

从地摊老板建群看“狗不理”退市

观点
提要

对于那些老字号餐饮企业来说,其实真应该向那些地摊老板学学,无论是建微信群,还是运营自媒体号,都是努力赚取口碑效应,实现变现。他们甚至连招牌都没有,运营思路却超过了很多固步自封的老字号餐饮企业。如今,随着“狗不理”的退市,希望那些抱着老字号混日子的餐饮企业,能够引以为戒,将自己的视线下移,回归群众,而不是继续端着架子“等死”。

继洋说事

王继洋

前段时间去吃地摊,老板送了只烤乳鸽,然后要求加入一个微信群。加入这个群就相当于成为了会员,不仅可以享受优惠的价格,还可以通过微信点餐。这段时间观察这个群里的动态,发现老板时不时发个红包,在群里宣传下每日的特价菜什么的,每天群里都会有人预约,生意经营得相当不错。

观察这个地摊老板的运营思路,很容易就让人想起前段时间退市的“狗不理”——162岁的老字号“狗不理”,变成了“人不理”。而同为百年老字号的“全聚德”今年一季度亏损8850万元。越来越多的传统老字号餐企,正在被时代抛弃,为什么有着百年金字招牌,曾经红遍大江南北,如今却为人诟病,人气渐衰,到底是什么让百年老店走下神坛?

疫情“黑天鹅”来袭,给很多餐企带来不小的影响,但让人始料不及的是,餐饮老字号成了最先“熬不住”的一批。最近几年,随着差评不断,“狗不理”接连关闭了11家店,在天津和北京的门

店积累了上千条差评和吐槽,被贴上了“世界上最黑最贵包子”的标签。顾客都说:“不吃遗憾一生,吃了后悔终生。”

其实无论是“狗不理”,还是“全聚德”,原本都是很亲民的本土餐饮品牌,发源于市井。遗憾的是,随着时代的发展,不少老字号为了展现自己的品牌价值,开始了对自己的无限拔高:端着架子高高在上,服务意识淡漠;口味没有改变的情况下,价格却高高在上,脱离了群众;曾有的工匠精神 and 危机意识荡然无存,剩下的只有铜臭味……

“狗不理”董事长张彦森曾经公开表示:“一定打破一个思想,就是老字号就得便宜,老字号为了做久,一定要有一定的利润空间,在保持质量的情况下,就要有一个合理的价钱。”这样的言论,一度引发广泛争议。而最终,消费者用脚投票,证明了35元一个的“狗不理”包子,价钱有多么不合理。

“狗不理”也好,“全聚德”也罢,不少老字号都把那块牌子当成自己的文化,可餐饮业真正的文化,并不是那块慢慢跌落神坛的牌子。时代变了,但是有些东西是不变的。你做餐饮的,还是要回归本质的东西,味道、价格等东西,而不是拿着老祖宗留下

的东西去圈钱。当然,无论是“狗不理”,还是“全聚德”,也不是不能走高端,但走高端就要走出高端的样子,而不是拿着低端的东西,靠牌子卖高价。

从群众中来,就要立足于群众、回归群众,并且随着群众的口味创新。遗憾的是,有些老字号跟“狗不理”一样,服务质量一般,味道没宣传得那么好,还比别家贵,这样的经营思路往好了说,是把招牌变现,往差了说已经接近诈骗了。

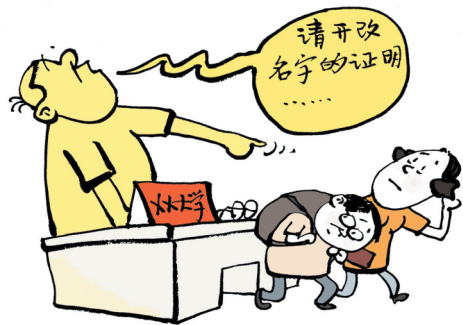
传统饮食要做下去起码要保持大众饮食这个理念。在这样的理念下,做好餐饮是主,品牌效应为辅,两者相互促进。遗憾的是,一些老字号味道、服务、价格都已经脱离了大众,只剩下品牌,那就没得玩了,你不再见谁再见?

对于那些老字号餐饮企业来说,其实真应该向那些地摊老板学学,无论是建微信群,还是运营自媒体号,都是努力赚取口碑效应,实现变现。他们甚至连招牌都没有,运营思路却超过了很多固步自封的老字号餐饮企业。如今,随着“狗不理”的退市,希望那些抱着老字号混日子的餐饮企业,能够引以为戒,将自己的视线下移,回归群众,而不是继续端着架子“等死”。

大众报业集团十大名牌专栏 诗评画议

只因曾经改过名,户籍盖章有效力。
无奈学校不认账,奇葩证明当休矣。

绘画 王怀申 配诗 王继洋



5月29日下午,一名女士赶到浙江省苍南县政务服务中心。她的孩子小章在湖南某高校就读,因小章改过名字,学校要求公安机关出具小章改过名字的证明。窗口民警拿过小章的户口簿,发现上面的“姓名”与“曾用名”一栏,均已清楚注明并加盖派出所公章,具有法律效力。而学校给的表格里却有公安机关审核一栏,并要求加盖公安机关公章。民警愤然出具了一份《温馨提醒》,希望该校不要再要求出具奇葩证明,让群众跑冤枉路了。 据6月1日中新网

邮箱: czmg668@126.com 来稿请注明联系方式,稿件一经采用,稿酬从优。

共同战“疫”

【公共交通工具篇】

戴口罩 防传染
打喷嚏 遮口鼻
乘客间 讲距离
下车后 手要洗

特别提示:

积极配合工作人员做好疫情防控,如有发热、乏力、干咳等症状,请不要乘坐公共交通工具。

中宣部宣教局、国家卫生健康委宣传司 指导
中国健康教育中心 制作

共同战“疫”

【电梯篇】

能步行 少乘梯
戴口罩 要牢记
碰按键 手要洗

中宣部宣教局、国家卫生健康委宣传司 指导
中国健康教育中心 制作