

瑞幸咖啡加速扩张 连咖啡大量关店

“互联网咖啡”市场竞争日益加剧

■见习记者 张诗欢 记者 许素菲

最近,不少爱点外送咖啡的白领发现,原本常喝的连咖啡门店不见了,系统显示定位“不在配送范围内”,而周边本没有的瑞幸咖啡,却开设出新门店,开始提供外送服务。

手机端配送范围变化的背后,一组数据更加直观:连咖啡上海地区门店从巅峰时的120家,收缩至只有70多家在正常营业。而2月份刚宣布将再进18个大中城市的瑞幸咖啡,3月份又开启了为期十周奖金总额共计5000万元的营销活动。互联网咖啡市场的竞争不断加剧,不仅搅局传统咖啡市场,也考验着所有新旧入局者。

“烧钱”补贴争夺用户

相比星巴克、Costa等连锁企业,以连咖啡、瑞幸咖啡为首的新兴咖啡品牌,无疑是咖啡零售业的“新人”,前者从2015年8月开始转型做自有品牌咖啡,后者2018年1月才开始试营业。但两者都在短时间内吸引了大量用户,原因就在于对新用户实行的大力度补贴政策:连咖啡前几杯咖

啡的花费共需不到10元,消费者后续还可以通过累积“成长咖啡”,免费兑换咖啡;瑞幸咖啡新客户首单免费,拉新客户可再奖励一杯,后续消费中还常有买2赠1、3.8折券这样的优惠。

低于市场价的咖啡售价,似乎与官方宣传中优选原料、精湛工艺、创新模式透露出的低成本相悖,这样的咖啡真的能盈利嘛?有人算了一笔账,瑞幸咖啡每杯成本高达30元,而官方售价多在25元左右,再算上优惠,平均每杯售价不足10元,卖得越多,反而亏得越多。有数据显示,2018年前9个月,瑞幸咖啡累计销售收入3.75亿元,毛利润为-4.33亿元,毛利率为-115.5%,净亏损达8.57亿元。在瑞幸咖啡实现“年内新增2500家门店,年底门店总数超4500家”目标的过程中,需要负担的运营、管理、推广成本必然会更重。

新入局者不断涌入

但不可否认的是,以连咖啡、瑞幸咖啡为代表的品牌,用疯狂的扩张,开启了互联网上的中国咖啡消费元年。随之而来的是越来越多的知名品牌或搭上互联网,开拓

线上市场,或入局咖啡领域,开启了多元化的销售模式。

前者如,麦当劳中国旗下麦咖啡在上海市场推出外送服务。星巴克依托阿里旗下饿了么配送体系试运行外送业务。后者如,百胜中国新推出的精品咖啡品牌COFFi&JOY咖啡馆在上海来福士广场开业迎客。搭载在全家便利店销售的湃客咖啡也表现不俗,2018年销量超4000万杯,今年的目标是1亿杯,预计覆盖全家所有门店,并在与第三方外卖平台合作的同时,加快自有外送平台建设。新式茶饮代表品牌喜茶在数天前,也正式进入现磨咖啡领域,首批推出4款咖啡饮品,似乎也要在咖啡市场分得一杯羹。

前瞻产业研究院发布的《咖啡行业市场需求与投资分析报告》显示,中国的咖啡消费量每年增长幅度在15%-20%,而全球平均咖啡消费增速只有2%。目前,中国平均每人每年消费的咖啡小于5杯,在上海、北京、广州等中国一线城市,每年人均咖啡消费是20杯,但远低于欧美和日韩的水平。快速发展的中国咖啡市场潜力巨大,但随着各路玩家加快跑马圈地,对市场份额的争夺也会日益加剧。

2019上海秋冬时装周今天开幕

来民生艺术码头看高级时尚秀

本报讯(见习记者 张诗欢 记者 许素菲)今天,以“重见”为主题的2019秋冬上海时装周如约而至,本次时装周倡导审视、回望及叩问内心,探寻创意背后的理念与共鸣。作为上海时装周唯一指定社交礼服发布平台的GALALAND今年再度携手浦东,共同掀起又一次礼服浪潮。

第二季GALALAND以“织遇”为主题,将于今年4月6日-8日在浦东民生艺术码头举行,包括泰国高级礼服品牌ASAVA、韩国净洁婚纱品牌VESTAL、专注于高级中式嫁衣原创定制的旗纪定制等在内的6个国内外知名社交礼服品牌,

将在浦江边一竞芬芳。据了解,为进一步提升秀场的呈现品质与效果,烘托各个参秀礼服品牌的特点,量身定制的个性化场景将成为GALALAND一大看点。

上海市商务委的统计数据 displays, 2018年,知名品牌在上海共新开首店835家,其中全国首店301家,占全国半壁江山。“首店经济”持续领跑全国的同时,上海建设全球新品首发地亦取得显著成效——超过3000个品牌在上海首发全球新品,于去年11月举办的首届中国国际进口博览会首发新品超过5000件。在眼下的2019秋冬上海时装周,全球时装周新品上海首发将得到进一步的集中呈现。

东航上海-罗马航线
将启用新机型

打造“一带一路”文化交融之旅

本报讯(记者 李继成)中国东方航空日前宣布,在东航上海-罗马航线开通8周年之际,东航MU787/788上海-罗马往返航线将使用最新引进的A350-900机型执飞。这也是东航定期采用最新A350执飞的首批国际远程航线之一。MU787航班,北京时间中午12:35从上海浦东起飞,当地时间19:10抵达罗马菲乌米奇诺机场;MU788航班,当地时间晚上21:10从罗马起飞,北京时间次日14:35抵达上海浦东。

意大利既是古丝绸之路的终点,也是“一带一路”建设丝绸之路经济带和

海上丝绸之路的交汇点,历史渊源和地理位置让中意加强“一带一路”建设合作有着独特优势。自2011年3月开通该航线以来,受益于国家“一带一路”建设的逐步深入,东航航班从最初的每周3班增加到每周7班,8年来累计超过100万旅客选择东航往来中意两国,为中意之间的交流架起空中“丝绸之路”。为更好地服务乘客,增加旅途舒适度,东航上海-罗马直航的A330型飞机更换为最新的A350-900型飞机,全新的机上软硬件及娱乐设施将为旅客提供高品质出行服务保障。

苹果春季发布会布局软件服务

本报讯(记者 王延)北京时间26日凌晨,苹果公司在美国总部召开了今年的春季发布会。在过去的一周里,苹果已经在其官方网站三次更新了最新的硬件产品,因而本次发布会主要围绕软件服务展开,包括了Apple News+、Apple Card、Apple Arcade、Apple TV和Apple TV+原创视频服务等。不过,在发布的服务中,初期上线地区大多没有包括中国。

其中,Apple News+主要提供新闻订

阅服务,将涵盖超过300种纸媒和杂志资源。Apple Card则推出了DailyCash现金奖励活动,当在iPhone和Apple Watch上使用时,每笔普通消费返现2%,苹果商店返现3%,每天无上限。Apple Arcade平台将会推出100多款独占游戏,包含增强现实(AR)游戏和多人游戏,可以用iPhone、iPad、Mac、Apple TV等不同硬件设备玩。

此外,Apple TV、Apple TV+作为电视内容服务正式发布,重新设计的Apple

TV六大流媒体供应商合作,将为Apple TV提供更加优质的内容。用户还可以根据自己的需要,为单独的内容频道进行付费。

业内人士对此表示,苹果公司的这一安排是刻意让外界注重其在软件服务上的布局,而不希望用新硬件抢了新服务的“风头”。从这场发布会还能看出,在iPhone等硬件未能取得理想市场表现时,苹果加大了向服务商转型的步伐。



“二维”天地 “码”上加入
咨询热线: 021-38982900

眉山市丰硕果蔬农业合作社



四川省眉山市——中国词人苏东坡的故乡

产自四川省眉山市东坡区尚义镇的耙耙柑,还有一个艺术的名字——春见。耙耙柑单个果重250克左右,具有丰富的营养价值,当年3月开花,次年2月-3月成熟,水果生长周期长,营养丰富。

耙耙柑外表圆润自然起皱、极易剥皮,果肉金黄饱满、细嫩多汁,无籽或少籽,果味浓郁、入口鲜甜化渣、清新爽口。“九分甜一分酸”是它真实的写照。保存方式以冷藏温度4℃-8℃度为宜。

耙耙柑种植区域——眉山,是四川省首批“农产品产地生态化市”。眉山温度适宜,冬无严寒,夏无酷暑,无霜期长达315天,平均气温17.1℃,北纬37度……这些条件都满足了优质晚熟柑橘的种植需要。眉山以浅丘地形、地貌为

主,地势由西北向东南倾斜,土壤母质类型为新冲积、再积黄泥沙,主要土壤种类为黄壤土,土壤肥沃,有机质含量高,富含钙镁钾等多种微量元素,种植出的耙耙柑营养丰富,果味独特。而东坡区属于出口农产品基地示范县(区),是全省2008北京奥运会蔬菜供应基地县(区)、省级生态农产品生产基地县(区),全区的大气、水质、土质都达到晚熟柑橘种植的高水准。

此外,耙耙柑种植区域几十平方公里范围内无水果加工之外的工业,不受外界污染。连鳌山水库、杨水碾水库一级水源保护区生态环境好,滋养着合作社万亩优质晚熟柑橘基地。

历经春夏与秋冬 浓缩人间酸甜苦辣
汇聚天地日月精华 最终成就东坡“春见”

从四川省眉山市东坡区原产地发货,来自
北纬37°的深情问候!



四川省眉山市丰硕果蔬
上海直供:13818038342
产地直销:18728385638