

“墨茉点心局”们走下风口?

否认加盟 开启员工合伙制

红极一时的墨茉点心局进入“冷静”期。近日,关于墨茉点心局关店风波,北京商报记者采访到王瑜霄,她表示,品牌目前正在调整中,尚未确定具体动作,但将会是积极向好的调整方向。同时,王瑜霄补充道,墨茉点心局整体经营状况已经恢复到2021年水平。

2月19日,北京商报记者来到北京富力广场看到,此前墨茉点心局的门店已不见踪影,取而代之的是Peet's Coffee皮爷咖啡。商场工作人员表示,墨茉点心局已经撤店。与此同时,原墨茉点心局崇文门店也已经撤店,据商场工作人员表示,原墨茉点心局崇文门店已经关闭,现在改为了一家名为喜兰朵的烘焙门店。

对于墨茉点心局接下来的规划,王瑜霄透露称,接下来的重心将放在建设工厂和墨茉学院,针对品牌进行人才培养,夯实运营,坚持长期主义。而对于开放加盟一事,其也进行了否认。“墨茉点心局没有做到非常优秀的状态不会开放加盟和联营,不过目前正在计划员工合伙制。”王瑜霄表示。

墨茉点心局小程序显示,该品牌布局了北京、长沙、杭州等城市,其中北京目前共有7家门店正在营业。据了解,墨茉点心局由长沙起家,定位国风新中式点心,主打麻薯、泡芙、芝士脆等产品。天眼查显示,该品牌目前共获得5轮公开融资,其中最后一次停留在2021年9月。

放慢节奏 夯实基础

“每三家茶颜悦色,就有一家墨茉点心局”,业内流传着一句王瑜霄立下的“flag”,正如茶颜悦色进入许多城市都自带流量一般,



墨茉点心局过往也是开店即“排队潮”。例如北京首店开业,现场排队高峰长达7.5小时。然而,如今包括墨茉点心局在内的那一批新中式烘焙品牌似乎开始冷静下来调整思路。

其实,墨茉点心局的调整早已有迹可循。2022年初就有消息称墨茉点心局进行了一轮组织架构调整,公司要从过去以打造品牌为中心转型为以运营为中心,因此裁撤了比例高达40%的品牌员工,财务、人事部门也出现了人员变动。而据《证券日报》报道,王瑜霄否认了这一消息,并表示公司只是正常的部门调整,还在大量招聘中。

除了墨茉点心局之外,无论是品牌热度

还是入场打法和墨茉点心局极为相似的虎头局,从去年底也开始调整布局。去年11月,虎头局被曝出关闭了北京等地区门店,还开放了加盟。北京商报记者从相关文件中看到,在加盟商的选择上,经商经验、资金、资源、铺位等都成为考量条件。

在资深连锁产业专家王志宏看来,包括墨茉点心局在内的网红烘焙品牌一直备受资本青睐,不过由于烘焙行业的特点,资本方并不会长期投入资金来“烧钱”。以部分烘焙品牌关闭门店为例,若短期调整依旧不能改变门店盈利状况,便会选择关闭门店。墨茉点心局等品牌前期发展较快,如今的境遇与行业

同质化较高和部分产品复购率低存在一定关联,但根本还是经营方面有待提升。

王志宏指出,目前看来,墨茉点心局调整门店、筹备员工合伙制和人才培养等举措,都是希望将品牌的基础夯实,为品牌长期发展做打算。同时,系列举措有利于调动员工积极性和业绩提升,关键便是在于如何设计合伙人机制。

创新迭代成敲门砖

随着烘焙市场不断洗牌,行业对于品牌的生存能力也愈发严格,近年来包括克莉丝

汀、牛角村、虎头局在内的品牌先后传出亏损、闭店、经营不顺等消息。与此同时,一手店、五芳斋等品牌跨界现制烘焙,也使得赛道竞争加剧。如今,烘焙行业也在加速恢复元气,新的机遇似乎也在酝酿新挑战,对于“墨茉点心局”们而言,仅含着金钥匙远远不够。

王志宏表示,烘焙赛道并非有了资本的参与才火热,而是因为市场本身发展迅速才热起来。资本对于烘焙赛道的关注是持续的,并不会因为部分企业出现的短期经营问题而影响赛道的发展趋势。不过,资本端也在持续关注品牌如何讲好故事以及是否有新故事。

的确,对于烘焙品牌而言,同质化严重的当下,只有不断推陈出新才能跟上步伐。王志宏表示,墨茉点心局此前扩张较快,如今关闭部分门店能使品牌更加聚焦提升自身品牌和运营管理能力。未来,墨茉点心局还需更加谨慎和理性地扩张,思考如何借助资本方来夯实自身基础,从而长久发展。此外,不仅是墨茉点心局,烘焙品牌们都应不断加强产品迭代、运营能力和供应链,以此支持前端门店的扩展。

中国食品产业分析师朱丹蓬表示,随着行业发展和技术升级,新中式烘焙产品在原料、制作、运输等环节的效率随之提升,从而提高了产品的毛利率,引来了资本相继投资。不过,由于烘焙产品品类丰富且大多保质期较短,供应链与运输对许多区域性品牌来说成本较高,难以承担。因此,对于想要占领更多市场份额的品牌而言,通过供应链建设来提升产品力至关重要。同时,烘焙行业竞争激烈,迭代迅速,只有不断提升创新能力、团队管理与优化门店模型,才能维持品牌活力。

北京商报记者 张天元



2023北京商业品牌大会

暨2022年度(第十八届)北京十大商业品牌揭晓

新需求 新动能 新活力

2023年2月21日
北京国际饭店会议中心

特别支持机构 中国商业联合会 中国经济传媒协会
指导机构 北京市商务局
主办机构 北京日报报业集团 北京市商业联合会
承办机构 北京商报社