

最后一店关门 狗不理败退京城餐饮业

曾经的包子界领军品牌狗不理在经历了去年王府井店的“差评”风波后开始线下门店的收缩。近期,北京商报记者走访了去年被取消加盟资格的原狗不理王府井店以及狗不理北京总店(前门店)发现,被取消了加盟资格的王府井店换了新的招牌继续开店卖包子,而前门店则大门紧闭,这也是狗不理官方承认的北京的最后一家门店。除了北京市场外,记者进一步调查发现,狗不理在其“大本营”天津也开始同步进行餐饮门店的收缩。与此同时,狗不理将更多精力放在了线上,预包装包子和各类预包装食品已然成为狗不理眼下的发展重点,但对于一个有百年历史的老字号餐饮品牌,此番“断臂”之举,能否为其换来新生?

北京最后一家门店停业

近年来负面消息不断的狗不理似乎已开启新一轮“调整”。近期,北京商报记者走访发现,位于前门的狗不理直营门店已经停业。根据狗不理官方微信显示,目前狗不理前门店是狗不理在北京的最后一家餐饮门店,但同时,记者在狗不理集团官网上却已经看不到这家门店的身影。

北京商报记者在现场看到,前门店大门紧锁,店内无人,其门店“狗不理”招牌的位置已空空如也,门口贴着“店内装修”的字样。根据周边其他门店工作人员介绍,狗不理前门店已关闭近半个月,门店内也没有太多装修动静,但门口的招牌已经摘了。记者亦走访了去年因闹出“差评”风波而被狗不理集团收回加盟权的狗不理王府井店,发现这家门店目前已经更名为“京门马记包子铺”,记者发现这家门店除了门头以及门口的品牌故事发生了变化,店内装修、桌椅、产品、服务模式等和此前为狗不理加盟店时如出一辙。

按照狗不理集团官网信息显示,目前狗不理在北京已经没有门店。北京商报记者随

后就狗不理前门店未来是否还会重装开业以及狗不理集团在北京餐饮业务的发展计划联系狗不理集团,对方工作人员向记者提供了相关负责人联系方式,但当记者按照联系方式拨打该负责人电话时,对方却称“打错了”。随后,记者通过发送邮件的方式向狗不理集团发出采访提纲,但截至发稿未收到任何回复。

类似的事情也发生在天津市场。就在一周前,一则“天津狗不理餐饮管理有限公司解散注销”的消息,让狗不理又引发热议。事后狗不理集团回应称,集团旗下狗不理餐饮连锁武清店,工商注册名称为天津狗不理餐饮管理有限公司。因经营未达预期,集团决定关闭并注销该店,并非网传“天津狗不理注销”“狗不理决议解散”。不过,根据大众点评显示,目前天津的多家狗不理门店和如今的狗不理前门店一样已经显示“暂停营业”。

押宝食品工业

实际上,狗不理餐饮连锁业务近几年在市场上的反馈并不理想,“价格贵”等一些负面评价一直存在。另外,部分加盟店频出问



题,此前位于王府井的门店因博主探店的视频引发舆论风波,最终狗不理集团也解除了与该店加盟方的合作。当时,狗不理集团表示,狗不理集团在改制后,坚持以直营为主,截至2020年9月已经陆续收回各地加盟期满的80多家加盟店。不过,从目前门店数量来看,狗不理在收回加盟门店后并没有加速布局实体餐饮市场,而是一直在收缩餐饮业务。

相比实体餐饮频频关店,狗不理似乎将自己的定位逐渐放在速冻食品生产和销售上,或许希望食品业务成为其重头戏。北京商报记者从官网了解到,目前狗不理的速冻食品业务包含线上线下多渠道、线下与商超等渠道合作,而线上设立了天猫、京东旗舰店。根据狗不理天猫旗舰店显示,目前店内售卖的产品大致包括包子、汤圆、半成品等,其销量最高的仍是速冻包子。

另外,狗不理也开始进行新的“曲线”布局。3月24日,狗不理集团与厦门航空天津分公司正式签署战略合作协议。据了解,此次合

作中,双方将进行机上定制餐食研发、拓展延伸航旅产业链条等,厦门航空将把狗不理纳入配餐原材料定点供应基地。

和君咨询合伙人、连锁经营负责人王志宏表示,近几年狗不理在餐饮业务上不断收缩,根本性的问题在于狗不理在餐饮的连锁经营管理能力上比较薄弱,包括直营和加盟业务,经营水平和管控能力都不太强。

“相对来讲,狗不理在食品工业化方面发展得相对较好,通过其食品工业化来布局冷冻食品,在线上或者线下商超的渠道来进行售卖,以及与航空公司合作进入航空食品的领域。”在王志宏看来,食品工业化相对来讲比较稳定,食品品质也比较好控制,而且有国企和老字号背书,其这方面业务发展会相对稳健。

如此“断臂”值不值

北京商报记者在狗不理集团官网看到,

狗不理集团董事长张彦森在今年初接受媒体采访时明确表示,会将发展重心放在食品工业及电商业务方面,同时在减少店面数量的基础上,做好留下的门店。这也意味着,餐饮业务将不再是狗不理未来发展的核心,作为一个已经有百余年历史并且以餐饮业务起家的老字号品牌而言,如此转型是否值得?

在一位餐饮业业内人士看来,狗不理的转型实际上是“被迫”的。近几年狗不理餐饮业务负面消息不断,“不好吃还贵”已经成为众多消费者对这个老字号品牌的印象,损害了这个老字号餐饮品牌的形象。此外,无论是狗不理王府井店还是前门店,都占据着非常有利的地理位置,但从消费者口碑来看,这两家门店差评不断。在如今竞争如此激烈的餐饮市场,狗不理如果想要继续依靠餐饮业务翻身,难度着实不小。

王志宏则表示,狗不理收缩自身的餐饮服务业务,尽管在食品的工业化上略有成绩,但事实上并没有真正把自己的价值放大,而且食品工业化目前规模也并不是特别大。狗不理是一个金字招牌,但是这些年发展得不是太理想,未来的发展必须在理念和战略层面进行深刻的变革,重新来思考发展布局。比如,从食品工业和餐饮服务两条线来发展。另外,在业务布局上,线上和线下双渠道发展,线下市场布局可以加大除了天津以外的市场。当然,其前提是理念到战略,模式以及管理上完成系统性的变革和再造,那么狗不理品牌的价值可以重新焕化出来。”王志宏说道。

餐饮连锁顾问王冬明表示,狗不理餐饮业务的萎缩主要源于与市场的脱节,其产品和门店已经偏离了现有核心消费年轻人的口感、装修及价格区间。对于老字号而言,要不断与时俱进,作为品牌来说,一味死守只能被淘汰。北京商报记者 赵述评 郭缤璐

隐性涨价 共享充电宝开始割韭菜”

3月28日,共享充电宝再次集体涨价的话题登上热搜。手机充电是互联网时代下每个人的刚需,但共享充电宝的频频翻倍涨价也让消费者无力承受。专家直言:当下快充技术逐渐成熟,而共享充电宝商家的用户黏性正在不断下降,此时却还频频涨价,无疑是一种不明智的行为。”

半小时计费 涨价难察觉

在手机电量变红的焦虑下,一款可租用的共享充电宝可谓“江湖救急”。共享充电宝这门生意在如今手机不离身的普遍现状下,几乎成了“共享经济”中的独苗。

然而,共享充电宝近日又不约而同地悄悄涨价了,有消息称,商圈和医院等特殊场景每小时3-4元,酒吧夜店等每小时则高达10元。

北京商报记者调查发现,各大共享充电宝的确又开始了新一轮新的涨价潮。小电充电租金高达2.5元/半小时,消费者小刘在富力万丽酒店使用了2小时34分钟后,付费15元。记者在朝阳区双井某小吃店内租借的街电充电宝每小时4元,使用1小时6分钟后,付费8元;在王府井附近商家租用的怪兽充电宝,显示价格同样在2元/30分钟,28元/24小时,封顶金额99元。

对于共享充电宝涨价的原因,北京商报记者联系了怪兽充电宝等商家,但截至发稿暂未收到回应。

而充电宝的悄然涨价,似乎让消费者难以发现。消费者小王告诉北京商报记者:一开始共享充电宝的价格都是按小时标注,现在是按半小时标注,不细看还以为没涨价。”

“涨价一般会有一个延迟的过程,加之商家采用半小时计费方式,但多数消费者印象中是以小时计费的,所以会导致认知误差,难以第一时间察觉价格的变化,或者的确着急使用只能被迫接受价格。但用过几次后,看到当月账单,就会有所体会了,消费者自己携带充电宝的比例也会逐渐增加。”金融科技行业专家张颀表示。

北京商报记者在社交媒体相关话题下的评论中看到,多个网友评论:我还是自己带充电宝吧。”微博一条关于“你能接受的共享充电宝价格是多少”的调查显示,选择3元/小时以下的网友1.3万人,选择3-5元/小时的网友人数则骤降至

1027人,选择5元/小时以上的网友仅205人。

张颀指出:随着移动互联网的发展,商家套路往往是先烧钱补贴培养用户习惯,习惯养成后再涨价收割。但共享充电宝一下涨价4倍之多过于赤裸,也很难让消费者接受。”

多种原因致归还难

租借共享充电宝如若无法归还,将扣款99元左右,但归还之路似乎并不顺畅。消费者小伟告诉北京商报记者,近日在华熙LIVE一家餐厅租借街电共享充电宝后,归还时却发现充电宝柜全满无法归还。随后小伟在商圈多家餐厅寻找同品牌充电宝柜,但均已满,最终导致无法及时归还。

消费者小李同样遇到了上述情况:曾经有一次,为了还怪兽充电宝,我逛完万达金街,每一个都塞满了,根本没办法还,后面被迫花99元买了。”甚至有消费者表示:我遇到过取出充电宝后,里面会自动吐出一个补满,让你没地方还或多借一个小时。”我还遇到过借了充电宝,还的时候整个机器都收走了。”

针对上述情况,北京商报记者致电街电官方服务热线以及怪兽充电官方客服电话进行咨询,二者均表示遇到商家打烊、充电柜全满等现象无法归还时,建议消费者找附近商家进行归还或转天再次归还。对于产生的额外费用,街电人工客服表示需提供订单号,情况属实的话会酌情处理。但二者对于是否一定会退还差价的问题均未给出明确答复。

据统计,黑猫投诉平台关于“充电宝”相关投诉达36786条,其中“共享充电宝”的相关投诉案例共有6280条,涉及商家包括咪咕、怪兽充电、云充吧、小电科技、速绿充电宝、速电充电宝等多个品牌商户。投诉焦点多为归还后仍显示未归还、联系不上客服、因各种原因无法归还充电宝并由此引发持续计费、押金无法退还等问题。

刚需地位逐渐减弱

当下5G网络在持续建设中,第一批使用5G手机的朋友因手机在不断搜索5G信号,导致其手机耗电速度较快。手机支付、手机看剧、手机办

公……手机能够及时充电自然是人们的刚需之一,但随着共享充电宝价格的翻倍增长以及手机快充的逐渐普及,共享充电宝的刚需地位已经开始动摇。

今年3月,成立仅四年的怪兽充电计划赴美上市。根据其披露的文件,公司2020年的营业收入为28.09亿元(人民币,下同),同比增长38.9%;净利润为7540万元,同比下降54.86%。

“当下快充技术逐渐成熟,充电速度一再提高,手机电池续航能力也在逐渐增强,共享充电宝曾经的刚需地位在不断减弱,而其变现模式较为单一,一般是租金+广告的模式。共享充电宝商家的营收增加的同时,利润却在下滑,这也说明了用户黏性的下降,还需要持续烧钱才能维持高增长。而此时却还频频涨价,无疑是一种不明智的行为。”张颀直言。

“华为快充不需要充电宝。”一网友评论称。北京商报记者了解到,华为手机已开始支持快充模式,开启“超级省电”模式,完全放电的手机只要在这种充电模式下,1个小时左右便可充满。

独立经济学家王赤坤表示,正常情况下,市场由供需两端决定并互相影响,当供大于求,市场价格下降,当求大于供,市场价格上升。同时,市场价格影响着供需两端,目前看,充电续航是刚需,不太会因为价格的变动而减少需求,但市场价格上升,利润空间增加会吸引供给增加。而充电器或充电宝的供给都十分方便且价格低,不存在供给困难和门槛。共享充电的涨价会催生更多的市场供给,直至供需平衡,价格平衡。

王赤坤进一步指出:充电行业的红利可能会推动行业从技术和商业模式上再次创新,随着无线充电技术的成熟,类似于按流量包的充电方式将会出现,共享充电可能面临被淘汰。”

北京商报记者 赵述评 蔺雨薇



扫码观看视频

闭店前夕“冷静打折” 公主坟翠微待重启

相比其他传统百货闭店前夕的热闹抢购现场,位于公主坟的翠微百货翠微店(以下简称“公主坟翠微”)显得“冷静”了许多。3月28日,北京商报记者走访公主坟翠微A座看到,作为闭店改造前营业的最后一天,大部分商户基本保持正常营业,折扣力度中规中矩,客流相比往日基本持平。相反,位于商场负一层的超市因大力度折扣,出现一些货架售罄的现象。

据了解,公主坟翠微A座于3月28日晚开始闭店,4月起正式进行升级改造,期间B座正常营业,预计11月初正式重装亮相。

闭店前夕,公主坟翠微的折扣力度并不高,并没有出现大量消费者抢购的现象。北京商报记者走访时看到,相比此前赛特购物中心、长安商场和东安商场等老百货闭店改造前“2-5折”的活动力度,公主坟翠微的活动折扣力度要低很多。就化妆品区域来看,消费者可以享受10倍积分以及满500元赠80元电子券;二层女装大多为满100减20的活动;童装多为100减30活动等。其中一位童装销售员向记者表示,因为此次商场属于升级改造,计划于年底重新开业,所以商户的折扣力度只是与平时保持一致,并没有过度甩卖。同时,一位购买较多商品的消费者向记者表示:闭店前商品的价格也没有很高的折扣力度,仅仅是因为存在换季需求,所以才购买了不少衣服”。

七八折的力度并没有引来“热卖”的场景,仅在个别高力度折扣的品牌门店和超市业态出现排队现象。北京商报记者在A座一层的coach门店外看到,该品牌门口排起了长队,下午四点左右,大约有近20人排队。记者从coach店员处了解

到,目前店内的产品大多2折销售,不过并没有最新产品。出现排队现象的还有位于负一层的超市,记者在超市内看到,鲜肉、肉类产品大多一口价销售,导致结账款台挤满了消费者,多为中老年客群。

北京商报记者在下午四点左右看到,除了四层和五层部分商户早已关闭之外,剩余的商户依旧保持正常营业。不过可以看出,每个专柜都准备了许多纸箱,部分货架已经清空。同时,位于A座五层的客服中心已经搬至B座五层;A座负一层的翠微烟酒行、小罐茶、京华茶叶搬至B座一层西北侧,改造后的商户位置排列也已经出炉。

此前,翠微相关人士向北京商报记者透露,A座区域部分化妆品、男女装、鞋帽、家居、超市烟酒等旺销品类、品牌迁移至B座继续经营。同时,翠微店线上商城已正式运营。目前线上商城涵盖大牌美妆、珠宝首饰、国际名品、生活超市等14个品类,能够持续为消费者提供服务。

据翠微相关人士介绍,调改升级后,公主坟翠微将以时尚精品、社交场景、便捷购物三大主题空间打造时尚生活中心,将时尚、环保与科技智能体验以及消费场景深度融合,实现业态组合、品牌集合、环境体验、空间升级、硬件设施、运营管理六项转型升级。

北京商报不等式调查组



扫码观看视频