



总策划：Christina Chan
Brand Introduction

9.9元冰美式

一家有温度的本土
街坊咖啡店

* 品牌介绍 *

From [starting point] to where we stand today, we remain committed to our original purpose—delivering [core value] to [target audience].

Brand

Contents

From [starting point] to where we stand today, we remain committed to our original purpose—delivering [core value] to [target audience].



• 01
品牌故事
Brand Story

• 02
核心产品
Core Product

• 03
市场表现
Market Performance

• 04
品牌总结
Future Prospects

9.9元冰美式

做本地人触手可及
的一杯好咖啡

01.



*品牌故事

From [starting point] to where we stand today, we remain committed to our original purpose—delivering [core value] to [target audience].

01 品牌故事



品牌背景

廿捌咖啡是扎根中山小榄的本土社区咖啡小店，门店名称源自门店门牌号——广源中路28号，粤语发音【廿捌】，于2022-04-14正式创立，由本土年轻咖啡师Christina Chan自主创业经营。

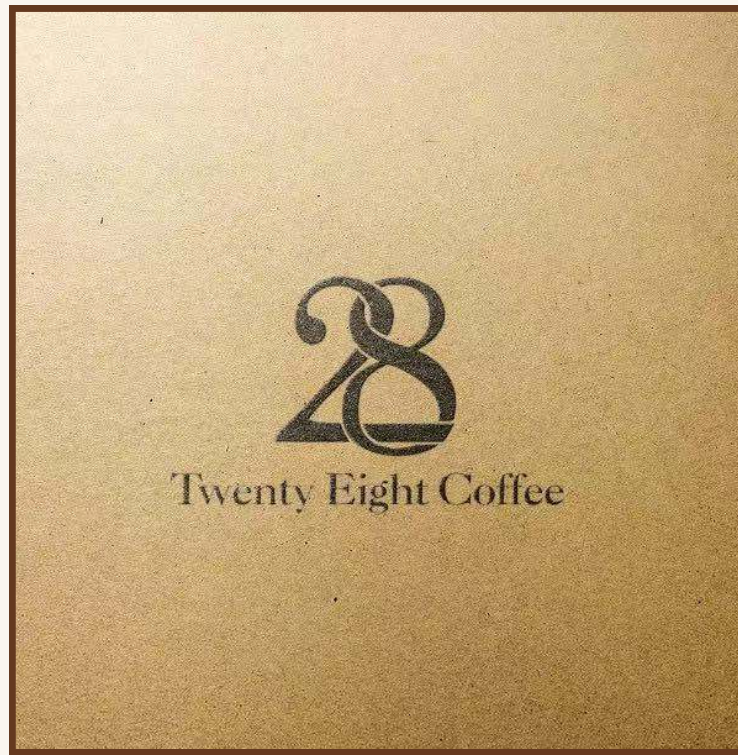
坚持平价咖啡理念，主打高性价比现磨咖啡，用心把控饮品品质，深耕街坊日常，做本地人触手可及的一杯好咖啡。

品牌理念

品牌摒弃高端溢价与网红套路，主打平价高品质现磨咖啡，以9.9元冰美式为核心招牌，搭配多款拿铁、特调饮品及贝果简餐，兼顾日常刚需与轻食需求。门店立足居民区与街区商圈，服务周边上班族、街坊居民、本地学生，以外卖为主堂食为辅，专注做小榄人日常喝得起、喝得放心的靠谱咖啡。

无浮夸装潢、无过度营销，始终以稳定出品、干净卫生、真诚服务为核心，打造有烟火气、有温度的本土街坊咖啡店。

01 品牌故事



2022 初创扎根，快速起量

廿捌咖啡于 2022-04-14 正式创立，05 月21日正式开业。紧抓短视频同城流量风口，以真实治愈的门店日常为核心内容，打造极具亲和力的个性化主理人IP，依托个人人格魅力赋能品牌传播，快速抢占本地用户心智、爆红小榄本土市场。凭借高性价比产品与真诚服务快速回本，沉淀首批忠实熟客，实现品牌从零到一的高效落地与初步扎根。



2023 稳定深耕，成型蓄力

品牌持续沉淀主理人IP与同城内容运营，稳固本地口碑与品牌认知。同步完成LOGO、门店形象、产品包装全面升级，统一品牌视觉体系；迭代饮品产品线、新增多款自研烘焙类和轻食类产品，丰富产品矩阵、提升客单，褪去短期流量热度，转型为有温度、高认可度的本土社区咖啡门店。



2024-2025 内卷承压 | 创新尝试 | 平稳收官

行业低价内卷加剧，IP流量逐年递减，门店经营压力攀升。品牌主动拥抱创新，运用AI工具赋能内容输出与日常运营，尝试突破增长瓶颈，但受限于小店固有经营短板，未能逆转微利困局。最终持续承压结业，正式结束三年多的本土咖啡创业旅程。

9.9元冰美式

做本地人触手可及
的一杯好咖啡

02.

核心产品

From [starting point] to where we stand today, we remain committed to our original purpose—delivering [core value] to [target audience].



02 核心产品

咖啡类饮品（主力核心）

门店基础王牌品类，涵盖冰美式、冷萃、风味特调，根据市场反馈推出季节限定奶茶、柠檬茶，品类灵活应季，依靠过硬饮品品质积攒街坊熟客口碑。



轻食简餐类（增收品类）

开店初期以贝果为主、小件蛋糕完善下午茶产品线；后期调整经营方向，下架蛋糕，更替为休闲小食和中式糕点，拓展受众喜好，适配本地食客口味，拉动订单客单价。

自研烘焙类（差异化品类）

烘焙品类自开业便已有供给，后续伴随品牌视觉升级、顺应市场需求持续扩充产品线。以现点现烤、每日限量的菠萝油、分量厚实的自研牛角包作为基础胚体，衍生多款创意新品；菠萝油外酥内软，牛角包选择丰富、性价比出众，凭借高复购率在本地咖啡竞品之中打响口碑。



包装零售类（形象品类）

在 LOGO、门店形象与外卖包装完成升级之后拓展品牌周边；推出限定 logo 贴纸、保温杯、帽子、成衣，还有配有定制收纳盒与挂脖绳的眼镜擦巾等物件，借助实物周边输出品牌调性，加深本地消费者印象。

02 引流产品



命一样苦的冰美式

冰美式为品牌标志性引流爆款，定价 9.9 元，别称“命一样苦的冰美式”。饮品选用适配的咖啡豆萃取，风味醇厚、苦味突出，精准契合当代年轻人、上班族的情绪共鸣。



脆皮菠萝油 又称“广东省省包”

脆皮菠萝油为门店王牌烘焙招牌，后期加入前缀名“广东省省包”增加趣味性。产品坚持现点现烤，每日限量出炉。因其出众口味，拥有极高顾客回头率，也是消费者搭配 9.9 元冰美式的人气下午茶组合，在当地积攒下很高的知名度。



02 热卖产品



不懂拉花的拿铁

作为门店极具趣味标签的特色饮品，取名“不懂拉花的拿铁”。饮品不执着精致的表层拉花，重心放在牛乳与咖啡豆的融合口感，口味顺滑醇厚。



香脆牛角包

“加大版”“特大版”

牛角包体型厚实、分量充足，经过烘烤之后外皮层次香脆；品牌自主研发众多口味，选择丰富、性价比突出。凭借出众的口感和超大规格，和周边同类门店拉开差距，回头客众多，本地知名度较高，常搭配冰美式一同组成下午茶套餐。



命一样苦的冰美式

一家有温度的本土
街坊咖啡店

03.



市场表现

From [starting point] to where we stand today, we remain committed to our original purpose—delivering [core value] to [target audience].

03 市场调研

01

区域市场环境调研

门店扎根中山市小榄镇，当地咖啡消费氛围浓厚，本地独立咖啡店、连锁品牌数量繁多，经常举办咖啡市集、咖啡节活动，年轻群体喝咖啡已经成为日常习惯。

市面门店主要分为连锁平价咖啡、网红打卡门店、本土社区小店；多数竞品饮品同质化严重，烘焙小吃板块缺少招牌爆款，存在产品差异化缺口，适合打造主打现烤烘焙的社区咖啡店

02

周边竞品调研

实地摸排周边三公里范围内同类商铺，调研竞品定价、饮品菜单、轻食品类、包装风格、线上短视频运营方式。

周边店铺短板：烘焙品类偏少、分量普通、缺少定期新品迭代、门店人设单薄；

品牌赛道：**平价引流饮品 + 自研现烤烘焙**作为核心竞争力，避开和周边门店的同质化竞争。

03

目标消费人群调研

主要服务本地上班族、学生、街坊居民、年轻休闲群体。经过日常观察和顾客沟通，摸清当地消费者需求：

1. 需要性价比高的基础咖啡；
2. 偏爱现烤、分量充足的面包点心；
3. 喜好追求新品潮流、季节特调；
4. 青睐有人情味、风格鲜活有趣的社区店铺。

03 经营模式



外卖为主

依托外卖平台、抖音同城曝光获取客源，依靠 9.9 元冰美式引流爆款吸引线上客流；凭借出众的现烤烘焙、丰富小吃产品线拉高订单客单价。外卖模式能够突破门店空间局限，服务整片小榄镇周边居民区、写字楼以及商业街的消费者，拓宽客源覆盖面。

堂食为辅

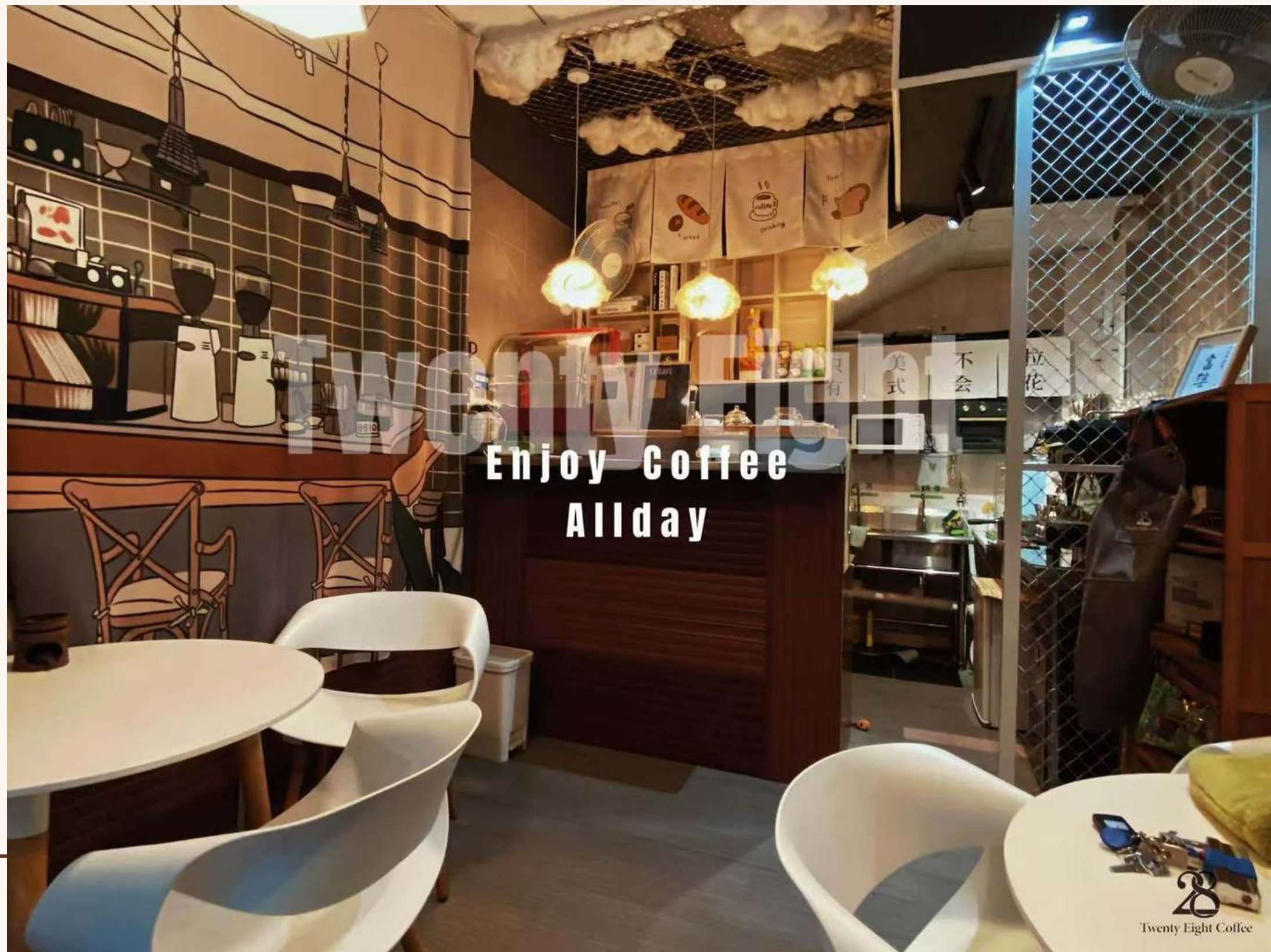
门店堂食不作为主要盈利板块，主要供熟客短暂歇脚、顾客品尝现出炉烘焙产品；同时线下空间用来展示品牌装修、定制周边，拉近店主和街坊顾客的沟通，收集食客反馈，为产品更新、营销方向提供参考。



03 营销手段

堂食为辅

门店堂食不作为主要盈利板块，主要供熟客短暂歇脚、顾客品尝现出炉烘焙产品；同时线下空间用来展示品牌装修、定制周边，拉近店主和街坊顾客的沟通，收集食客反馈，为产品更新、营销方向提供参考。



● 03 经营模式 ●



经营优势

较小的堂食压力降低了门店对于大面积铺面、大量桌椅陈设的硬性要求，房租成本可控；重心放在出品、包装以及线上内容运营，集中精力打磨饮品和原创烘焙，适配本地上班族喜爱线上点单的消费习惯



命一样苦的冰美式

做本地人触手可及
的一杯好咖啡

感谢耐心观看

From [starting point] to where we stand today, we remain committed to our original purpose—delivering [core value] to [target audience].

Thanks