

美食 体验报告

# 大黄疯：硬件出色 性价比不高

## 本期主角： 大黄疯建外SOHO店

■初尝理由：继煎饼走红之后，黄太吉团队再接再厉，年中在建外SOHO又推出新品牌——大黄疯小火锅，对四川火锅这一传统美食进行全新再造。互联网思维下的四川火锅什么样？北京商报记者为您一探究竟。



## 菜品体验 盛器新颖 口味中规中矩 体验指数：★★★

大黄疯自称“京城最正四川原生火锅”，火锅食材均为成都原产，由专业的本地团队在成都寻找极致食材，就地加工并空运到京。北京商报记者实际品尝后发现，所谓“极致食材”、“独家秘方”打造的最正火锅，不过就是普通火锅的味道，口味中规中矩，谈不上有多出众。

这里的涮品可选品种不多，荤菜17种、特色菜8种、素菜15种；锅底只有香辣红油和高汤清锅两种；小料可选香油、麻酱或干碟。荤菜价位普遍在二三十元，素菜则在10元左右。店家免费提供的花生米和四川泡菜味道不错，不够还可以再加。

据服务员介绍，所有菜品只能点整份，不能点半份双拼。光是锅底和小料，辣锅就要26元，清锅也要24元，再随便点上两荤两素和饮料主食，人均消费就在百元左右。与同为吧台式小火锅的呷哺呷哺相比，价位显然高出不少。北京商报记者点了鲜毛肚、撒尿牛丸、水漂牛肉、重庆苕粉、藕片等菜品，除了水漂牛肉口感滑嫩感觉不错外，其他菜品也就一般水准。倒是

是盛菜所用的长方形容器整齐划一，每人桌上的双层搁架刚好可放6盘，既节省空间又方便取用，可谓别具匠心。

## 环境体验 风格前卫 空间利用率高 体验指数：★★★★

像它的名字一样，大黄疯的装修风格颇为时尚前卫。一层玄关处的巨幅手绘壁画非常抢眼，经常引得顾客拍照留念。拾阶而上，二层是就餐区。整个餐厅以原木色和黑色为主色调，配上统一风格的壁画，黄色灯光从屋顶射下来，照在食物上，增添一分诱惑。

店内有四个类似呷哺呷哺的吧台式就餐台，每个餐台大概有16个餐位，靠窗还有少量普通餐桌，大概能容纳80人同时就餐。空间不足是吧台式火锅的普遍缺点，但大黄疯在这方面确实动了脑筋——每人桌上放置的双层搁架免去了顾客可能错夹别人菜的尴尬；就连高脚椅下面的空间都被三面加了拦网，方便消费者放置随身携带的包包、衣物等。

不过，木质靠背的高脚椅舒适度着实一般。而且，对于很多坐在高脚椅上习惯把腿往后伸的人们来说，一不小心就会踢

到自己放在椅子下方的物品。

## 服务体验 关注细节 执行并不到位 体验指数：★★★★

作为擅长互联网传播的黄太吉旗下品牌，大黄疯也十分重视顾客在服务细节上的体验。如长发女生到店，服务员会主动送上皮筋，方便她们用餐时束住头发。皮筋的质量不错，小摊上大概要卖到5元。店家还为每位顾客准备了一次性围兜，避免吃火锅时汤汁四溅弄脏衣服。每人的餐盘中都放了宣传单页，清晰地写着各种菜品的最佳涮煮时间等。

北京商报记者注意到，有些服务员还带着可呼吸式的透明口罩，应该是为客人弄火锅、上菜时防止因说话而口水溅到锅里或食物上。不过在实际操作中，不少服务员并没有戴上口罩，就站在锅边口无遮拦地介绍菜品或是和旁边的服务员说笑，员工素质仍有待提高。

在大约2小时的就餐过程中，服务员主动加过两次汤，因为燃气用光了，还换过一次炉子，服务态度尚可。然而，作为一家正式营业的餐饮店，餐后不能在本店开发票，而要麻烦服务员跑到旁边的黄太吉

公司开票，还是令人感到诧异。由此可见，虽然打着独立品牌，大黄疯与黄太吉根本还是一家。

北京商报记者 徐慧/文并摄

## 食客声音

@noeru\_labu: 托盘餐纸上贴心地标着每种食物需要涮的时长，味道可以但似乎缺少点儿滋味，性价比不算高。

@吃了个肚歪: 好的是服务比较贴心，吃火锅时服务员看我是长发发了一个很漂亮的发圈，太实用了！另外非常喜欢这里的吧台椅，椅面又宽又大，久坐也不会腿麻。不好的地方是火锅加热用的是明火，温度自始至终是一样的，没有炉盖也不能自己掌控火大小。

@小可爱vivi: 店面不是很大，环境还可以，一看座位的设计就知道是针对写字楼白领的快节奏。

# 宴请，就到全聚德！

全聚德烤鸭店，创立于1864年，

传承宫廷挂炉烤鸭，享誉海内外。

新中国成立以来，

全聚德已接待200多个国家和地区的元首与政要。

现在，全聚德96家店遍布全国，

成为家庭宴请、朋友宴请、商务宴请的首选之地。

中国全聚德集团  
QUANJUDE GROUP

www.quanjude.com.cn

股票代码：002186

全国统一客服热线：400-700-1864



官方网站



官方微博



官方微信