来招募  
消费者 价值的环  
境，非 希望在咖  
啡招募 以及消费  
周期等 识  
雀 的是希望  
在这 而且也  
是咖啡 线下店的

时努力做到大概四个分部的保证。

最近雀巢在上海开开设了一家高端店 ROASTELIER，目的和当年收购蓝瓶咖

更多精彩内容，请联系广闻广识

啡非常  
可能有  
以上的  
方面我  
咖  
实际上  
法是想  
咖啡在  
以蓝瓶  
在才刚  
北京，  
雀  
望鸡蛋  
雀巢的  
标星巴  
格趋近  
在一起  
3 到 5  
所

星巴克，  
罗斯成本  
所以在这  
非店展开。  
雀巢的想  
当然蓝瓶  
官司。所  
题，到现  
1 家在  
雀巢不希  
链跑熟。  
是希望对  
一块是价  
格带) 加  
3 块钱，  
星巴克成

立一个咖啡联盟。在 2018 年第三季度，(雀巢)收购了星巴克 71.5 个亿美金，

收购了星巴克所有的店外营意味着什么？意味着星巴克在店外所卖的包装搭配

都由雀巢 **更多精彩内容，请联系广闻广识** 也会由雀巢

巢逐渐 事。

它 个方向来

探讨中 office

coffee p 解决的

最后一 mall ,

大些的 是走的

是 office 也常见

于一些 星巴克

是提供 更多的中

低消费 每个不同

的一个 公司提

供一个 户可以直

接扫码 成为形成

咖啡竞 来

这 咖啡机销售

商，可能 个咖啡机

最大代 主要由德

龙来代 雀巢是

隐藏在德龙背后的大型咖啡机销售商。当然，咖啡机不只是卖 Espresso，还有很

多其他的咖啡机，如专业餐饮使用的一些其他的咖啡机和饮料机。所以，雀巢在

咖啡机打进办公

室。这规划。

那都已经有的

了。它以州的那个

步行街为目标，

雀巢相和旅游场

所等，

关注领的，以

及低端的关的解决

方案。

以多的像

Nespres为胶囊咖

啡事业部一些活动，

如咖啡

（行

者心智占据消费

啡的生成在整个咖

度以后有了认可

的帮助。

这就是为什么雀巢要去布局线下店。

更多精彩内容，请联系广闻广识

(雀巢)大方向的布局很简单，就是在各个有咖啡涉足的领域雀巢都要分一

更多精彩内容，请联系广闻广识

杯羹。你

么？其中

部是奈斯

啡大概有

卖出价

左右。

目前

精品咖啡

斯威尔、

起（的市

大概在

胶囊

占一半，

illy 等品

因为现在

的咖啡

我认为未

第三

可口可乐

别是什

二个事业

业部的咖

巢的厂家

120 亿

型的冻干

雀巢、麦

加在一

IV, GMV

雀巢大概

lavazza、

为什么？

，由过去

这部分是

最开始和

事业部，

在中国的 RTD 咖啡在 120-130 亿的水平，如果终端规模可能在 180-200 亿左右

的水平。卖出端 RTD 大概在 100-120 亿的水平。我们（雀巢）自己卖出价大概是 40

更多精彩内容，请联系广闻广识

第

cream

第

收购了

第五大

出规模

然不到

是很大

有所感

和咖啡

囊咖啡

的人很

● 目

当

1-3 块

宜的价

雀巢是

咖啡，

么呢？卖

额。

立(运营)。

是雀巢的

这是卖

可能当

市场规模

大家也会

的咖啡粉

巢。喝胶

espresso

咖啡，在

以非常便

，1-3 块

就是速溶

水平。低

端精品（价格带）在 3-5 块，如胶囊咖啡，包括通用性胶囊，还有一些精品咖

啡的价格，比如挂耳、或者一些咖啡液可能高至 5 块。冻干咖啡会贵一点，如

三顿半

格带在

还有

喝瑞幸

部分可能

也在这部

性能最好

者是低成

争的前半

括一些挂

25

越少，以

少涉及的

啡店。这

了，也相

咖啡的价

这占消费

造的，价

钱以上每

更多精彩内容，请联系广闻广识

啡，价

的库迪

但是这

囊咖啡

非来讲，

RTD 或

咖啡竞

啡，包

的越来

都比较

酒店咖

就更少

10 杯

喝咖啡，

人去打

000 块

们为这

类消费人群服务的品牌，服务这部分人是有一定收益的。所以品牌需要学着更重

视价格的差异化。就是从一块到 50 块都要布局，竞争力最多的是 10 块到 25

更多精彩内容，请联系广闻广识

块的地

在

啡应该

块，达

消费者

所

块是一

定价都

格带，

市场，

块九，

这部分

门布局

● 精品

接

已经提

咖啡店

高端咖

要开这

可我咖

备到 10

以内，

么多。

司， 10

品牌的

一个价

准度的

行，就

来的，

自己部

识

识

部分我

识 瑞幸的

识 故的是

识 的就是

识 成本

等各方面的数据还不具有代表性和分析性，这种单体店其实未必代表整个全国或

者是一个水平的，基本很难拿来分析，而且这个相对有些财务数据是保密的，所

以我们**更多精彩内容，请联系广闻广识**

幸一般

代表性

个数万

问题，所

下我自

客

要不超

就 16 万

123 万

装修这

紧

设备更

是一次

供应商

那

最主客

了自己

很好的

一家合作商，现在也是库迪的合作商，他们也是走这个路子，所以建立壁垒是这

前还有

下，只

单价也

大概是

折旧、

贵的，

设备

的设备

作为它

就建立

是一个

前还有

个行业未来要做的事。在竞争中要想取得优势，必须在技术建立壁垒，在供应链

上建立壁垒，否则

垒，否则

但不是这

了一个大

个月 2

是可以这

那你毛利

你是个体

才能拿到

这种盈利

水电

可以自己

对吧？你

少？唉，

80 万，

发的这个

种盈利机

因为

月份防务

更多精彩内容，请联系广闻广识

建立壁

些壁垒

看，给

金是每

毛利润

对吧？

，如果

中高层

业，那

可以的。

追溯，

成本，

有多

，一年

高层面

，那这

可以的。

那么 4

容易)，

但如果想赚到大钱，还是要看一些地段的运气、规模化效应带动的一些东西、产

生链给你带来节约，但是可以看到仍然是一门好生意，可能比你开一个便利店要

**更多精彩内容，请联系广闻广识**

赚钱的

作

差不多

年前，

间是个

比外面

万，但是

元，中

降，但

整

就是餐

较少，

以利用

且不是

可

在会员

当咖啡

限的，

社会发

年年底，

果回到五

00 倍之

的价格会

1 万到 2

不到 10

不量会下

美国模式

内消费比

，甚至可

习惯多，

短期内，

果准未来

人也是有

国整个的

关系，所

以这个东西还是一个很复杂的问题，需要看未来整个国家层面的一个变化，会影

响整个行业，但是总体上是向好的。可以看到基本开店的都赚钱，瑞幸是很少中

概股在**更多精彩内容，请联系广闻广识**的赚钱了。

中国喝且这 5000

万可能看到它的

量是很它的顶峰，

所以在是很难的，

所以现程度远难

于 0-5 费者消费

到 15 ，就是说

消费到它的净利

润还会正的。这

不是最家，但成

本不会、人工会

逐渐相? 800 万

的时候赚钱的生

意，就，那就可

以成为

整制咖啡的

市场。即饮（咖

啡）和精品速溶

咖啡，而是现制咖啡，将会继续增长，这毫无质疑。

大概将会保持在 10%以上，双位数的增长。为什么？因为它没到天花板，它

的招募

更多精彩内容，请联系广闻广识

就是还

需要一

证明大家

还都在

阶段，将

继续增

那

会机会增

长。为

场景属性

的。比

看电影，

它的价

肯定还是

雀巢，

，然后

星巴克

火咖这些

都会有

。

● 咖

我

力，不管

是酒店

近真正的

现制咖

品类长得

非常快

应该是最

像且最

及酒店已

经先从

包括一

些咖啡

像一些

做扁胶囊的异型咖啡咖啡，所以这类咖啡我也是比较看好，每年增长率也在 20%

以上，所以这我认为这三个品类是未来的主要发展趋势。

最后更多精彩内容，请联系广闻广识

它其实是... 在这一...  
块我其实... 知道的...  
最大的挂... 期的品...  
类。冻干... 且工艺...  
也比较贵... 我觉得...  
它不具备... 的，而...  
且它存在... 不如咖...  
啡粉冲泡... 空间，但...  
我不认为... 希望能...  
够让大家... 访谈结束...  
后，我们

## PART2 林

### ● 小众

Q: 女... 次会议...  
开始之前... 简单再

和您交流一下。我们也知道上海它其实是作为全球咖啡店最多的城市，就有人比

较感兴趣，像上海的一些这种小众咖啡或者说新品咖啡店，他们的一些生存特点

是什么 **更多精彩内容，请联系广闻广识** 有更好

的收益

A:

国最大

是有很

还不错

还有的

对于他

个咖啡

那

量，但

但是更

上的一

杯子去

创新，

频拍摄

举

以拿着

他的咖

整个全

特点就

生存的

复失掉，

个其实

东是一

成功的。

来的流

量是在，

些属性

着自己

式上的

频短视

店你可

子去打

抖音植

入，一些活动给券，然后包括那个做一些视频短视频拍摄，包括朋友圈分享，这

是流量引流，这也是都他们在做的。

更多精彩内容，请联系广闻广识

第三  
些产品的  
例如现在  
南亚、南  
做一些差  
服务上、  
那么这个  
底喜欢什  
的东西来  
后你只能  
气息，对  
我说  
实践去推  
行，来进  
然后你只  
很有文化  
他们的特  
但是  
连锁店能

者，做一  
的个性，  
越南，东  
，强调  
式架构、  
差异化，  
市场到  
些不同  
的画，然  
有文化  
是要靠  
店来进  
什么的，  
后也有  
这都是  
国整个  
格上做

文章。所以如果你想判断这个单店能不能扩张，就看看在供应链、在价格、在品

质上有突破的，能进行标准化的那些单店才是你的未来。那么你只是做一些文

化上的。更多精彩内容，请联系广闻广识

所以这，做成

预制，你，你很

难连锁

● 国内

Q:

咖啡市

市场份

A:

度在百

他们两

了。那

大是华

方面的

较大的

可

次是华

为华北

华中也是很大的市场，我觉得这两块是潜力比较大的。

当然华东是一个（非常）大的市场，可以看到门店数基本上就代表了他的销

更多精彩内容，请联系广闻广识

售额。因  
都不会太  
个基本就  
第二  
不可信的  
困扰，所  
别大的价  
那大概可  
亿上下这  
个亿的星  
都是在这  
的情况。

b  
雀巢也卖  
的水平，  
四五个亿  
都是“玩

销售额  
量，这  
品牌是  
的受到  
没有特  
销售，  
在 5  
下的 10  
一可能  
的机会  
云南。  
几个亿  
咖啡就  
下，这  
个基本

上就是头部企业的各个细分。