

文章總數: 3 篇

1. 財經專題：美咖啡業掀搶客戰 星巴克誓增1萬新店迎擊麥當勞 - 蘋果日報

2007-04-02 財經要聞 B04

對於咖啡迷來說，咖啡已成生活一部份。由於咖啡擁躉眾多，造就美國星巴克（Starbucks）由西雅圖一家小小咖啡豆專賣店，發展成全球最大咖啡零售連鎖店；快餐業巨擘麥當勞及Dunkin' Donuts近年亦開始覬覦這個利潤可觀的咖啡零售市場，前者更打正旗號大搞McCafe主題餐廳搶客。不過，面對左右夾擊的星巴克對咖啡業前景仍相當樂觀，並誓言在未來4年大舉斥資增加1萬家分店迎戰。

【本報綜合報道】麥當勞大搞McCafe、Dunkin' Donuts於03年開始推出咖啡飲品，最近更搞免費咖啡日，擺明車馬入侵星巴克的咖啡王國。星巴克亦不斷擴充版圖和改善營運，圖穩守突擊。高盛證券估計，星巴克股價在未來12個月可升至43美元，花旗更預期可升上45美元水平。

不過，最近有市場調查機構「消費者報告」（Consumer Reports）就咖啡味道進行調查，結果顯示，麥當勞的咖啡已超越星巴克、Dunkin' Donuts和Burger King，成為受訪者最愛。

此外，星巴克主席舒爾茨（Howard Schultz）2月份在一封備忘錄中指出，集團近年在全球大事開店擴充，將品牌價值「沖淡」，令星巴克失去「昔日的靈魂」，市場揣測他可能會因而放慢開店步伐，讓競爭對手有機可乘。

力擴金磚四國版圖

不過，舒爾茨上月底宣稱，集團已計劃於未來4年在全球增開一萬間咖啡店，力拓中國、印度、巴西及俄羅斯（金磚四國）等地的版圖。目前，星巴克全球分店共有13168間，美國佔9401間，今年會開至少2500間新店，首季先已開了728間，即平均每日就開8間，至2012年，估計店舖數目將是現時的一倍。星巴克去年的飲品生意佔整體銷售逾75%，約50億美元。舒爾茨在股東會表示，透過增設分店、催谷各分店的銷量、鼓勵員工不斷創新及加強品牌形象等方法，今年淨收入增長目標可望達20%，增長速度更有機會較預期為快。

市場未飽和前景看俏

過去一年，星巴克股價下跌13.52%，麥當勞卻升33.74%。不過，星巴克雖面對嚴峻的挑戰，邊際利潤又受勞工成本、咖啡及奶類產品價格上升而受壓，但市場人士認為，星巴克本身基礎穩健，又有一班忠實擁躉支持，而勞工成本上漲可以當作是人力投資，因為高質素員工有助建立比其他對手更鮮明的形象，加上市場仍未飽和，故其前景看俏，加上星巴克現時的股價相對過往便宜，應是吸納時機。

文章編號: [200704020060203]

2. 星巴克無意轉攻為守 - 信報財經新聞

2007-03-23 理財投資 P32

近年來，咖啡連鎖店星巴克擴展業務步伐飛快，集團營銷高速增長。星巴克主席舒爾茨日前在周年股東大會上重申，集團未來四年將開設一萬家新分店，粉碎外間認為他將減慢星巴克擴充速度的揣測。

舒爾茨表示，星巴克的規模未來五年將擴大一倍。截至去年底，星巴克在全球共有一萬三千一百六十八間分店。

外間有關星巴克減慢擴充步伐的揣測，源於舒爾茨在上月發出的一份備忘中指出，分店的服務質素下降，削弱星巴克的金漆招牌。外界預期，舒爾茨將先集中精力改善服務，如像以往一樣以人手炮製特濃咖啡，而非以機器代勞。

行政總裁唐納德表示，預計在2013年前，星巴克八成咖啡將購自支持可持續耕作環保守則的供應商。

星巴克近年面對來自麥當勞及Dunkin' Donuts等對手的嚴峻挑戰。銳意引入優質咖啡的麥當勞，在權威消費者雜誌《Consumer Reports》的咖啡龍虎榜超越星巴克。

在麥當勞計劃引入鮮奶咖啡、泡沫咖啡及凍咖啡，誓要在老虎頭上釘虱毆下，星巴克看來必須加把勁了。

文章編號: [200703233910089]

本文章版權屬於 信報財經新聞 所有，現由慧科訊業有限公司發放，如需轉發，必須獲該報同意。版權所有，翻印必究。

3. 案內人隨筆：紫禁城的咖啡店 - 蘋果日報

2007-03-12 財經要聞 B18 案內人隨筆 尹思哲

是日金句：Once they learn to like the beverage, they would come back in the morning and become regulars. —Howard Schultz

好不容易等到周末，只可惜這陣子，公司太多同事請假，人手特別緊張。好好地兩天假期，結果要躲在家裏工作，唯一的餘暇，居然是工作累了，到鄰近那家Belgos East，靠着大梳化，喝杯小latte，暫時告別惱人的電腦。若是上班，思哲多數幫襯星巴克，而其實在那家Belgos East斜對面，正好座落了一家星巴克。或許喝厭了星巴克，而且跟Belgos East那些大梳化和半露天的室內設計相比之下，星巴克似乎太過於侷促了，這是為甚麼近年來，在有選擇的情況之下，思哲都會盡量不光顧星巴克。誰不知，不單止思哲，原來在美國那邊廂，許多人也有着類似的感覺。隨星巴克文化席捲全球，不少人把他們的咖啡奉為金科玉律，只不過，最近美國abc報道，這個市值逾227億美元的咖啡王國，正面臨着兩名主要對手的挑戰，他們是Dunkin Donuts和McDonald's。最近幾年，兩者在咖啡產品下了苦功，價錢比星巴克便宜，即使味道還差了一點。據報，不少美國消費者，已經開始接受了Dunkin Donuts和McDonald's取代星巴克，並且不介意排隊買咖啡。思哲也不知道是甚麼原因，使星巴克失掉了當初的優勢。根據思哲個人經驗，那是產品變得沉悶，沒有驚喜。據悉，針對這個現象，公司主席Howard Schultz（圖）已經向員工發了一封memo，意思大概是成功必須每天累積，不能滿足於現狀，要堅持才能為顧客提供最好的體驗之類，然而一封陳腔濫調的信，就足夠改變現狀？基本上，就星巴克的業務性質而言，其實它不僅僅售賣咖啡那樣簡單，思哲認為最好不要當成咖啡店經營，將它當成時裝行業經營，盡量久不久給客人帶來新意，或許更為合適一點。這天上網看新聞，見我國一位人大代表，在出席人大會議時說，他已提出了關於星巴克立即撤離故宮的議案，箇中因由，是這家咖啡店與我國的傳統文化相抵觸了。

北京的集體回憶

幾年前，思哲也到過故宮一趟，無可否認，在那裏多了一家星巴克，某程度上，的確是有一點礙眼。思哲看來，大陸那些支持希望請走故宮星巴克的人，基本上跟我們保護天星的很相似，其理由不外乎保護「文物」和13億人的「集體回憶」。奇怪是，這幫人一生之中，可能從來只到過故宮一次，甚或從來都沒有去過這個地方，思哲只去過一次故宮，在集體回憶這方面不可能有甚麼意見。只不過，思哲倒去過不少大陸其他景點。回憶當中，販賣的紀念品就像「倒模」，無論是黃山之巔、北京故宮、還是杭州西湖，通通賣着相同的紀念品，果然充滿我國傳統文化特色。但反過來，要是我們的故宮那麼神聖而且不可侵犯，那為甚麼又會出現林林總總的跳蚤市場，為甚麼紫禁城內，職工晾曬的衣服隨處可見？在故宮設立星巴克，本來的原因是迎合世界各地的遊客，讓他們參觀過這個民族文化遺產之後，可以坐下來，喝一口自己熟悉的咖啡。只可惜我們沒有自己的咖啡，假如星巴克真的撤走了，那幫外國遊客，難道就只能夠中國茶或者喝匯源果汁不成？案內人隨筆網誌：<http://wanszezit.wordpress.com/> 電郵：insider@appledaily.com

文章編號：[200703120060243]

本文章版權屬於 蘋果日報 所有，現由慧科訊業有限公司發放，如需轉發，必須獲該報同意。版權所有，翻印必究。

慧科訊業有限公司 查詢請電：(852) 2948 3888 電郵速遞：sales@wisers.com網址：<http://www.wisers.com>

慧科訊業有限公司 (2007)。版權所有，翻印必究。