

两年“冒”出60多“小胖子”，现在直营店仅剩两家

快餐店连锁经营陷短命怪圈

文/片 本报记者 苑菲菲 孙晓东

核心提示

小胖子快餐信息城店近期关门，新尚快餐多家早餐车和加盟店关闭，青岛大包店如今已不多见……不少市民发现，许多早年还经常光顾的快餐店如今已快记不起什么味道了。

兴起—加盟—扩张—收缩，本土快餐连锁店的发展似乎进入了一个怪圈。到底是什么阻碍了这些连锁店扩张的脚步？记者对此展开了调查。

记者调查

不少“小胖子”关了门 “大包店”也不好找了

近日，市民小刘去信息城修电脑后，打算去附近的小胖子快餐店吃饭，谁想到这家店却关门了。记者从小胖子快餐官网了解到，该连锁店自1998年开店后，在两年时间开设近20家直营店，而加盟店也一度超过40家。然而时至今日，小胖子快餐连锁店的直营店只剩下了2家，岛城地区的加盟店也关了好几家。

“原来在台东金麦园，小胖子并排挨着快餐店，附近还有新尚快餐，现在这些店所在的铺面早改造好几次了。”住在西仲一路附近的孙女士感慨地说，原来逛街时经常能见到青岛大包店的影子，但是现如今想吃正宗的青岛大包却不知道去哪。记者采访了解到，不少原本红红火火的快餐连锁店，都在盛极之后衰落，或像“掉渣渣”烧饼一般彻底消失。

17日中午，正值用餐高峰期，记者在香港中路、南京路、人民路等多处快餐连锁店聚集区发现，很多不知名快餐店内用餐的顾客甚至比连锁快餐店更多。白领小林表示，去一些本土快餐连锁店用餐和在其他小店用餐是没有区别的。而她的想法也代表了不少市民的观点，店与店之间菜品和味道都不统一、无特色，让人很难将其和“品牌连锁”联系起来。



快餐连锁经营遇发展瓶颈。

门槛太低，扩张过快

有些“盟主”只知收加盟费

某快餐连锁店加盟者透露，目前不少本土快餐连锁店，都要求加盟店铺面积超过100平方米。他给记者算了笔账，5年的时间，一个100平米店铺的年租金由十多万涨到30万，一些繁华地段甚至达到50万，高成本压得不少加盟店纷纷关门。

记者从青岛市饭店和烹饪协会了解到，中国餐饮企业的平均寿命为16个半

月。虽然经历一番探索后，大娘水饺、真功夫等一批鲜明的本土品牌企业纷纷涌现，但目前制约快餐连锁行业发展的深层次问题始终没有解决，多数企业仍旧处于利润低、发展难的瓶颈。“快餐这行门槛太低了，不需要什么技术手段，也没有规范的操作流程，一间小门头店面就开起来了。”市饭店和烹饪协会秘书长杨岩表示，行业的鱼龙混杂制约了整个快

餐行业的健康发展。部分店主看到店铺经营红火后就开始搞加盟，在短时间内疯狂扩张。不去考虑如何去管理加盟店，怎么保证加盟店的品质，加盟在一定程度上成了他们圈钱的手段。

“不少店主不注意品牌保护和发展，或者根本没有考虑过，只是一味收取加盟费，最后把刚起来的牌子做坏了，就像掉‘渣渣烧’饼一样。”业内人士如是说。

地域存在差异，没有特色

快餐连锁店面临标准化挑战

杨岩认为，本土快餐店出现连市都没走出去就衰亡的原因，除了和店主自己的经营目标有关外，快餐店的扩张还面临地域差异的挑战。“有些餐品地域性太强，像在青岛很有名的排骨米饭，在不少地方都不被接受。”他指出，因做到完全标准化经营需要投入的成本太高，很多本土

快餐店很难达到像西式快餐那样标准化操作、工厂化配送、规模化经营和科学化管理。

“水饺、牛肉粉这类操作简单的食材做到标准化相对容易，但中餐要标准实在是太难了。”好一家牛肉粉的吕经理说，牛肉粉这个桂林小吃让岛城市民普

遍接受花了很长一段时间，而从青岛到济南，又花了3年时间，现在也处于扩张难的阶段。他认为，餐饮企业要发展除了保证品质外，还离不开文化的注入。而快餐企业更是如此，肯德基、麦当劳都有百年历史，而要把品牌文化基础做得更加深厚，本土快餐还有很长一段路要走。