

南京的泡面小食堂不到一年关了大半 众多网红店铺为何只能红极一时?



远洋国际中心楼下的“泡面小食堂旗舰店”已关闭



新街口商圈瑞可爷爷の店



新街口地下商圈内一家网红店铺,多名消费者排队购买

快报调查

热线:96060

要问2018年什么美食最火,遍布各个城市大街小巷的“泡面小食堂”肯定榜上有名。当年9月,现代快报记者曾探访了南京5家“泡面小食堂”,并从装潢、口味、价格等方面做了综合评价。然而还不到一年,现代快报记者发现,这5家店铺均已停业。市面上像泡面小食堂这样,在短时间内蹿红、又很快淡出大家视野的网红美食店还有不少。火爆为什么不能持续?专家分析有多方面原因。

现代快报+/ZAKER南京记者
于露
见习记者 李鸣 文/摄



扫码看视频

调查

一年不到,几家泡面小食堂都关了

“泡面小食堂”一出道,便宣称搜罗了来自世界各地的泡面,搭配丰富的配料,把普普通通的泡面煮出了新花样,一时间吸引了众多食客前去尝鲜,迅速在网络上火起来。现代快报记者也曾测评了位于南京新街口和大桥北路的5家泡面小食堂。

8月15日,现代快报记者走访了位于新街口商圈的3家泡面小食堂。

曾位于玄武区估衣廊的泡面小食堂,现已变成一家小餐馆。隔壁店铺的老板说:“(泡面小食堂)去年就关门了,开了没几个月。”因莱迪广场正在装修

改造,里面的一家泡面小食堂目前也处于关门停业的状态。中山电子城的泡面小食堂,现在也变成了一家冒菜馆。

8月16日,记者来到浦口区大桥北路,这里曾有两家泡面小食堂,但记者沿路多番寻找,都没有看到。附近的居民和商家称,这两家泡面小食堂早已关门。

此外,记者在重访这5家店铺的过程中,发现曾经开在远洋国际中心楼下的“泡面小食堂旗舰店”,以及曾位于延龄巷的“方便面”和洪武路的“泡面小食堂”也均已关闭。

走访

众多网红美食店淡出视野

市民徐女士明显感受到,身边的泡面小食堂越来越少,“以前在路上经常能看到,这半年感觉都没怎么见过了。”随后,现代快报记者打开某点评平台,以“泡面小食堂”为关键词进行搜索,发现多家店铺显示“歇业关闭”。

类似泡面小食堂这样的网红店铺还有很多。

几年前,“瑞可爷爷の店”凭借起司蛋糕走红,店铺开满大街小巷,一度门庭若市。8月19日,记者在同一点评平台上,以“瑞可爷爷”为关键词搜索,发现南京仅可搜索到4家。新街口地铁站地下通道里就开有一家“瑞可爷爷の店”,不过记者探访发现,除了该店最初的起司蛋糕,该店现在增售奶脆泡芙、白兔卷、海苔肉松小贝等产品。

新街口的地下商圈内开有众多美食店铺,舒芙蕾、榴莲芝士饼、水果捞……在这里,消费者可以找到当前大热的美食。

许多市民至今还记得,当年在地下商铺排队买驴肉火烧的场景。在商圈附近工作的狄女士告诉现代快报记者,几年前,大家都争相去买驴肉火烧,“我记得要先付钱取号,10块钱一个,排队的人可多了。”而现在,那家开驴肉火烧的店铺成了一家糕点店,门前依旧排长龙。

“泰芒了”也是前两年曾大火的网红店,饮品上面是满满的芒果肉、冰淇淋和芋圆,下面是冰凉爽口的冰沙。这样一杯果饮,售价虽然达到30元左右,但其精巧的外观吸引了很多人排队打卡。不过没多久,“泰芒了”也渐渐淡出了大家的视野。

店家

产品新鲜期过了,渐渐闭店

蒋女士曾是一家泡面小食堂的店主,店开在洪武路上。她告诉现代快报记者,自己当初是被朋友圈许多泡面小食堂的视频吸引的,“视频里好多人在排队。”蒋女士说,加盟后,店里刚开始生意很不错,每天的营业额都能达几千元。但一个多月后,生意开始变差了,“餐饮就是这样,开个新店,周围的人都会来尝一尝,但后面就不行了,我今年二三月份就关店了。”据了解,蒋女士投资损失了四十多万元。

食客设有忠诚度是一方面,但另一方面,蒋女士认为经营不好的原因与品牌保护不到位有关,“品牌保护没有做好,有很多同类的店铺”,蒋女士说,她加盟的是一家广州的餐饮公司,而她的朋友加盟的是厦门的一家餐饮公司。

“我们在柜面销售的产品,跟最初加盟时的产品,其实已经有了很大的变化,延伸出了很多符合市场需求的产品。”新街口“瑞可爷爷の店”的负责人季先生称,该店铺从2013年开始一直营业至今。虽然地处新街口商圈,人流量比较大,但是季先生说:“现在生意不好,只能勉强维持。客单价也比较低,每天的单量不到火爆时的一半。”

季先生还告诉记者,自2014年下半年开始,“瑞可爷爷の店”品牌持有方就不再向加盟商提供新品以及品牌宣传服务,后期运营维护基本全靠加盟方的自主经营,比如通过线上平台积极获取顾客的反饋和期待,“也有很多兄弟店铺都关门了,产品的新鲜期过了,也没有新品研发能力,渐渐就闭店了。”

专家

体验式消费,只能火爆三四个月

东南大学经济管理学院副教授浦正宁分析,类似“泡面小食堂”这样的店铺,违背了餐饮行业的基本规律,“规律就是首先产品要好吃,而且好吃程度与产品的价格之间应该有一个平衡。泡面本来就是一个便捷快速的产品,配以辅料的形式把它的单价抬得特别高,这就造成了只有一次生意。大家都是为了氛围、装潢和场景去吃的,是一种体验性消费。”

他说,诸如“瑞可爷爷の店”等店铺,主要采用的是在短期内吸引人气,并用短期人气将一个产品在很短的时间内以超额价格出售,从而可以尽快收回投资成本并赚取一定收益的模式。

浦正宁还说,原先一个产品掀起关注性热潮,是从一个城市传播到另一个城市。随着传播路径的改变,在互联网瞬间投放后,许多商家模仿加盟,引起热潮的产品可能3至4个月就不再火爆。

江苏省餐饮行业协会执行会长于学荣告诉现代快报记者,“泡面小食堂”关店率高主要有三方面的原因:第一是消费者的消费预期没有达到,第二是食物的性价比不高,第三是因为主食餐厅(泡面小食堂)使用了快餐模式,操作模式单一化。

于学荣说,网红饮食店铺要回归到餐饮的本质,以味道为核心,以营养为目的,这个不能变。