

从每杯9.9元打到6.6元 咖啡价格战能“卷”多久？

2023年以来，以瑞幸咖啡和库迪咖啡为首的咖啡品牌打响9.9元价格战，获取市场份额。

2024年，咖啡价格战再度升级。6月6日，蜜雪冰城旗下的咖啡品牌幸运咖在社交平台上宣布“开启咖啡6块6时代”，称除幸运冰外，6月6日至30日，幸运咖全场6.6元封顶，几十款饮品任意选，还喊出“高品质咖啡六块六时代正式到来”的口号。

从9.9元到6.6元，咖啡赛道似乎没有最低价，只有更低价。咖啡降价潮还能持续多久？价格战升级背后的原因又是什么？



6月18日，消费者在成都一咖啡店购买咖啡。

**“战事”升级
从9.9元到6.6元
多家公司入局或加大降价力度**

中国咖啡市场竞争日趋激烈，价格战成为比拼焦点。2023年，库迪咖啡和瑞幸咖啡点燃了9.9元的价格战。彼时，不少消费者感慨，“感谢库迪、瑞幸把咖啡价格打下来。”

库迪咖啡在价格战中的策略尤为激进，其部分产品的价格甚至低至4元，试图以低价吸引消费者。作为新兴的竞争者，其还计划短期内大幅扩张门店数量，翻倍至5000家。

瑞幸咖啡则在开店数量上特别生猛。2023年，瑞幸咖啡营收首次超过星巴克中国，成为了中国市场最大的咖啡连锁品牌，同时净新开门店8034家，目前其门店数逼近两万家。

为应对市场压力和竞争对手的促销活动，曾明确表示“无意参与价格战”的星巴克最近也开始频繁推出各种优惠券活动，如“满60元减10元”“满50元立减6元”“49.9元三杯”和“39.9元双杯”以及“咖啡拿铁7折券”等。在一些生活团购平台上，星巴克还推出“108元5杯大杯”“249元10次大杯”等优惠。

当然，还有更加生猛的后来者：今年6月6日，幸运咖宣布“开启咖啡6块6时代”，这意味着咖啡行业的价格战加剧。而在5月21日，库迪咖啡刚宣布再度加码9.9元促销活动。5月24日，库迪咖啡首席策略官李颖波透露，公司做好了“全场9.9元促销”三年的准备。此外，瑞幸咖啡也在上个月将“每周9.9元”的活动菜单进行了更新，将新品燕麦拿铁加入其中，扩大了促销产品的数量。

不过，相较于其他咖啡品牌，幸运咖依托蜜雪冰城多年的行业经验，以及其背后强大的供应链，推出的价格直接打破“9.9元”，将价格再度拉低，这也让其成为这场价格战中价格方面最有优势的，但其是否会在这场价格战的最终赢家，还有待观察。

**竞争加剧
今年已有8000家
咖啡相关企业注销吊销**

随着咖啡市场竞争持续，“9.9元”这一数字已经影响到了大众的消费行

为。经过过去一年的消费理性“洗礼”，9.9元可能越来越成为消费者的一个心理价格标准，高于这个价格的咖啡或许会被更加谨慎地选择，由此倒逼更多的品牌加入9.9元的竞争中。

在价格战之下，国内一些咖啡门店、品牌坚持不下去了。以精品咖啡代表Seesaw为例，被曝正在大面积关店。在社交平台小红书上可以看到，自去年开始，Seesaw多家门店相继宣布暂停营业，涉及苏州、上海、武汉、北京、重庆、杭州、深圳等多个地区。

Seesaw的闭店只是咖啡赛道激烈竞争的缩影。数据显示，我国现存22万家咖啡相关企业。2021年以来，咖啡相关企业新注册量逐年增加，且增速逐年加快，2021年、2022年、2023年新注册量分别同比增加17.1%、37.9%、67.9%至2.6万家、3.6万家、6万家。截至5月29日，今年我国已新注册1.7万家咖啡相关企业。

与此同时，近两年咖啡相关企业注销数量也在上升。2021年和2022年，我国咖啡相关企业注销吊销量分别同

比减少2.9%、15.4%至1.4万家、1.2万家。但在2023年，注销吊销量同比增加44.6%至1.7万家。截至5月29日，今年我国已有8000家咖啡相关企业注销吊销。

此外，资本对咖啡赛道的投资热情也在趋于冷静。去年，咖啡赛道共有26起融资，累计金额接近20亿元，其中小咖主、隅田川、星茵咖啡等9个品牌的融资金额超过1亿元。而今年以来，咖啡赛道只有5起融资，披露的金额累计不到1亿元。

**业内观点
价格战并非长久之计
品牌应避免盲目跟风**

对此，北京社科院研究员、南昌理工学院数字经济研究院院长王鹏博士表示，咖啡低价策略，要看企业的盈利能力，如果持续低价导致企业长期亏损，那么这种策略将难以维持。如果竞争对手也采取降价策略，可能会引发更激烈的价格战；如果竞争对手选择其他策略，如提升品质或服务，那么价格战可能会逐渐平息。

不少业内人士也对价格战的态度较为审慎，9.9元、6.6元之争并不是品牌发展长久之计。低价模式对于品牌的优势在于能在一定程度上提升销量，抢占市场份额，但劣势则是利润空间被挤压，长期低价可能导致产品质量下降，影响品牌的长远发展。

有业内人士表示，质价比才是消费者最终所追求的。对于大型连锁品牌来说，供应链优势使得他们在价格战中以价换量、扩大市场份额，但中小品牌和独立咖啡店就不一定了，甚至会经历亏本和客户流失。品牌需在确保品质和服务的前提下，谨慎评估低价策略对长期利润、市场份额和企业形象的影响，避免盲目跟风，成为“炮灰”。

华西都市报-封面新闻记者 吴雨佳 摄影报道

四川商投投资入主红旗连锁获批

标的股份过户后曹世如将担任总经理

6月17日晚，红旗连锁再次发布公司实际控制权变更事项进展公告。公告显示，四川商投集团下属企业四川商投投资有限责任公司（以下简称四川商投投资）控股红旗连锁事项已获省国资委批复同意。

2023年12月20日晚，红旗连锁公告称，公司分别接到实控人曹世如及其一致行动人曹曾俊和第二大股東永辉超市通知，曹世如、曹曾俊及永辉超市与四川商投投资于当日签署了《股份转让协议》，约定三者将其合计持有的红旗连锁2.3亿股（占红旗连锁总股本的16.91%），以协议转让的方式转让给四川商投集团旗下四川商投投资，转让价格为5.88元/股，金额合计达13.52亿元。商投投资还与曹世如、曹曾俊签署了《表决权放弃协议》。此次权益变动完成后，商投投资将成为红旗连锁新的控股股东，四川省国资委成为公司新的实际控制人。

2024年6月17日，红旗连锁发布公告，四川商投投资于6月17日取得省国资委出具的《关于同意省商投集团收购成都红旗连锁股份有限公司控制权事项的批复》及四川省商业投资集团有限责任公司出具的《关于四川省乡村发展集团有限公司所属四川商投投资有限责任公司收购红旗连锁控制权项目的批复》。省国资委原则同意四川商投投资收购红旗连锁控制权项目。

此外，曹世如、曹曾俊于6月17日与四川商投投资签署了备忘录、补充备忘录、补充备忘录二一系列协议，对于此前《股权转让协议》《业绩承诺协议》等相关细则作了一定程度的调整和新增，涉及人事、管理与业绩等各方面。

其中，备受关注的一点调整是，曹世如将不再担任红旗连锁董事长，仍担任总经理。公告中提及，标的股份办理完毕过户登记手续后，

双方同意继续委派曹世如担任公司总经理。

此外，双方对业绩承诺协议也进行了调整，包括业绩承诺目标调高，接受业绩补偿对象发生改变等。按照此前约定，上市公司承诺在2024年、2025年、2026年归母扣非净利润减去投资收益金额后，每年均不低于2.3亿元，而在调整后的协议中，这一承诺净利润数被调整为每年均不低于2.8亿元。

同时，曹世如出于对公司发展的信心，将《股份转让协议》中“业绩承诺人对业绩承诺期内的业绩补偿义务承担连带清偿责任”调整为“业绩承诺人对业绩承诺期内的业绩补偿义务承担连带清偿责任，以其持有的1亿元存单或其他价值1亿元的资产，为甲方履行业绩补偿义务提供质押/抵押担保，并办理质押/抵押登记。”

华西都市报-封面新闻记者 张福超 综合中证网

白|杰|品|股|

延续升势

问：周二沪指低开，盘中震荡走高，收盘上涨，你怎么看？

答：市场周二集体上涨，沪指表现最好收涨0.48%，盘面上上涨个股超3900只，计算机、汽车板块表现抢眼，北上资金净流出约23亿元。技术上，沪深股指均收于5日均线之上，两市合计成交7370亿元环比增加；60分钟图显示，各股指均收于5小时均线之上，60分钟MACD指标均保持金叉状态；从形态来看，预期中的反弹仍在继续，深成指和创业板指均收出3连阳，沪指也终于收复5日均线。值得注意的是，创业板指已收复60小时均线，且日线MACD指标也即将金叉，显示后市仍有较强反弹动能。综合来看，由于期指合约重现正溢价，后市有望延续升势。

资产：周二按计划持股。目前持有华创云信130万股、会稽山20万股、卓胜微8.6万股、太极实业120万股、长安汽车28万股、翰宇药业45万股。资金余额5001667.46元，总净值40229327.46元，盈利20014.66%。

周三操作计划：华创云信、翰宇药业、会稽山、长安汽车、卓胜微、太极实业拟持股待涨。 胡佳杰