

咖啡赛道“卷”向何方

业内人士:注重创新性差异化 让消费者体验新鲜感



不少消费者使用“优惠”喝星巴克。

喝星巴克前 先看“优惠”

5月23日中午,星巴克(太乙城店)内,在附近上班的张璇和同事喝着咖啡聊着天。“我喝的是大杯焦糖爆米花风味冰镇浓缩,同事喝的是大杯黄油啤酒风味冰镇浓缩,从电商平台团了券,两杯51.8元。”张璇告诉记者,她是星巴克的忠实消费者,前几年喝,

买卡能享受到一些优惠,如今,卡包里时不时会派送好礼券,电商平台也有不少优惠,便很少买卡了。
16时,走进星巴克(西安泛太国际店),玥玥和闺蜜闲聊了一会儿,16时30分过了才点喝的。“16时30分后,39.9元就可以买到两杯了,我们反正也不

赶时间,等一会儿,一杯就不到20元了。”在玥玥递过来的手机页面记者看到,她的卡包里派送了指定饮品两杯39.9元、三杯49.9元(下午四点半后可用),指定饮品8折等好礼券。
在小红书等社交媒体平台上,记者搜索到诸多“星巴克如何买更便宜”的薅羊毛攻略。

不久前星巴克一年一度的“地球日免费咖啡”的活动更是引发了不少门店的排队打卡现象。
消费者喜好的变化促使星巴克开始发力国内线上渠道,挤进直播间,走向更多元化的营销,“以价换量”已逐渐成为星巴克在中国市场的现实。

“9.9元大促”瑞幸后撤库迪加码

“之前我和不少朋友都是星巴克的铁粉,每周都会去星巴克几次,去年以来很少去了。”在曲江一私企工作的小萱表示,如今,更便宜、更有特色的咖啡成为她和朋友的选择。“单买的话选其他,喝星巴克必‘拼团’。”

大系列70余款的热销产品全部9.9元起促销;在门店数量达到万店之时,瑞幸推出了万店同庆活动,用户每周都能领取9.9元券,只需要9.9元就能购买到咖啡饮品。面对来势汹汹的价格战,星巴克也上线了19.9元一杯的限时优惠。此后“战况”愈演愈烈,逐渐波及整个咖啡行业。Tims、挪瓦咖啡不但有9.9元的咖啡券,还推出了0.1元的尝鲜活动。茶饮企业蜜雪冰城也不甘落后,旗下的幸运咖甚至推出

了9.9元两杯的活动。
进入2024年,瑞幸的“9.9元喝一杯”活动一再缩水。“每周9.9元”仅有几款基础单品参与。“9.9元的瑞幸减少,我的快乐也减少了。”瑞幸忠实消费者诺一说。
5月24日,库迪咖啡首席策略官李颖波表示,公司做好了“全场9.9元促销”三年的准备。并表示,库迪旨在通过对客户端和联营商的双向补贴,一方面培育中国的咖啡消费市场,另一方

面让联营商有合理的回报。
在此之前,库迪已经多次加码低价战略。4月29日,库迪宣布现行门店补贴政策将延长至2026年12月31日,该政策覆盖现有门店和未来新开门店,不同门店根据房租和竞争等不同因素,可以获得不同金额的补贴,最高单杯可补贴至14元。5月21日,库迪又宣布开启为期三个月的“夏日果咖季”,除少量特殊门店外,全部饮品9.9元不限量促销。

咖啡市场 新消费下的“味蕾经济学”

现如今,咖啡已不仅仅是一种饮品,更是一种生活方式和文化符号。
民生证券公布的研报显示,在头部品牌价格战以及加速开店的环境下,很多中小品牌或独立咖啡店同时面临“杯量稀释”及“价格承压”的双重影响,行业

的出清与淘汰也在持续进行。
随着咖啡的受众面越来越广,为了吸引更多消费者驻足、选择,咖啡品牌也开始变着花样,推出创新品类。
从当下的咖啡市场来看,果咖、茶咖产品正在不断增多,不仅是咖啡品牌在推出这类产

品,以此为主打的咖啡品牌同样明显增加。
除了茶底的创新运用,咖啡与其他品类的融合也越来越大胆、跳脱。瑞幸与茅台联名推出酱香拿铁,星巴克、Peets皮爷、Seesaw等品牌分别将咖啡与威士忌、酒酿、葡萄酒等进行组合,通过不同的

酒香赋予咖啡与众不同的风味。
“价格战不是坏事,反而还培养起一些人的咖啡消费习惯。”业内人士认为,“未来,咖啡品牌需更加注重产品的创新性和差异化,让消费者体验新鲜感,以在激烈的市场竞争中脱颖而出。”
文/图 本报记者 陶颖

开栏语

2024年高考将于6月7日至8日举行。今年的高考时间恰与端午假期相连。在这个父母纷纷期盼孩子“高粽”的特殊时刻,三秦都市报全媒体自今日起推出系列报道,积极服务考生和家长。

高考前 家长切记—— 不要把焦虑情绪传递给孩子

2024年高考临近,对于考生们来说目前已经进入到临考前的复习和调整阶段。这段时间家长们该如何陪伴孩子,帮助孩子调整好心态、消除紧张焦虑情绪,来看看“过来人”家长们的建议。

作为“过来人”家长的李国庆说,高考前出现焦虑恐慌情绪的往往是家长而不是考生。在高考前,家长往往比孩子更焦虑。临考前几个月,家长不停地想给孩子报补习班,期望孩子的学习成绩再提高,实际上,没有必要。还是要让孩子跟着学校的学习节奏走。

“经过三年的学习,每个孩子对自己的学习成绩基本都有了解。高考前的一两个月,学校已经组织过几轮模考了,家长们不要太注重孩子的模考成绩,只要孩子在模考中把之前的错题都答正确了,即便模考成绩不理想,家长也不要太过担心。有些家长对孩子的期望值过高,总希望孩子模考成绩一次比一次好,结果发现孩子的模考成绩与家长的预期不一样,有些家长往往会焦虑,不停地唠叨指责孩子,这样无形中就会给孩子增加压力,制造紧张情绪。”李国庆说,模考成绩并不代表高考成绩,家长们要以平常心对待孩子的每次考试,不要把自己的焦虑情绪传递给孩子。

李国庆说,“实际上,考前的那段时间,女儿的状态一直很轻松,她一直跟我说,考完后第一时间要和同学去哪里玩,去吃点什么好东西。”李国庆建议考生家长们,一定要多鼓励孩子,让孩子以一个良好的心态去沉着应考。

还有家长表示:考前这段时间,家长们一定不要过分去关心孩子,要跟平时一样。尽量不要给孩子造成压力。对孩子的期望值也不要太高,给孩子制定一个目标即可,这个目标一定是孩子“跳一跳”能够够得着的。不然孩子会有太大的心理压力。同时,尽量和孩子多沟通,让孩子学会自我宣泄,鼓励孩子将自己郁闷的心情、紧张的情绪向老师、朋友倾诉,甚至可以鼓励孩子大哭一场。告诉孩子要给自己一个积极的心理暗示:我一定行。学会看淡结果,把模考当高考,把高考当模考,以积极乐观的心态迎接高考。

本报记者 成东丽

2024考试季 ·家有考生

长庆油田分公司第一采气厂陕西区域
2024年产能建设项目环境影响报告书征求意见稿
公众参与信息公示

一、征求意见稿、公众意见表网络链接及纸质查阅途径
链接: <https://pan.baidu.com/s/17A8kGp-taWqknBZeKuglaw> 提取码: 6wli。公众可通过电话、邮件或信函的方式向建设单位或环评单位反馈公众意见表。

二、联系方式
建设单位: 长庆油田分公司第一采气厂
地址: 榆林市靖边县长庆路第一采气厂
联系人: 赵工 电话: 029-86505563
评价单位: 河南油田工程科技股份有限公司
联系人: 刘工 电话: 13592642996 邮箱: 46444789@qq.com

三、征求意见的公众范围
项目所在地周边企事业单位和个人。

四、公众提出意见的起止时间: 公告之日起10个工作日内。

长庆油田分公司第一采气厂
2024年5月27日

弹弹弹 弹窗广告成了“牛皮癣”

工作时、学习时、追剧时突然被网络弹窗打断让人叫苦不迭。互联网时代,网络弹窗犹如“牛皮癣”,已经成为一种“痼疾”。
5月16日,随着电视剧《庆余年2》在腾讯视频热播,内容被广泛讨论之时,微博上吐槽该剧广告多的声音也多了起来。广告多一方面证明该剧火爆,但也影响了观众的观看体验。西安市民李琴为了追剧购买了腾讯视频会员,虽然有了“VIP”身份,但剧集开头和中间部分还是要看超过三分之一的广告。更让李琴感觉匪夷所思的是,看剧过程中她按了暂停键,不小心一个“手抖”,页面跳转到另一个广告播放页面。“真的太无语了,会员

也要看广告,难道没人管管吗?”李琴抱怨道。
关于“VIP也要看广告”,腾讯视频客服回复,会员只减免部分广告,所有用户都有广告。
打开网页,还没看到内容,先出现了某猫年终狂欢节的弹窗广告霸屏。“关闭广告的按钮不拿放大镜还真难找。”5月26日,自媒体工作者冯楠抱怨说。在西咸新区沣东自贸产业园上班的宁静也有同样的烦恼,“每天打开电脑,各种弹窗扑面而来,要么使劲找关闭按钮也找不到,要么越点关闭按钮,跳出的广告越多。”为此她下载了360安全卫士,尽管用户可以选择“近期不展示广告”,



新华社发

但弹窗仍频繁出现,令她困扰。
《互联网弹窗信息推送服务管理规定》《中华人民共和国广告法》早已明确,以弹出等形式发布的广告,应当显著标明

关闭标志,确保一键关闭。2023年5月1日起施行的《互联网广告管理办法》还规定,弹出广告不能“一键关闭”最高可罚3万元。
本报记者 朱娜娜