



高峰时段 writer coffee 门前排起长队。

引那些需要咖啡，但此前对 MANNER 没有太多了解的客户群。

## 价格越来越低

如果说选址与咖啡店的经营理念密不可分，那理念又影响着咖啡定价。一杯咖啡究竟值多少钱？这是讨论咖啡店的经营时，无法绕开的核心话题。毕竟任何一家咖啡店，都不能抛开成本而一味“用爱发电”。

以威海路上定位不同的咖啡店为样本，能够看出：在保证品质的前提下，咖啡的价格变得越来越低。

熟悉 MANNER 的咖啡爱好者，一定不会对“咖啡本来就应该就是这个价格”这句话感到陌生。自从 MANNER 创立以来，这已成为该品牌最显著的标签。所以，那些初次走进 MANNER 的人会发现，只要自带杯，就可以 10 块钱喝上一杯拿铁。

不过依翰也表示，希望 MANNER 咖啡能够在客人眼中“去性价比”，因为这种表达可能会让人对“价格”先入为主，而



客人在 writer 门前分享咖啡。

忽略了咖啡本身的品质。“其实我们一直希望人们记住自己的咖啡，首先还是因为品质，其次再是价格。这个先后顺序很重要。”

而 libre 直接将对于咖啡价格的理解，注入到自己的品牌中。“libre”是西班牙语单词，即“自由”之意。“我们取‘自由’的名字，很大程度就是指价格自由。想喝什么就喝什么，而不用去考虑价格，这就是自由。所以我们把店里所有咖啡价格都定在 25 元，对于某些咖啡豆而言，这是亏钱买卖。但是我们通过这样的行为想告诉客人，不要因为价格影响到你对咖啡的喜爱，我们会帮你尽可能地掌控成本。”

当然，不会有人一直会做亏钱买卖。总体上看，libre 在韩国与中国的门店目前都处在盈利状态，这和品牌本身有关。与 MANNER 类似，其收入也来自多个领域，门店只是其中一块。自从创始人 Phil 于 2009 年建立公司以来，他们已经在全球建立起自己的生豆贸易与熟豆加工产业。完备的产业链，是收入的主要来源，也成为门店咖啡定价的底气。

从其他业务赚钱，来补贴自己咖啡店的做法，同样在 writer 这样的独立咖啡店上演。根据 Sarah 介绍，她与另外两名合伙人还有一家咖啡培训工作室，是他们收入的主要构成。而开业至今，这家威海路上的小店，差不多刚好维持收支平衡。

必须要指出，得益于上海日趋成熟的咖啡文化与市场，这样的咖啡定价与经营模式如今才具有可复制性。换句话说，如果没有足够的消费基础，咖啡店经营者显然也没有胆量让价格越来越低。而从现实角度出发，只有在价格上走向平民化，咖啡才会被更多人接受。这是一种良性的互动，上海这座城市赋予各种形态的咖啡店的试验空间，而咖啡店也能够以积极的姿态，迎接每一位客人。☞