

资本又一次涌入了咖啡赛道，2021年上半年，5亿资金砸到了咖啡赛道，融资咖啡品牌达到了8家，包括便捷式精品咖啡品牌时萃SECRE、Seesaw咖啡、MStand、Manner、隅田川咖啡、永璞咖啡、鹰集咖啡、代数学家咖啡、三顿半等。似乎咖啡赛道迎来了资本第二春，这一波资本热潮与之前投资有何不同呢？个人投资网红咖啡店能赚钱吗？有没有品牌商的羊毛可以薅？



这次融资的咖啡品牌在产品和服务上与第一波融资的瑞幸、连咖啡有很大不同，从产品创新上来看，瑞幸和连咖啡更像低配版的互联网模式的星巴克，而此次融资的咖啡品牌，在产品本身的竞争力和差异化上已经有很大不同，比如，三顿半、鹰集咖啡从门店和产品本身走精品咖啡的路线，线下已经有诸多的粉丝和消费者；永璞咖啡主打的挂耳式便携式咖啡，能够更好满足用户消费咖啡需求。最近融资的品牌在咖啡文化、服务和场景差异化上的，都有自己的特点。其中，有一点共同性就是共同挖掘00、90后的需求，于是出现了微醺咖啡、茅台咖啡等新口味。

2.个人投资开网红咖啡店能赚钱吗？

网红咖啡品牌融资后，都会重兵布局二线城市，因为，二线城市是消费潜力大，运营成本较低的市场。当然，要在这些城市抢占市场份额，需要抓住年轻人的需求进行品类和服务创新，不论门店和产品和性价比都要考虑。最近茶饮的蜜雪冰城的崛起，和其高性价比的产品，有密切的关系。今天中国的00后消费者，需要的是，高

性价比、颜值高、成分健康、口感好的产品，这个是对网红咖啡品牌运营的重要考验了。