

# “咖啡梦想家”陆正耀的中场战事

新成立的库迪能复制瑞幸的成功吗?“缺钱”的库迪能打多久“低价战”?

记者 都亚男

## 一种很“陆正耀”的打法

9.9元一杯咖啡、每周一位明星、百城千店计划……这是一个听上去就很“陆正耀”的品牌打法,这也正是由瑞幸前创始人陆正耀带领其老部下钱治亚新创立的库迪咖啡正在做的事。

陆正耀回归咖啡赛道的信号,是从朋友圈发出的。

去年10月22日,陆正耀及前瑞幸咖啡CEO钱治亚在朋友圈宣布,库迪咖啡首店落地福州。2月6日的“百城千店咖啡狂欢节”中,库迪咖啡联合创始人兼CMO李颖波透露,本次活动参与门店约1300家,覆盖全国181个地级以上城市。这也意味着,库迪咖啡在全国拥有过千家门店,仅用时一百来天。计算下来,从首家店开业到现在,全国平均每天约有12家库迪咖啡门店新开张。

从目前新增门店速度来看,自1月中旬以来,库迪咖啡门店新增数量正在快速提升。库迪咖啡微信公众号公布的数据显示,库迪咖啡1月18日宣布“2周100+新店”,1月20日宣布“3天50+新店”,2月24日宣布有93家新店开张,2月28日宣布“3天80余家新店”,此外,近半个月开设新店共175家,照此计算,平均每天约有13.46家门店新开张。

“天下武功,唯快不破。”擅长跑马圈地的陆正耀,显然深谙此道。创立瑞幸咖啡时,一年时间新开2000+家门店,创立神州租车时,多方融资举债扩张,从2007年的300多辆车到次年的1000辆车、据点遍布20个城市、行业第二。离开瑞幸以后,陆正耀创办的餐饮品牌“趣小面”和预制菜品牌“舌尖英雄”,均提出“在全国开500家趣巴渝小面馆”“五个月落地3000家门店”的目标规划。

据Tech星球报道,库迪咖啡计划2023年底前开拓2500家门店,2024年发展到6000家,2025年底达到1万家。也就是说,库迪咖啡计划用三年半的时间开设一万家咖啡店。陆正耀的这个野心有多大?要知道,截至去年9月底,成立5年多的瑞幸咖啡门店也仅有7846家。

除此以外,信仰“低价战略”的陆正耀,在新品牌初入市场时也从来就舍得“烧钱”。低价攫取市场这一点在瑞幸咖啡得到验证后,陆正耀也将这一招搬到了库迪咖啡身上。

库迪咖啡点餐页面、微信公众号宣传推文、广告分享页面,无不用最醒目的方式标注着“9.9元/杯起售”的字样。此外,库迪咖啡还用“免费”来吸引新客户。新人下载库迪咖啡APP送6张9.9元券,用户分享链接给未注册下单的新客户,新人通过邀请下单将获得8.8元福利券,活动发起人则获得一张免费咖啡券。

从点餐页面来看,库迪咖啡的定价也不高,一杯咖啡最低9.9元起售,最高售价为13.9元。相较于瑞幸咖啡最开始“买一杯



库迪咖啡北京·利星行广场店。 来源:库迪咖啡微信公众号

离开瑞幸后,瑞幸咖啡前创始人陆正耀赶赴预制品菜、餐饮店开辟新战场,项目一个接一个地黄了以后,陆正耀再战咖啡赛道。新成立的库迪咖啡,能复制瑞幸的成功吗?

“自古套路得人心”?历数陆正耀亲手扶植的创业项目,都是熟悉的“老配方”,库迪咖啡也没逃过这“一条龙服务”,套路还奏效吗?

可以看到,为了再造一个快速崛起的“瑞幸神话”,陆正耀这次还加了点新东西。

送一杯”、低至3元就能买一杯的扩张期,库迪咖啡的定价稍显逊色,但与目前动辄20元起步的瑞幸咖啡相比,库迪咖啡的性价比就凸显出来。

“招不在新,管用就行。”瑞幸依靠汤唯、张震代言引起的营销风暴,在库迪咖啡身上也能看到影子。

近期的“百城千店咖啡狂欢节”里,库迪咖啡推出“大咖遇见大咖”活动,目前已经邀请了张继科、南派三叔、柳岩、张嘉倪等明星与品牌互动。此外,库迪咖啡还在世界杯期间成为阿根廷足球队中国区赞助商,冠名2022成都马拉松比赛,联名SMILEY发售COTTI×SMILEY饮品杯。

## 库迪的新玩法

急速扩张抢份额、“烧钱”低价倾销、明星营销造势、谋求尽快上市……这是一个多么熟悉的套路,我们仿佛在中国过去10年许多新崛起的品牌身上看到过。依靠烧钱站起来的品牌实在太多,拼多多、瑞幸是这样,同样的,烧钱以后没能爬起来的也有不少,ofo小黄车即如是。

凭借“烧钱”的老套路,真的轻而易举就能再造一个快速崛起的“瑞幸神话”吗?陆正耀这次加了点新东西。

截至去年9月底,瑞幸咖啡7846家门店中共有自营门店5373家,联营门店2473家,自营门店比例达近七成。不同于瑞幸咖啡的重资产模式,库迪咖啡不做直营,采用“全联营”模式。

在库迪咖啡联营合作页面上,“咖啡梦想家计划”7个大字醒目突出,库迪咖啡表示,钱治亚再回咖啡赛道就是要“希望实现中国的咖啡平权”,“助力广大咖啡爱好者和咖啡创业者实现自己的咖啡梦想,让天下没有难开的咖啡店”。在页面最后还设置一个24小时热线电话,以供加盟商签约咨询。

和加盟不同的地方是,库迪咖啡联营模式不收加盟费,且“无各种固定费用”“盈利后再分成”。不过,从介绍中可以看出,库迪咖啡虽然不收取加盟费,但收取服务费、保证金以及设计费。

库迪咖啡按照经营月毛利收取一定比例的服务费,这一比例最高为25%;保证金为3万元/店—5万元/店;设计费最高为8000元/店。此外,库迪咖啡推出店中店、快取店、标准店、品牌店、户外店5种商业业态,单店投资额从11.5万元到51万元不等。

此外,区别于瑞幸咖啡,库迪咖啡的野心,还体现在不只是要做一家咖啡店,而是要满足年轻人各类餐饮消费需求的餐饮店。库迪咖啡在官网上介绍自己的

是“主打全时段餐饮”,“早上为用户提供咖啡+biscotti(意大利饼干),中午提供餐食,下午有小吃,晚上有酒”。

不过,库迪咖啡上述提到的餐饮项目里,目前只有咖啡、美式热狗,所谓的正餐、意式点心、小吃、酒水均未上线,库迪咖啡为自己打造的这一独特优势,显然还停留在梦想设计阶段。

## “老玩家”的新处境

事实上,轻资产这条路,在陆正耀此前的项目上也有所施展。

在2020年“瑞幸造假”风波之后,陆正耀被动出局瑞幸咖啡董事会,继续他的创业生涯。2020年8月,陆正耀投资设立舌尖科技;2021年推出“趣小面”,计划在全国开出500家门店;2022年1月,又正式入局预制菜赛道,以区域代理和经销商加盟的方式推广“舌尖英雄”品牌。不过,无论是“趣小面”还是“舌尖英雄”,均“创业未半而中道崩殂”,陷入“关店潮”之中。

神州租车、瑞幸咖啡走的都是重资产的路子,走之前的老路子难道不更轻车熟路吗?有市场声音认为,库迪咖啡的轻资产模式是“缺钱”不得已而为之的选择。

企查查显示,2月8日,陆正耀新增被执行信息,执行标的

685万余元。陆正耀目前已累计被执行22.9亿余元。在陆正耀名下,共有15条执行信息,涉及未结金额高达8.4亿余元。目前,陆正耀共关联三则被执行信息,并多次被限制高消费。

或是出于种种原由,库迪咖啡相关联公司的法定代表人并不是陆正耀,而是陆正耀的老部下钱治亚。

企查查显示,库迪咖啡有限公司于2021年在香港成立,注册资本2亿美元,100%控股库迪咖啡(天津)有限公司和库迪咖啡(北京)有限公司,以上三家公司法定代表人均为钱治亚。

钱治亚既是瑞幸咖啡前CEO,更是从神州租车时期就跟随陆正耀,曾任神州优车董事、COO、神州租车执行副总裁,被媒体评价为陆正耀的“得意门生”。

库迪咖啡从不避讳其前瑞幸咖啡创始人这一点,还似乎有意无意地突出了这一点。在库迪咖啡联营合作页面上,“咖啡梦想家计划”下面还特别标注了一行小字——“前瑞幸创始人倾力打造·全面升级”,在公司简介的页面上,也详细介绍了钱治亚作为前瑞幸创始人取得的成绩,库迪咖啡为“钱治亚率领原核心团队倾力打造”。

除了钱治亚,陆正耀的一位“老同学”也出现在库迪咖啡的相关动作之中。

去年10月19日,也就是在库迪咖啡首家店落地福州的前3天,库迪咖啡(天津)有限公司发生工商变更,法定代表人由王百因变为钱治亚,公司执行董事、经理也均由钱治亚接任。公开资料显示,王百因是陆正耀的北京大学EMBA硕士同学。

带着“老同学”“老部下”再创业,陆正耀手里还有多少底牌?出走三年,咖啡市场俨然不再是陆正耀2017年闯天下的光景。当下的咖啡赛道,不再是星巴克一枝独秀,陆正耀面对的情形不是“围攻光明顶”,而是群雄逐鹿。

近年来,不用说20元+赛道上的星巴克、瑞幸咖啡,新式茶饮品牌蜜雪冰城、奈雪的茶等推出低价咖啡,攻向下沉市场,还有“万物+咖啡”现象下,中国邮政、同仁堂、体育运动品牌李宁、鞋企老字号内联升等企业也跨界办起咖啡买卖。

如果说瑞幸咖啡的成功,得益于当时主流市场缺乏平价咖啡知名品牌,那么,对于当下的库迪咖啡来说,2023年的咖啡市场,显然没有了这一份独属于2017年的“天时地利人和”,低价咖啡圈子里显然不缺能叫出名字的品牌。与此同时,如若真如市场所言,“缺钱”的库迪还能坚持多久的“低价战”?

从神州租车、瑞幸咖啡,再到趣小面、舌尖英雄、库迪咖啡,陆正耀曾缔造“神话”,也曾败走麦城,称得上是创业领域内的“老玩家”。今年53岁的陆正耀,能否用库迪咖啡造下其创业生涯中的第三个“神话”?时间说了算。



▲企查查上的库迪咖啡信息。