

近日，一则“上海市场出现每杯6200元的咖啡”的消息引发关注。一杯咖啡为什么那么贵？有人买单吗？对于上海这座拥有全球最多咖啡馆的城市而言，“天价”咖啡又意味着什么？记者展开调查。

上海6200元一杯的咖啡卖得掉吗？

商家、同行、消费者都有话说



自带杯子享受减免是上海不少咖啡店推出的环保行动。

咖啡定价高不违法 但诚信宣传是前提

11月15日，记者来到销售6200元咖啡的咖啡店，但现场已经没有这款咖啡。店员解释，这是根据老板的要求暂停销售的，“豆子数量有限，目前预订掉了2杯。”他说过，会与消费者协商兑现咖啡的时间，“一杯大约使用20克咖啡豆，按照1:16的比例做手冲。”

至于这一“天价”咖啡的定价依据，店员说是用了今年巴拿马最佳咖啡豆大赛的冠军咖啡豆，相关介绍就贴在咖啡店的墙上。

那么，冠军咖啡豆成本价多少呢？根据公开报道，这款咖啡豆今年的全球产量约25千克，每千克售价在1万美元左右。按照单杯咖啡用豆20克计算，算上烘焙时的损耗，咖啡豆的成本价大约240美元，折合人民币约1700元。

业内人士指出，1700元只是最基本的成本，算上交易时可能产生的手续费、关税、物流成本，再加上店铺租金、人工成本、营销成本等，品牌要溢价也无可厚非，“咖啡不是民生保障用品，没有政府指导价，最终的价格可以由商家自行决定。只要明码标价，就算是‘天价’也不值得大惊小怪，买不买的選擇权在消费者手里。”

但一线执法人员提醒，“咖啡卖多少钱”由商家说了算，可前提是诚信经营，“商家既然说用的是冠军咖啡豆，应当向消费者证明这点。如果证明不了，那就涉嫌虚假宣传，市场监管部门可以依法查处。”

事实上，此前上海市场监管部门曾对涉嫌虚假宣传的“天价”奶茶开出罚单。当时，上海某柠檬茶店以每杯300元的价格销售“鱼子酱拇指柠檬茶”，宣称使用了每斤800元的原料柠檬。但经市场监管部门调查，其原料进价分别为每斤150元和每斤60元，远低于宣称价格。最终，市场监管部门依据《中华人民共和国反不正当竞争法》相关规定，责令当事人停止违法行为并处罚款20万元。可见，6200元的咖啡的核心并非定价高低，而是商家是否如实宣传。

那么，这家店的咖啡真如宣传所说，使用冠军咖啡豆吗？店员对此解释，市场监管部门已经来店调查，“我们把相关凭证交给监管部门了，目前店里没有复印件。但过几天相关材料还到店里后，可以向消费者出示。”



“天价”咖啡店放着各色躺椅和石头。

“天价”或是营销手段 常规产品价格不高

截至发稿，监管部门尚未公布调查结果。不过，大部分消费者对“天价”咖啡表示淡定，“这是商家的营销手段吧？上海的咖啡选择那么多，丰俭由人，一杯高价咖啡算不了什么。”

“精品咖啡就像精品茶叶一样，定价和溢价都与商家的经营策略、消费者的个人选择有关，没有统一的标准，属于‘一个愿打一个愿挨’。”白领罗晶是咖啡爱好者，会为了专门的咖啡豆和咖啡师探访各种精品咖啡店，也与不少咖啡店的负责人成为朋友，不定期分享有特点的咖啡豆。

她说，上海市场本来就不缺高价咖啡，“很多独立咖啡馆老板都有‘私藏咖啡’，不乏各种比赛的获奖咖啡豆，价格都不便宜，几百元甚至上千元一杯不稀奇。不过，这类咖啡往往只与熟客分享，算是老板与客人共同作为咖啡爱好者的一种交流。大家在乎的不是价格，而是享受一杯风味独特的咖啡，这种满足难以用金钱衡量。”她觉得，此次商家公开售卖每杯6200元的咖啡，更像是一种营销手段，“目的不是为了卖掉多少杯咖啡，而是用这个咖啡来吸引媒体和消费者的注意力。”

从记者现场走访看，也确实

如此——不论是线上的分享帖，还是线下的买单者，很多都因“6200元咖啡”而来。事实上，该商家在售的咖啡并非都高高在上：常规杯装咖啡定价在40元以内，而根据咖啡豆产地和等级制作的手冲咖啡价格要高一些，从每杯88元至688元不等。

采访中，消费者陈先生说自己也是慕名而来，“店家能采购冠军豆，说明对咖啡豆的要求比较高，所以来试试。再说，常规产品的价格不离谱，买一杯尝尝鲜。”从点评网站和社交平台的分享帖看，大部分消费者选择的是每杯几十元的常规咖啡，同样以“尝鲜”“打卡”居多。

不用为噱头买单 市场选择很多元

也有很多消费者对商家的营销不感冒。在该店家附近，至少有10家咖啡店，销售的产品从每杯9.9元至三四十元不等。工作日午后，很多咖啡店门口都有等候的消费者。

在一家咖啡店门口，上班族黄小姐选了一杯定价15元的美式咖啡，根据店铺规则，因为她自带杯子，可以再减5元。“10元喝一杯现磨咖啡，性价比很高。我对咖啡豆的要求没那么高，就算让我喝‘冠军豆’，可能也品不出其中真味。”黄小姐觉得，适合自己的才是最好的，所以即便知道附近有“天价”咖啡店，却完全

没有“打卡”的兴趣，“对我来说，咖啡就是下午工作的‘续命水’，不会为噱头买单。”

“咖啡文化之所以吸引人，选择丰富是一大特点。6000多元的咖啡也许不错，但9.9元一杯的咖啡也很香。”同为上班族的李先生熟练地打开手机小程序，领取了某咖啡店的优惠券，用9.9元购买了一杯当季新品“圣诞烤布丁拿铁”，“上海的咖啡市场非常‘卷’，就算是平价产品，不仅经常有新品，也会强调自己的咖啡豆有特色，不然留不住消费者。”

在一家连锁咖啡店，有店员

也表示，即使是连锁品牌的流水线产品，同样要满足消费者个性化需求，“越来越多的商家提供不同的咖啡豆、烘焙程度和萃取方式，支持个性化选择。而且很多门店除了成品咖啡，也销售各种风味的咖啡豆，并经常更新，都是为了满足不同的消费需求。”

开有一家独立咖啡店的吴先生直言：“一家商家的一次营销，不会改变咖啡市场的大格局。多元选择、多元定价始终是市场的主旋律，吸引着从业者，也吸引着消费者。”

他分析说，在咖啡市场，连锁店有连锁店的玩法，独立咖啡店也有自己的生存之道，“连锁店有规模优势，但也面临着经营成本高、竞争激烈等问题。对独立咖啡店来说，‘跑量’比不过连锁品牌，但有机会积累自己的固定客群。而且独立咖啡店在咖啡豆的选择、口味的更新上能比连锁品牌更灵活，从而具备自己的优势。其实，眼下越来越多的咖啡店正在打造自己的社群，这些都形成了咖啡文化魅力，‘天价’咖啡只是一段插曲，不用太在意，也无须过度解读。”

（解放日报）



在上海，精品咖啡和大众咖啡有很多选择。