

# 一杯低至个位数，咖啡“价格战”加码

不用优惠券，冰美式标价2元/杯 平价“新人”不断涌入，咖啡赛道持续“内卷”



长沙一家咖啡吐司店，2元一杯的手拉冰美式销量超过1200份。



8月22日中午，长沙一瑞幸咖啡门店内，不少顾客正在等餐。

迎接第十一届全球湘商大会

## 小药瓶有大学问 湘企实现高端医药玻璃关键材料国产化



扫码看视频

第十一届全球湘商大会将于9月12日至14日在怀化市举办。近日，三湘都市报记者随湘商大会预热集中采访团前往湖南洪康新材料科技有限公司，了解洪康5.0中性硼硅药用玻璃管及制瓶项目的制作过程。

经由玻管切割、玻管口反复加热和成型，再到最后封底，一个管制注射剂瓶就完成了生产。近年来，随着国家对药品质量和安全监管持续趋严，我国药用包装材料行业持续升级。该项目的成立，标志着湖南省首个专注生产中性硼硅医药用玻璃新兴产业的诞生，实现了高端医药玻璃关键材料的国产化。

在该公司的展示大厅，不同厚度和长度的中硼硅玻璃管等产品被依次摆放在展示架上，这些玻璃管主要用于安瓿、管制注射剂瓶等药用玻璃容器的加工制作。湖南洪康新材料科技有限公司总经理韩永康告诉记者，目前，药用玻璃管仍属于刚刚起步的朝阳产业，市场空间巨大。

据悉，该项目建设1个拉管生产车间、2炉4条生产线，2个制瓶车间68条制瓶线。目前，拉管车间、配料车间、制瓶车间二及成品库已投入使用。项目达产后预计年产中性硼硅药用玻璃管15000吨，药瓶20亿支。

据了解，该公司采用获得国家科技进步一等奖的纯氧电助熔燃烧和包覆式铂金通道澄清技术，结合丹纳成型技术，生产的中硼硅药用玻璃瓶，是注射用制剂、血液制剂的首选包装容器，实现了高端医药玻璃关键材料的国产化。韩永康说，目前整个项目建设已完成95%，生产线已建设“一窑两线”，并将在下半年启动第二条生产线建设，“现有的生产线布局具备约5亿年产能。”

谈及为何选择在怀化落地项目，韩永康表示，怀化无论在原材料获取就近性还是政府招商引资支持上都具备优势，“作为五省通衢之地，怀化对重庆、广州、成都、长沙等地的下游客户辐射能力强，有助于开拓华南和西南市场。”

■文/视频 三湘都市报全媒体见习记者 全若楠

## 湖南发行131万枚 “东北虎豹国家公园” 纪念币今晚开始预约



扫码看视频

三湘都市报8月26日讯 纪念币上新了！记者从中国人民银行湖南省分行获悉，东北虎豹国家公园双色铜合金纪念币定于8月27日22时开启网上预约，至28日24时结束，湖南的发行量共131万枚。

东北虎豹国家公园双色铜合金纪念币正面图案为中华人民共和国国徽，国徽上方刊“中华人民共和国”国名，下方刊年号“2024”字样；背面主景图案为东北虎、东北豹、红松等，辅以老爷岭、瑛春河、梅花鹿等，并刊“东北虎豹国家公园”字样及面额“10元”字样。

纪念币的全国发行量为6000万枚，其中湖南分配到的数量为131万枚。纪念币采取预约兑换方式发行，中国农业银行湖南省分行、中国建设银行湖南省分行、交通银行湖南省分行、华夏银行长沙分行、上海浦东发展银行长沙分行、长沙银行共同承办纪念币在湖南省的预约兑换工作。公众可通过承办银行官方网站等线上渠道办理预约登记，每人预约、兑换限额为20枚。

■文/视频 全媒体记者 潘显璇 通讯员 张紫毅



扫码看视频

如今的咖啡市场，一杯咖啡售价9.9元是“司空见惯”，2元—6元是“稀松平常”，0.01元一杯的平台补贴咖啡券也成了消费者可偶遇的“福利”。

“作为消费者，可以喝到更便宜的咖啡当然是件好事。”在长沙上班的咖啡重度爱好者段女士说。8月22日，记者走上长沙街头，随着“内卷”风气的蔓延，除了瑞幸、库迪两家主打“平价”的咖啡品牌外，新品牌和本土咖啡店也不断涌入平价咖啡赛道。

■文/图/视频 三湘都市报全媒体记者 叶竹 通讯员 余梦璇 兰佳琛

### 平价“新人”不断涌入 2元即可买一杯冰美式

瑞幸和库迪打响“9.9元”第一枪后，肯悦咖啡也在今年上半年卷入价格战。作为肯悦旗下的咖啡品牌，肯悦咖啡门店数量从3月的100家增至7月的近300家，预计年底将达到500至600家。不管是美式、拿铁还是雪顶咖啡，肯悦咖啡定价均为9.9元。

就当大家以为9.9元一杯的咖啡已经是“薅羊毛”的底线时，团购平台上3.99元一杯的手捣冰柠咖、4.5元一杯的经典美式成为长沙百万消费者的选择——继瑞幸、库迪之后，号称“6.6元封顶”的幸运咖也成了低线城市咖啡领域的标杆。

三湘都市报记者注意到，幸运咖的产品平均价格约为8元。数据显示，至今年3月份，该品牌全国门店数量已经达到2690家，相比于2023年1月，增加1586家，其中半数以上分布在三线至五线城市。

就在4元一杯的咖啡令人惊叹“低价”时，长沙消费者刘先生告诉记者：“近两个月我消费过两次0.01元一份的库迪咖啡全场饮品任选券。”不过，刘先生表示，这份“福利”是他在刷视频时，社交平台给他实时推送的优惠链接。

不用团购，也没有优惠，位于长沙市河西天马小区的荣侍坊南洋咖啡吐司店，一杯手拉冰美式标价2元，这份实打实的卖价也再度“刷新”消费者对咖啡价格的认知。“我喝过一次他们家的奶咖，感觉还不错。”大学生小郑介绍，该店距离湖南师大和湖南大学学生公寓较近，“虽然我还没有买过他们家的美式，但是2元钱的咖啡完全可以尝试一下。”

### 品牌以降价“笼络”客户 也有消费者质疑咖啡品质

咖啡价格一降再降，有消费者认为降价不失为一件“让利”好事，不过也有消费者质疑，咖啡品质会随之下降。

“价格降低有利于商家拓展消费群体。”在长沙市开福区芙蓉中路一栋写字楼内上班的罗女士表示，“以前咖啡很贵，偶尔喝一次都要顾虑一下价格，但是现在瑞幸、库迪等品牌小程序每周都有9.9元的咖啡购买，很方便。”

同时，咖啡品牌和团购平台不间断推出优惠活动，让消费者们养成了买前先查看优惠券的习惯。刘先生说，“我每次买之前都会去美团或抖音上看一下，基本都比在小程序直接买要便宜。”

“现在每天上班就靠咖啡‘续命’，都快养成习惯了。”消费者段女士则表示，咖啡价格的下降无疑实现了买卖双方的“双赢”，消费者面对平价咖啡，消费欲望上涨，商家也借此培养了消费者的选择习惯。

有业内人士认为，这种低价策略确实进一步打开了中国的咖啡市场。《2024中国城市咖啡发展报告》显示，2023年中国咖啡产业规模达到2654亿元，近三年年均复合增长率达17.14%，预计2024年将增至3133亿元；相较于2016年人均年咖啡消费9杯的情况，2023年中国人均年饮用数已上升至16.74杯。

“我前几天喝了一杯9.9元的咖啡，真不好喝。”家住长沙市岳麓区的朱女士表示，“我有点担心，价格太低的咖啡会不会用品质差的豆子，有点不敢喝。”

咖啡赛道似乎没有最低价，只有更低价。从9.9元到6.6元、3.99元甚至2元，咖啡降价潮还能卷多久，商家们仍在不断试探“底线”。