

隐于社区的精品咖啡店如何飘香长红

业内人士:要在众多咖啡店中脱颖而出,需抓住自身的差异化优势

消费新观察
NEW!!!



扫码看视频

咖啡,正在超越饮品的单一属性,演变成为一种文化与社交的媒介。

在长沙,除了商场内的连锁咖啡店,社区咖啡店也成为不少年轻人青睐的聚集地。它们藏匿于居民楼下、散落在静谧小巷和街口拐角。它们面向更广泛的人群,其售卖的咖啡也从上班族的“续命水”变成了忙里偷闲的生活方式。

这些咖啡店生意如何?在竞争日趋激烈的咖啡市场中如何创新求生?10月6日,三湘都市报记者走访了长沙多家居民楼下的精品咖啡店一探个中究竟。

■文/视频 三湘都市报全媒体见习记者 仝若楠

隐于社区,降低运营成本

10月6日,记者随着大院的引导指示图标,来到长沙化工宿舍楼下的不迟咖啡店。在制作咖啡的操作台旁,该店咖啡师资仲吾正与两位顾客聊天。“由于是自家住房,因此免去了租房成本,且楼上居民多为租客流动性强,因此开店较为顺利。”资仲吾表示。

度梦德咖啡小馆位于长沙市开福区清水塘街道的一栋老居民住宅一楼。其负责人李女士表示,之所以选择将咖啡店开在居民楼下,主要考虑到了经营成本,“相较于其他临街商铺,我们的租金压力较小。”而在长沙音乐厅工作五年的田女士,自去年离职后开始将音乐与咖啡融合的理念落地下来,将咖啡店开在了开福区余家塘巷,“社区本身的租金并不高,但因为是老房子改造,我们的成本主要在装修上。”

据资仲吾介绍,店铺于2020年下半年开业,“当时正赶上疫情,疫情的时候其实稍微还好一些,疫情过后是最难的。”资仲吾表示,现在并不敢大刀阔斧地继续投资,“特别是在过去两个月的高温天气中,店铺的经营状态较为一般。”而另外两家开在社区的咖啡店负责人则表示,目前的客源多为周边居民或朋友推荐。

李女士表示,在开店之前她曾在长沙多个片区做过市场调研,最终选择竞争压力不太大的开福区,“更进一步来说,我们在选址过程中发现周围的咖啡店处于空缺状态。”资仲吾坦言,抓住私域流量非常重要,“如果周围有越来越多的店铺强行分流,这对于一家店来讲是非常令人绝望的。”

提供开放共享社交空间

记者注意到,这类店铺在装修上会选择温馨的原木装修风格,“我们还特意做旧了,就是为了让它与居民楼相融合,从而避免装修风格商业化带来的冰冷感。”李女士表示,绿植也是这些店铺必不可少的元素,“客人可以透过这个窗户感受外面的绿植带给人的惬意,让情绪不再紧绷,可以得到充分放松。”

经常探店长沙咖啡店的Aster告诉记者,以前爱喝星巴克这种连锁咖啡店,后面开始尝试家附近的社区咖啡店,“因为社区咖啡店的老板会和你聊天,这让我有一种在家的感觉。”

在城市共享空间的理念下,一巷一院艺术空间咖啡以社区咖啡店为聚点,融合练琴房、音乐会、自习室等空间。“首先,我们希望咖啡店能够吸引和聚集到很多热爱音乐或其他艺术的人;同

时,我们希望能借助咖啡店为社区提供音乐方面的知识科普;最后,它还可以为青年教师提供教学场所。”其负责人田女士说,店铺的整体运营思路是把音乐和咖啡融合,让大家花一杯咖啡的钱和时间来了解音乐的一个小知识点。

在她看来,要想把音乐做得更加“接地气”,首先要拓宽其受众群体,而咖啡店恰恰提供了这样一个空间,“只有给予受众了解、接触和感受古典音乐的机会,才能让大家都爱上它。”

差异化是长久生存的关键

窄门餐眼数据显示,截至9月15日,全国咖啡门店总数达196530家,近一年新开门店达70316家,净增27277家。这也意味着,近一年来,咖啡门店的闭店数量达43039家,全国范围内,每日有超过117家咖啡店关闭。

咖啡,早已从小众饮品市场走向了竞争红海。而在行业快速发展的过程中,咖啡的出品、价格、门店的特点等诸多因素都在不断影响着消费者的选择。

“长沙咖啡市场目前存在为了短期快速获客,价格一个比一个低,但是这类店面往往存活的时间很短,可能第一个月还排着长队,后面连店铺都找不到。”面对咖啡市场的“价格战”,资仲吾告诉记者,目前长沙的咖啡圈子较小且受众群体并不广泛,这导致在长沙开咖啡店不太能通过薄利多销获得成功,盲目的低价策略并不能带来持久收益,且有可能会扰乱咖啡市场。

在定价上,记者注意到这类精品咖啡店的饮品价格主要在20-50元区间。资仲吾直言,“原料的成本少不了,如果再加上房子的潜在租金和水电费,价格不太能做到特别低。”李女士也表示,未来店铺仍专注提升咖啡品质,并不打算盲目扩张,“从小店做起,并积累经验,避免短期内快速扩张导致服务、品质达不到消费者的预期。”

资仲吾认为,现如今,店铺无法保证消费者定期固定落座,基于此,拥有明显的差异和独特的优势才是制胜法宝。

而田女士也表示,“要想在众多咖啡店中脱颖而出,需要抓住自身的差异化优势,而我最擅长的就是音乐,因此我选择从音乐出发打开一条融合咖啡的新思路。”她认为,店铺之所以能坚持到现在,关键就在于客户群体越来越精准——热爱音乐和热爱咖啡的重叠群体。未来,她希望店铺可以稳扎稳打,并强化自身的品牌理念,从而让更多消费者和艺术家了解咖啡店的核心优势。

低至1.9元/罐 精酿啤酒开打“价格战”



扫码看视频

三湘都市报10月6日讯 在饮品消费市场中,“价格战”似乎从未停歇。曾经主打高端的精酿啤酒也正式进入了9.9元时代,不少酒精爱好者直呼:实现精酿啤酒自由了!

精酿啤酒市场上的低价战是否已经打到长沙?10月6日,记者展开走访调查。

商超精酿啤酒价格低,酒馆也卷入价格战

10月6日,记者走访长沙多家商超发现,精酿啤酒被摆放在酒水类目货架的显眼位置,价格普遍在19.8元-49.8元不等。在盒马鲜生华创店,精酿啤酒普遍是1升装的规格,被按照不同风味有序地摆放,大瓶外包装引人注目。

“28天锁鲜系列1升装的精酿鲜啤浑浊IPA,售价为22.8元。”长沙市民李先生正在研究商品价格,见记者上前,他一下子打开了话匣子。据李先生描述,自己以前酷爱和朋友狂欢啤酒,而现在,则更偏爱小酌几杯精酿啤酒。“比传统啤酒,精酿的香气更浓郁、回口带甜。这段时间也明显感到价格便宜了不少,就拿浑浊IPA举例,330毫升装才卖5.5元,同等规格下精酿店的收费不低于30元。”他说。

满醺酒馆体育馆路店上架的胖东来精酿小麦啤酒,到手价1.9元/罐,月售百余件;优布劳精酿酒馆四方坪店推出鲜打精酿啤酒,500毫升仅售9元……

记者走访发现,在连锁商超带来的低价压迫之下,长沙一些精酿酒馆也嗅到一丝危机,纷纷加入这场“价格战”。在某外卖平台上,记者以精酿为关键词搜索后显示,不少商家上架的相关商品,折后价几元即可购买,且销量十分可观。

顺势而为迈入低价时代

醉美酒厂负责人郑先生表示,精酿啤酒价格下降的主要原因是成本的降低和市场竞争的压力。“随着技术的进步和生产规模的扩大,原材料采购成本和生产成本都有所下降。同时,市场上的竞争也越来越激烈,为了吸引消费者,我们不得不降低价格。”

除成本降低和市场竞争之外,消费观念的变化也是精酿啤酒价格下降的一个重要因素。

“如今,消费者越来越注重性价比,对于价格过高的商品往往会持谨慎态度。”上述满醺酒馆店主表示,现在越来越多顾客对于价格更加的敏感与理性,希望能够以较低的价格购买到高品质的产品。“精酿啤酒进入低价时代,正是顺应了这一消费趋势。”

■文/图/视频 全媒体记者 龙思言



在长沙某精酿啤酒馆内,店员正在为顾客拿取精酿啤酒。