

| 本期摘要

星巴克销售放缓，两次尝试多元化扩张都以失败告终，星巴克也认错了。既09年之后再次对中国市场加码，13亿美金将所有的代理收回，同时在多城市扩张开店，但是过于密集的分布也会导致分流，所以星巴克的未来战略之战必须要打好。

| 音频梗概

00:05

市场对星巴克这个季度的营收有些失望

今天聊一聊星巴克吧，因为在7月末的时候公布出来的星巴克的财务报表来看，虽然说季度营收还是创了纪录，但是还是普遍低于了市场的预期，而净利润降至7个亿美金以下，同期的净利润是高达7.5亿的，这样基本上看起来营收是增长的，但是市场的反应普遍是低于预期的。并且比较关注的这几个点，比如说中国地区和美国地区的销售目前是放缓的，所以说市场给予的在业绩上的预期是有些失望。

00:53

星巴克两次多元化的扩张都以失败告终

然后刺激7月末股价大幅度下跌的另外一个原因就是之前收购茶饮料品牌Teavana，这个东西还没有进入到中国，因为之前说是2018年进入到中国，但是目前来看13年花2.6亿收购的Teavana基本上已经计划在2018年将旗下379家都进行关闭，这实际上反映了当你星巴克进行多元化战略到目前是非常的不畅。

Teavana的关闭可能是已经反映了这个问题，而且在今年年初已经将华盛顿和西雅图的两个果汁的独立门店也关闭了，可以说它对2012、13年进行多元化的过程中的几个尝试，目前来讲都是不太成功的方式在退出。

它之前还收购当时美国旧金山Bay Bread旗下的面包店，当然花钱不多，一个亿，这是它最早的一次尝试，在15年后Bay Bread下面的门店基本上都已经关闭了，这个面包有时候在美国的星巴克的菜单里是能找得到的。

可以说Teavana已经是当时第二个扩张的尝试，目前也是以失败告终。

02:34

星巴克应该明白它卖的是文化和品牌

这对于星巴克的影响比较大，其实你要反思的是星巴克在快消领域中间卖的是什么，其实不在于卖的是咖啡还是面包，卖的是果汁还是茶。

「重要的是星巴克现在的核心是品牌。那换句话说，不管你卖的是什么东西，你只要放到星巴克的文化和品牌里头，这个东西都可以卖。」

举个例子，比如说Teavana的冰茶，气泡茶，如果放在星巴克店里是没有问题的，甚至包括像Bay Bread的面包如果放在星巴克店里也都是可以销售的。因为重要的是你要知道消费者去星巴克消费的到底是什么，消费的就是这种体验感，这种文化，这种品牌。

03:28

星巴克承认了多元化扩张的错误，市场担心星巴克未来的增长

所以说星巴克在进行多元化的时候，这种所谓的子品牌的扩张的时候，在快消领域中间这条路的尝试是并不是特别的好，这种方式应该很早就被论证掉，但是当然了星巴克还是要进行一个尝试，试验后不行那就证明这条路真的是不行，所以所今年最大的一个挑战就是在于星巴克的认错，逐步将之前多元化扩张的思维出清，所以说你看到星巴克的股价也就一次性地对这个事情进行了一个大幅度的反应。

当然了大家还是仍然担心的是星巴克未来最重要的几个市场，第一是美国，第二是中国市场的增长，如果从目前的财务数据上来看，中国的无论是单店还是整个销售，实际上目前来讲都有一个放缓的迹象，目前星巴克采取的战略是继续大举扩张。

04:34

早些年星巴克是将代理权给了国内的一些企业

而且这个扩张的过程中已经决定7月份有一个很大的决定，我不知道大家有没有注意到，在上海包括一部分江浙地区，星巴克点的优惠券是不通用的，然后如果你仔细注意下星巴克的小票，上面会出现两个，一个是星巴克中国，一个是上海统一星巴克，这两个不同的票，而且涉及到的优惠包括有些积分是不太通用的，在上海和江浙地区是经常会碰到。

星巴克早些年实际上一直是采用这种代理权的形式，有点像加盟的感觉，但是在之后为了进行战略性的调整，基本上都已经收回来了，当时分裂出来的有华南，当时华南的代理权是给了香港美心，华北是给了北京的美大，华东的代理权给了台湾的统一。

05:50

如今花13亿美金将股权全部收回，到底值不值

现在基本上2005年之后，中国的政策也发生了变化，允许外资独立开店之后，星巴克基本上陆陆续续将华南、华北的代理权收回来了，但是华东地区的代理权一直是没有真正意义上收回。进入

到7月份以后，星巴克第一对多元化进行认错，继续加码中国市场，换句话说中国市场将会是它后面巨大的筹码，如果中国市场进一步走对了，那它就有可能挽回前面多元化的失败的阴影。

所以说13亿美金基本上要把统一的在华东地区的剩余股份收回来，这样相当于江苏、浙江、上海，原来上海统一星巴克下面1300多家门店100%的股权都会收回来，当然覆盖的加在一起中国地区所有的点基本上就全部是直营了，当然13亿美金到底值不值，其实从我们的角度来看，星巴克的主战场市场还是在一二线大城市和经济发达地区，尤其是浙江和上海的星巴克占的比例是非常大的，价格可能花的值不值我们会从以后的财务报表中可以逐步感知。

07:17

星巴克再次提高中国市场的地位，但过度集中将自己分流自己

而且基本上现在也明白了继续地加码中国，在中国的开店速度还会继续加快，所以说相当于中国市场就被星巴克第二次提到了战略的第一位。第一次是09年，那个战略确实非常提振，因为当时海外市场的增长已经是非常乏力了，那现在继续加码中国其实还能不能获得当年的高增长和巨大的潜力。

如果是单纯从目前的财务报表上看，在中国的开店其实也开始出现了放缓的迹象，不得不说星巴克的店太多了，也存在着所谓的单店分流的情况，一条马路上搞不好能找到三家星巴克，这种店和店之间的分流是非常的明确的。

虽然说星巴克的文化已经被大部分人普及，已经都接受了，但是开店的密度，过度集中，都可能是一些问题，在销售和市场上可能都有一些影响。未来开店除非去中国开拓一些新兴的领域，比如说三四线城市的星巴克市场能不能开拓出来，如果仍然停留在一线城市和一二线城市，二线城市目前来看还不够，但一线城市目前来看比例已经不小了，如果再在一线城市加码的话，必然会出现的就是单店利润下降，虽然带来的总的销售在增长但是单店的销售在下降，其实就是自己分流自己了，这种战略对于星巴克来讲是不可靠的。

09:24

对比09年对中国市场的扩张，现在的获利点在哪

而目前从它的财务报表来看，中国和亚洲地区已经多多少少开始出现这样的迹象，这毫无疑问成为中国市场押注的过程中的不利迹象，所以整体来看星巴克在扩张的过程中犯有错误，但现在也

在进行修正，第二是中国地区还是要密切留意的，这跟09年大举扩张中国的时候是不一样的，那个时候是一个比较处女的市场，或者说处女市场已经被开拓万刚刚进入到高增长的阶段，其实现在已经进入到一个投入和产出之间的比可能不一定是特别合适的时候了，对于星巴克来讲，战略上的一丁点的失误可能都会造成比较大的影响。所以对于投资者来讲，现在的水平的星巴克和当年的星巴克还是有很大的区别的。

制作人按：为了大家能更全面学习到付总在投资上更为系统的逻辑，今后每一次更新都会整理一份相关内容的时间轴供大家参考，这期主要讲了星巴克相关投资需要关注的问题，之前我们也有过类似的内容，探讨生活中我们很熟悉的一些公司：

丨《付鹏说》“投资就在生活中”时间轴

【044】从市值蒸发900亿的康师傅看：如何交易中国的消费升级（2017-04-26）：在大环境注定的情况下，只要人均收入水平不回到5—10年前的水平，方便面整体的市场环境是在恶化的。

【022】美图与周黑鸭巨震，根本原因在于一个时间点！（2017-03-20）：两家公司行情波动最根本的原因在一个时间点，最主要的变量是沪港通和深港通的名单。

【015】维多利亚的秘密，能否复制星巴克10倍股的传奇？（2017-03-09）：就像星巴克现在遍布中国，维密也开始模仿它，开始进驻上海，这样的战略转型能否会对其股价有非常强劲的作

用?

-end-