

■ 甜品市场变局(下)

不仅中式糕点店变得高大上,济南的甜品店也越来越火。这些甜品店与糕点店有所不同,主要卖饮品、冰激凌和水果蜜豆类的产品,单品售价20元至50元不等,两三好友吃一次就得花费一二百元,但人气很火。经济专家表示,年轻人讲究消费的环境情调,也乐意为此花更多钱,出现了轻奢化的消费倾向。甜品市场的升级也得益于适应引导年轻人的消费需求。

文/片 本报记者 王皇
实习生 王佳佳 徐春丽

甜品走起高端路线
吃一次花一两百元

“周末带孩子去商场玩,随便进到一个甜品店,里面都人满满的。一家三口要了三杯喝的,居然花了120多元,现在的奶茶、甜品都这么贵了!”近日,市民马先生带着孩子到世茂广场玩时,发现饮品的价钱已经不像几年前自己上大学时4元左右一杯了,十多年间,有的甜品或饮品的价格已经上涨十来倍了。

“不过,东西确实也不一样,现在的奶茶加入了很多水果,芒果、西瓜、椰子汁等等,也比以前好喝得多。”虽然多花了不少钱,也吐槽价格偏贵,但马先生仍认为,钱花得物有所值,下一次来可能还会买。“毕竟收入也不一样了,当年还是穷学生,现在一个月怎么也有七八千元收入,偶尔喝点好的也挺好,但肯定不会每天都来喝。”

在济南的各大综合体,都能找到马先生所说的价位的甜品店。这些甜品店不再是街边几个平米、只能做好外带的奶茶店,而看上去更像是餐馆。甜品也不再只是纸杯或塑料杯盛的饮品,还有用碗、碟盛的冰激凌球、冰沙、椰奶、蜜豆、水果的混合搭配,很多也搭配糕点销售。

类似的甜品店几乎每个大商场至少有1家,多的有五六家。恒隆广场有一茶一坐、哈根达斯、爱西西里、许留山、满记甜品、找茶等;世茂广场也有找茶,还有韩爽雪冰、夏冬抹茶等;万达高新店有吃获、仙芋传奇等;和谐广场有仙芋世家、猪王、枫多士等;美莲广场有仙芋世家。这些甜品店不少还是连锁店,已经有了不小的品牌效应。

店面上百平周末得等座
顾客追求环境和品牌

3日下午5点半左右,记者在世茂广场一家甜品店看到,店内非常开阔,与商场其他饭店的面积不相上下。店里已经有不少顾客,大多是两名年轻人相对坐在桌前,一人一杯饮品再加点甜品。

“店面有150平米,周末节假日人比较多,工作日午饭后到晚上也有不少人。周末一般需要等位,店里坐不下的时候可以坐店外的一排椅子,有6到8个座位。”店长宋先生说,店内的甜品主打雪冰,价位在15元到66元不等。“顾客偏爱的甜品价位在48元至52元之间,来店里消费的主要是年轻人、学生。”

该商场的另一家甜品店面积有80平米,能容纳五六六十人品尝甜品,休闲聊天。店员胡先生介绍,店内人均消费四五十元,甜品价位在14元到40元之间。“周末人较多,有等位的情况。”胡先生说,来店内消费的



3日虽是工作日,世茂广场一家甜品店内顾客不少,售价四五十元的甜品较受欢迎。

甜品店轻奢化 年轻人也愿意掏钱 以个性消费和时尚环境吸引人,开店投资动辄一两百万



世茂广场一家甜品店内,搭配了芒果、西瓜、沙冰的甜品种类丰富。

■ 专家说

年轻人消费习惯改变甜品市场 买小东西也愿意为服务付费

山东鲁菜研发推广中心培训孵化部部长张文捷说,餐饮市场中已经有越来越多年轻人的消费身影。“不像老一辈讲究排场,爱喝酒吃大菜。年轻人也有讲究,对新奇口味很热衷,对品质的要求也高。”而甜点饮品本身又非常吸引年轻人,而且更容易实现标准化生产,一旦标准化后,品质更有保证,人力成本也会降低。

“甜品市场其实是餐饮行业内的一个细分市场,本来只是一个冰激凌或者奶茶就结束的市场,现在已经做得很专业,更精致,背后其实是年轻人的口味需要。”济南市社科院经济研究所所长王征说,不少年纪比较大的人有糖尿病等不适合吃很甜的东西,所以甜品市场对他们的吸引力比较小,但是年轻人特别是女孩喜欢吃甜,新的市场应运而生。

“女孩出去逛街或者吃饭,一般不喝酒,喜欢饮料甜品。有这样一个在大商场里档次比较高的地方坐下来,边聊边吃,也是逛街的一大乐事。”王征说,最重要的是,不少年轻人的收入已经增加,而且适度超前的消费习惯也逐渐形成。

“舍得花钱,而且甜品虽然单价很贵,但总体来说也吃不太多,吃不到上千,顶多一两百,这个价钱大部分年轻人还是能负担得起。”王征认为,80后、90后、00后也非常注重口味、个性和体面,在小东西上也非常讲究,而且也愿意付费,这和老一辈讲究节省追求实惠的消费习惯已经不一样了。“这样年轻化的消费反映到市场上还有很多,甜品市场只是其中反应比较快的市场之一。” 本报记者 王皇

多是二三十岁的年轻人,不少是大学生情侣。三四十元的蛋糕、20元左右的冰激凌和三四十元的饮料卖得很好。“顾客一般会先点冰激凌尝尝,很多都觉得好吃,再点另一种尝尝,花费也就上去了。”

几天前,记者在恒隆广场一家甜品店看到,能坐下二十多人的店门前有排队等位的人。店内的甜品售价在13元至60元不等。一位女士说自己每个月会来两次,吸引她来的,主要是店内的舒适环境和甜品味道。“种类很多,每次和家人或朋友来,点一两种尝尝,边吃边聊。”这位女士说,店内甜品价钱确实贵,但口感好,而且到了中年之后,更想吃到品质好的东西。“点一份甜品通常会坐半个小时以上。”店里正在吃一大杯冰激凌的一名90后学生说,自己一个月会来两三次,不算太经常,价格也还能接受。

仙芋世家美联广场店店长说,甜品店越来越多,部分客人追求精致和品质,除了对口感要求高之外,还对甜品的造型、外观要求很高。另外,也对就餐环境比较挑剔,要有个性还要舒适时尚。

这名店长说,仙芋世家并不是主打高端产品的甜品店,所以不少甜品售价在同行业中较低,但今年市场在不断升级变化。“去年推出了一批高端甜品,但是市场反响不好,今年夏天又推出的高端甜品,截至目前得到不错的市场反馈。这能看出市场需求有变化,不过我们低中高端的产品都会有,满足不同客人的需要。”

投资门槛挺高 有的店需投近200万

一碗或一杯甜品卖出三四十元甚至五六十元的价钱,到底好在哪儿?“这样的甜品店已经是标准化生产,对产品的质量、品相把控都很严格,和街边

的奶茶店完全不一样。”一位业内人士说,同样是甜品店,产品也有中高端的差别,一些高端的甜品制作起来比较复杂,需要更长时间。如果想适应点餐需要,一些耗时长的甜品需要提前一天准备材料,通过统一配送送到店里。

“像满记甜品有自己的后厨,可以提前做准备。但一些售价较低的甜品店经营面积有限,厨房是开放式的,甜品也只能当天现煮,技术上达不到高端甜品的水平。”该人士说,高端甜品是有门槛的,现在越来越多的人愿意为高端甜品买单,不但品相上看起来,口感上能吃出不一样的味道来。

此外,这些甜品店多数已是知名品牌店,本身品牌效应能吸引消费者购买,而品牌本身就有不少增值。“满记甜品我去香港和深圳的时候就吃过,后来在恒隆开张的时候,也去尝了。一些南方的同学和朋友来济南玩时,也习惯去满记甜品坐一坐,或者去找茶买杯喝的,虽然不便宜,但消费档次与他们在当地相匹配,也算是待客之道。”市民陈女士说。

记者了解到,作为已经有品牌形象的甜品店,在加盟时会对经营店铺面积和经营场所有所要求,有的要求面积在50平米以上,有的甚至要求面积120平米以上。此外,有的品牌加盟需要先支付50万元保证金,品牌使用也不是买断,而是按年限购买。“3年品牌使用费25万元,一平米的装修费用要800至1200元,120平米以上的店没有150万元运作不下来。”一位代理推荐商称,虽然投资不少,但基本两年能回笼资金,所以还是有很多人想做。“现在的甜品市场是开十家火八家。”该推荐商说,

“一些非常有名的甜品店,已经只做直营,不允许加盟了,要加盟得一次性付500万元,做区域代理,这个投入确实很大。”