

发力供应链建设 深圳踏信冷链物流公司 深圳到无锡冷链专线物流直达配送送货

产品名称	发力供应链建设 深圳踏信冷链物流公司 深圳到无锡冷链专线物流直达配送送货
公司名称	踏信冷链物流（深圳）有限公司
价格	400.00/吨
规格参数	上门提货:深圳 东莞 广州 佛山 时效保障:2-3天 温控可调范围:冷冻-18 到-25 冷藏0到10
公司地址	深圳市龙岗区平湖街道平湖社区平安大道1号乾 龙物流园1栋103
联系电话	15986619992 15986619992

产品详情

咖啡 一如人生况味，在苦涩中享甘甜，浓郁过后是恬淡。

偷得浮生半日闲，悠享咖啡时光，共度似水年华；或步履匆忙，一杯咖啡下肚，解乏碌碌时光。

从摩登都会到下沉市场，回望阑珊处，总有咖啡店慰藉人心。

咖啡传奇正在上演，高潜力、高增速的现制咖啡市场风起水浪，趁好年华轻剑快马，咖啡门店全国开花。

资本催熟 咖啡供应链，“咖啡+万物”兴起入热。

已被趋平、且日益内卷的咖啡连锁供应链，前路该迈向何方？本文旨在与咖啡从业者们一同探讨。

高开店、高闭店

千亿咖啡市场路途何方？

消费回暖，咖啡疯狂。众多咖啡品牌玩家都铆住劲儿冲向“千店万店”：在过去的14个月（截止到2023年2月），中国咖啡市场新开店数5.6万家，总店数达到了13.7万家。

深究高开店背后的原因，离不开 咖啡市场空间大、增速快，利润高，成瘾性强。

2022年中国咖啡行业市场规模达4856亿元，已成为***一大咖啡消费市场，预计2025年将达万亿元规模。

中国咖啡赛道一路高歌猛进，预计咖啡行业将保持约30%的增长率，远高于全球2%的增速。

另外，咖啡行业平均毛利超过60%；且咖啡产业链的利润多集中在下游，咖啡门店利润约40-55%。这也吸引着诸多玩家争先入场。

但火热拥挤的赛道，另一边就是绝壁悬崖：咖啡人规模大店潮涌现，残忍的淘汰赛正上演。

2022年，新开咖啡门店数虽然达5万家，然而同期净增长门店数近2万家；换言之，有超过3万家咖啡店闭店。

目前，区域消费习惯还未完全培养，门店增速高于市场需求；加上物流供应链经营不善，导致大店频发。

咖啡行业的马太效应将越发明显，强者恒强。咖啡门店能否继续生存发展的关键，最终需要回归咖啡消费本身的价值。

文化浓、提神佳

慢与快咖啡商业模式各自安好？

按消费场景分类，咖啡品牌的典型商业模式分为三类：慢咖啡、快咖啡、综合连锁模式。

1

慢咖啡的消费场景 主打小资生活调性，满足品质感与情怀的追求；

门店选址主要在高端商场、高档社区、旅游景点，人均单价40-60元，以食材品质、店铺空间设计、手冲技巧、氛围感为核心卖点。

2

快咖啡

快咖啡的消费场景 满足打工提神醒脑、高效率与便利性的需求；

门店选址主要在与写字楼及其周边，单价10-20元，主要为小型“外卖外带快取店”模式，天生具备性感的连锁“复制”基因。

3

综合连锁模式

综合连锁模式既提供了快速消费的服务，又具备品质感的调性空间；

门店选址主要在核心商业区、中高端与写字楼区域、中高端住宅区，单价在20-40元。

慢咖啡靠 客户情怀和小众口碑挣钱；快咖啡靠 规模化和高效率挣钱。

咖啡商业模式多在慢咖啡和快咖啡两端走，各自时光安好，综合连锁模式略显艰难。

市场加速

成熟的咖啡供应链如何发力？

随着市场消费激增、资本加入助力、行业内卷升级，标准化的咖啡供应链已经掌握在本土咖啡品牌手上。

前端消费需求拉动了后端供应链成熟：国外连锁咖啡品牌进入中国20余年，占据市场主导地位，在一二线城市培育了咖啡消费习惯。

2017年后，资本加速国产咖啡品牌爆发，门店在全国遍地开花，快速拉熟供应链。

上游我国咖啡豆进出口体系完善，云南咖啡豆正在崛起。

中游许多大型种植企业都具备咖啡烘焙技术，食品企业多设立了烘焙生产线，许多连锁咖啡品牌自建烘焙厂，已经实现咖啡豆从种植、采摘、烘焙、出厂的成熟产业链。

再加上完善的全国冷链供应链履约网络，成熟的咖啡供应链几乎已成为了现磨咖啡连锁品牌的“标配”。

在本土咖啡品牌手上，国外品牌“咖啡+空间”延伸出的“咖啡+万物”趋势明显。

以消费者熟悉的配料做风味引导，本土咖啡品牌做出了丝绒拿铁、生椰拿铁、厚乳拿铁等爆款产品，吸引年轻人不断打卡，继续推动咖啡+万物的供应链迈向成熟。

咖啡供应链仍承压

咖啡+万物出奇迹

在已经卷到地皮的现制咖啡行业，咖啡+万物俨然成为了差异化的关键。

这对咖啡连锁品牌的后端运营能力提出了极高要求，供应链负重前行。

高速开店or店铺优化

需要极强柔性供应链

连锁咖啡门店高速开店，面临着 缺钱、缺选址、缺供应的痛点。

开店速度首先考验的是“钱包”。新开多家门店租金、工资、水电、税费、装修等成本高昂，现金流紧张。

全国大批量门店选址需要大量经验人或昂贵的第三方服务机构辅助，选址决策成本高；并且选址评

估较慢，容易跟不上开店节奏。

在冷链不发达的县城等下沉市场，如冷链供应链无法保障新开门店的货品供应，或出现良莠问题，新开门店营业将大受影响。

而在不得已时，咖啡闭店优化导致仓库堆积了大量买不出去的原料，如无法及时调拨，良材过期将造成二次浪费。

不难看出，连锁咖啡高速开店或优化，柔性供应链都是基石。

2

品质保障&规模化爆款

需要高响应度供应链

在咖啡+万物的趋势下，咖啡产品加入的鲜果、稀奶油、奶茶小料等配料，仓储运输全程都需冷冻冷藏，如失温将影响口感与食品安全；

咖啡门店新增的烘焙、餐饮等产品线，需要如生鲜肉菜类、低温冷冻烘焙、预制菜等易腐易损原料。

这些良材需要满足严苛的全程冷链温控和时效要求，才能保障高品质与新鲜。

另外一方面，爆款是咖啡门店的销量密码，爆款规模化是咖啡品牌玩家必争之地。

某本土连锁咖啡的爆款单品生椰拿铁，上市一周年之际销售了1亿杯。

咖啡产品开发同质化程度高，原材料较为透明、产品制作难度低，容易复制。爆款跟风快，红利期短，推出不久就会成为大多咖啡门店的同款单品。

因此，在咖啡行业，谁能够先推出爆款，并依靠强大的供应链能力快速规模化复制，谁就能抢占红利窗口期。

3

咖啡+万物浪潮来袭

需要综合供应链能力支撑

出于提高客单价、差异化竞争的考量，本土咖啡品牌不断拓宽咖啡+万物的定义边界。

其一、咖啡产品本身在不断创新，在产品元素搭配上拓展边界，加入鲜果、奶茶小料、乳制品等，启发新茶饮化。

其二、咖啡门店的产品品类也在不断增加。咖啡+暖食、咖啡+早餐、咖啡+小吃的模式涌现，甚至有咖啡配馄饨、咖啡配牛杂、咖啡配螺蛳粉神奇风味，吸引消费者尝鲜打卡。

而创新性的咖啡产品万物化、咖啡搭良万物化，就必须要有综合型的供应链能力来打底。

数智供应链立新息

助力咖啡发展无可期

针对咖啡连锁品牌诸多冷链物流与供应链难点，运荔枝依托数科底座，以全国冷链履约网络和供应链解决方案为服务核心，提供一体化供应链解决方案，推进咖啡食材供应链数智化升维，实现交付体验更优、交付效率更高、交付成本更低。

助力门店经营

柔性及时供应

门店智能选址

运荔枝可以为咖啡连锁门店选址推荐服务，以“以品选店”、“以店选点”的方式：新开店结合商圈基本情况分析，综合相似品流通特征，模拟**选址；或爬取已有成功优质店的行业数据，样本机器学习综合特征，发掘相似位置开新店。

开店资金支持

运荔枝帮助咖啡品牌获取“优开店资金”，满足新开门店资金需求与经营现金流周期，助力连锁咖啡品牌快速扩张，小微咖啡品牌发展壮大。

及时柔性供应