

企
竞
中
心
每
日
资
讯

2022年10月20日

星期四

第1739期/共1739期

【参考信息】

咖啡市场：品牌逐步下沉，大众化、平价化趋势明显……………p2

浦发银行联合黄浦区科委落地“科创重振贷” 金融助力科创企业蓬勃发展……………p3

上海临港新城现超级大盘 光明星城首次开盘价亮眼……………p4

企业文化不是一层不变的，而是要随社会大环境变化和企业发展不断创新和变革。目前我国政治、经济和社会环境与过去相比，都发生了明显而深刻的变化，企业发展面临着诸多新机遇、新挑战和新任务，这都要求企业要高效开展企业文化创新和变革，保持企业文化先进性和引领性。

客观 冷静 中性 实证

上海企业竞争力研究中心

地 址：上海浦东浦电路489号由由燕乔大厦409-411室

电 话：021-51313680 4000092877

传 真：021-51313688 邮编：200122

E-mail: info@shecs.org

【参考信息】

咖啡市场：品牌逐步下沉，大众化、平价化趋势明显



近年来，得益于消费观念的进步、经济的发展及互联网技术的成熟，国民对咖啡的接纳度不断提高，国内咖啡需求持续上升，咖啡市场迅速扩容。

2021 年我国咖啡市场规模达到 1547 亿元，其中现磨咖啡市场规模将近 600 亿元。2022 年，我国咖啡市场规模将进一步增长至近 1700 亿元，现磨咖啡市场规模也将继续壮大。

虽然目前速溶咖啡仍占据比较大的市场份额，但随着咖啡文化的逐步渗透及供给端连锁咖啡品牌的发展，现磨咖啡的市场占比不断攀升。弗若斯特沙利文数据显示，与 2017 年相比，2020 年国内现磨咖啡市场占比上升 21.5 个百分点，达到 36.5%。以此趋势来看，我国现磨咖啡市场正在快速扩容，2021 年现磨咖啡的市场占比达到了 40%，2022 年现磨咖啡的市场占比有望继续攀升。我国咖啡市场上多种模式和业态并存发展，但竞争战场主要集中在一线城市及新一线城市。

2021 年一线城市、新一线城市咖啡门店数量在全国咖啡门店总量的占比达到了 56.3%，门店分布相当密集，呈现出比较典型的存量竞争特征。鉴于此，很多咖啡品牌开始尝试布局下沉市场。

譬如近年来，星巴克逐步开拓下沉市场，进驻二线、三线甚至四线城市；瑞幸咖啡在 2021 年初发布的招募“新零售合作伙伴”计划中，第一批开放的 157 座城市基本都是三、四线城市。而在下沉市场“跑马圈地”的蜜雪冰城，在咖啡赛道上沿用了曾经的发展策略，孵化出平价咖啡品牌幸运咖。

在消费价格定位上，我国连锁咖啡品牌大体上可分为三类：高端品牌人均消费在 30 元以上，以星巴克、Costa 为代表；中端品牌人均消费在 15~30 元，以瑞幸咖啡、Manner Coffee 为代表；经济型品牌人均消费在 15 元以下，以幸运咖和湃客咖啡为代表。

曾几何时，现磨咖啡作为“精英饮品”的代名词，价格不算亲民，但随着以瑞幸咖啡为代表的、以小店模式为特色的新兴咖啡品牌的崛起，以及像幸运咖、湃客咖啡这类经济型咖啡品牌逐渐被消费者广泛接受，咖啡的人均消费逐渐被拉低，咖啡正变得越来越大众化、平价化。

从人均消费区间来看，目前现磨咖啡主要以中低端消费为主，人均消费 10~30 元的咖啡品牌占比为 30.9%，人均消费 31~50 元的咖啡品牌占比为 35.6%，而人均消费在 50 元以上的品牌占比仅为 32.7%。

【参考信息】

浦发银行联合黄浦区科委落地“科创重振贷” 金融助力科创企业蓬勃发展



日前，浦发银行成功通过政银联动的方式，为黄浦区科委引荐的上海数物信息科技有限公司发放 500 万元“科创重振贷”，为企业缓解前期疫情冲击提供有力的资金支持，参与到区政府的稳商行动中，全力支持本地区稳经济、保就业。

据悉，上海数物信息科技有限公司是网络安全产品采购与服务商，是从事网络安全的科技型企业。上海疫情期间，公司因下游客户付款节奏变慢受到较大的资金压力。浦发银行黄浦支行在了解相关情

况后积极为客户提供金融服务方案，在短短 2 周时间内，就顺利落地了“科创重振贷”方案并发放贷款 500 万元，给予企业该笔贷款一定期限的免息支持，缓解客户资金压力。

浦发银行“科创重振贷”产品是为重振上海经济，加速落实金融纾困政策而推出的金融服务方案，针对注册在上海市的科技企业及小微企业发放的贷款给予一定期限的免息支持，从而进一步降低企业融资成本，是该行服务优质科技小微授信客户的有效抓手。此外，“科创重振贷”还覆盖了该行科技金融全生命周期内的所有信贷产品，可为不同发展阶段的科技及小微企业缓解发展压力，全力支持实体经济发展，助力上海经济重振跑出“加速度”。黄浦区科委表示，浦发银行“科创重振贷”方案是银行让利小微客户、切实服务科创企业的典范，也是区内招商稳商的金融利器。

浦发银行将继续在科技金融领域不断探索实践、在产品和服务方面持续突破创新，以“再出发、从头越”的精神努力探索科技金融新思路、新方法，持续提升金融服务科技创新能力，践行金融服务实体经济的初心使命，为上海经济恢复重振做出更大的贡献。

【参考信息】

上海临港新城现超级大盘 光明星城首次开盘价亮眼



一座建筑面积约 80 万平方米的超级大盘——光明星城正在上海临港新城崛起，项目毗邻临港人气最旺的万达广场，与中国商飞、上汽集团、特斯拉等大型“智造”名企同区域。而其住宅首次开盘的价格也低于临港新房均价。

临港智芯大型名企云集

2022年，临港新片区挂牌三周年以来，泥城升级为临港先进智造片区，随着中国商飞、上汽集团、特斯拉、三一重工、商汤科技、华大半导体、积塔半导体等入驻，临港先进智造片区贡献产值占临港产业区总产值约60%。仅2021年泥城就涌入4000多家新办企业，还有三家上市企业，2035年前，规划将导入约35万人才精英……产业兴则城市兴，产业聚则人才聚，先行先试，往往是一方土地迅速崛起的重要背景，产业是临港未来发展的重中之重。

如今在均价超过3.27万元/平方米的临港新片区，光明星城仅以约2.6万元/平方米的首发价格入市。6000-7000元的价差，不仅充分体现了光明地产国企的雄厚实力与责任担当，更以价值红利成为临港楼市的新“原始股”。

有人说，这是给每一个错过大虹桥和张江的上海人，发放一颗“后悔药”。张江板块的崛起始于2011年，当时板块还处于起步阶段，房价2.6万元/m²，相当于一支浦东发展的“原始股”，很多人至今还在懊悔，当初为何没有果断抢一套张江的房子？这次，光明星城2.6万元的首发价或也是一种机遇。

抢占超级大盘首开红利

上海每一个置业家庭都明白，瑞虹新城、蟠龙天地、万科天空之城这些耳熟能详的大城，楼盘规模对于生活品质的重要。惟有具备相当体量的大盘，才能更快的形成醇熟的居住氛围；得益于物业对于楼盘的长期运营与维护，才能具备打造大面积社区园林的可能性，才能形成更宁静私密的内部空间，才能带动板块向上提升。

光明星城超级大盘之初，便先期拥有了万达+宝龙+社区商业的醇熟生活，加之临港新城最新的人才政策利好，备受许多置业者的关注。

近日，光明星城已过会正式进入首开倒计时。首批将推出396套，主力户型建面约77-119平方米的两房和三房，系临港稀缺的户型。项目以智慧社区、海绵城市建设为目标，配置了智慧基座，光纤入户，通信信号全覆盖；智能控制、可视对讲智慧家居系统；视频智能检索分析等智慧安防；食品级饮水管和水质监测系统；以及高性能门窗和低碳科技系统。

目前样板间&光明生活体验馆已开放。在现场一对90后小夫妻自述道，年初父母卖掉了一套市区40多平方米价值300万元的“老破小”，想为以后养老购置一套精装的三至四房，方便子女带着孩子来探访居住。父母希望一方面希望区域生态环境好，小区园林景观可满足老年、青壮年及儿童等全年龄段休闲、运动、社交等需求；另一方面要求能很好地控制总价，置业门槛低可以轻松上车没有太大负担。他们一家人在上海看了很多地方，在光明星城看中了约95平方米的样板房，三房两厅两卫户型，三开间朝南的设计，客餐厅一体化，外连阔景阳台并与次卧相连，生活动线流畅自然，尺度感和采光度都非常强。舒适的主卧套房带有收纳空间+独立卫浴，让生活品质再一次提升。

在光明星城看房的95后年轻人比较多，小赵大学毕业在临港一家高科技公司工作已5年了，准备明年和女朋友结婚，计划购买预算200万元以内的二至三房。小赵得知光明星城77平方米小户型总价仅需187万元起，双开间朝南+主卧带飘窗、客厅带宽面阳台的设计等，让等待开盘的小赵很满意。

国企匠心深耕上海30年

从老字号“光明牌”冷饮，到国礼大白兔奶糖；从风靡全国的正广和汽水，到走进亿万家庭的光明牛奶……百年光明品牌已然融入上海的城市肌理，陪伴上海人的每一天。

光明地产发展近 30 年，为上海献上光明西郊半岛、静安熙藏苑、唐镇壹号、光明雲庐、光明金山府、光明九胤等代表作品，为 30 多万户家庭筑亮新生活。责任国企之心，践行品质匠心，光明地产的每一次落子都驱动着土地价值的跃迁升级，居住能级的不断焕新。

光明地产作为行业的“模范生”，从设计到产品，从产品到施工，精工匠造确保工艺及质量，在工艺的细节把控领域精益求精，即使是业主看不到的地方也用心用力，通过标准化的管理输出成熟的产品、品牌、工程、成本、服务，以“体系化”将高品质交付如约传递到客户端。“品质、创新、温暖”是刻在光明基因里的内涵，光明星城建造的不是城市中的钢铁森林，而是新一代追梦人的理想大城。

想要了解更多资讯，请关注上海企业竞争力研究中心公众微信：

