

酒吧渐冷,万人评说,谁还常去

《2016长沙酒吧娱乐行业发展报告》发布 酒吧圈层渐明朗,长沙人最爱清吧

曾不愁没客上门的酒吧行业正在经历一场寒冬,互联网解构传统娱乐行业正在诱发转型阵痛。

12月20日,《2016长沙酒吧娱乐行业发展报告》发布,通过逾万份调查问卷,扫描长沙酒吧圈。同日,记者注意到,在3个多月前“谢幕解放西”的乐巢酒吧原址,重新装修已基本完成;而就在本月初,一家名叫S2的大型酒吧在临近解放西的坡子街开业。

一些变化正在长沙酒吧、KTV娱乐行业发生。

■记者 朱蓉

乐巢归来 解放西路,新酒吧不断入场

12月20日,记者在长沙解放西路原乐巢酒吧处看到,水泥墙外装已基本完成,两名工人正往店内搬着各种设备。3个多月前,这里曾是在解放西路拥有举足轻重地位的乐巢酒吧。

乐巢酒吧创始人张志军对三湘都市报透露,目前,对乐巢原址的重新装修已基本完成,新开的店名为小乐酒吧,“这几天就计划开始内测,正式营业时间为明年1月。”新店主要针对85后消费人群,从过去的嗨吧转型为情调、小资类型的酒吧。

而在距湘江剧院不远处,一家名为S2的酒吧于十余天前开业,成为目前解放西路“最年轻”的成员。湘诺集团董事长、该店负责人郑鑫说,酒吧自开

业以来将表演、演艺与聚会、派对概念结合经营,受到年轻消费者的欢迎。

如今的解放西路上,不见霓虹灯妖娆地闪烁。不过,透过厚重的脚手架仍可看到,小商业体VDVC的玻璃幕墙已雏形初现,玛格丽特酒吧的重装也已接近尾声。

VDVC曾宣称将引入一家韩国娱乐品牌,该项目已基本落地——事实上,重新租下苏荷酒吧部分物业的仍是一家酒吧,经营面积超过1000平方米,将于20天内开业。据该酒吧投资运营方之一魔法文化品牌总监郭新睿介绍,酒吧将会主打大众消费,“一个人来泡吧,50元也能玩一晚。”



12月20日,长沙市解放西路,原乐巢酒吧正在装修中。

记者 唐俊 摄

谁在酒吧

本科学历最爱泡吧 清吧成长沙人最爱

《2016长沙酒吧娱乐行业发展报告》由长沙市文化广电新闻出版局、长沙市文化娱乐演艺行业协会、长沙市酒吧KTV娱乐行业协会合作撰写。课题组针对长沙酒吧行业发展情况在各酒吧共发放调查问卷11000份,收回有效问卷10180份,问卷设置了包括消费者结构、消费行为、消费动机、消费满意度等内容,对长沙市酒吧业消费者进行了扫描。

(1)美女经济大有可为

在此次接受调查的1万多名消费者中,男性占比为63%,女性占比37%。如何吸引女性消费者将成为进一步拓展市场的一大课题。酒吧消费人群主要集中在18-30岁,占到总数的67%左右;31-40岁的消费者占21%;40岁及以上则为12%,年轻人仍是酒吧最主要的消费群体。

(2)本科学历最爱泡吧

酒吧消费者中,高中学历占23%,专科学历占26%,本科学历占38%,研究生及以上学历占6%,初中及以下学历则占7%。课题组认为,酒吧作为一种比较时尚的休闲方式,正在被高学历群体所接受,他们对新鲜事物接受度较高,追求时尚新潮事物和自由舒适的生活方式。

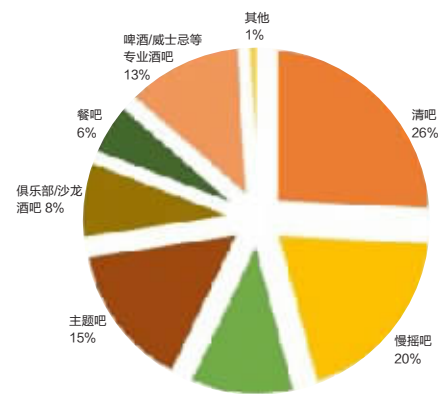
(3)清吧、慢摇吧最受欢迎

酒吧消费者的喜好呈现多样化趋势。26%的酒吧消费者表示喜欢安静优雅的清吧,20%的消费者表示喜欢劲爆、热闹的慢摇吧,26%的人对主题吧和演艺吧感兴趣。

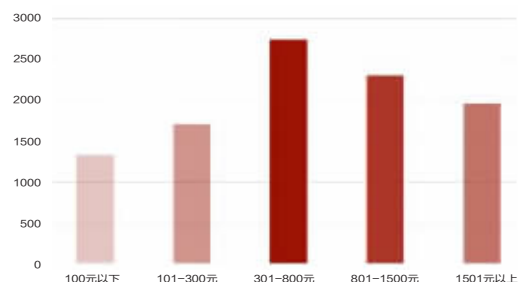
(4)平民化消费趋势凸显

酒吧消费正从高消费逐步走向平民化。调查数据显示,单次酒吧消费额在300至800元的人群最多,消费额在300元以下的消费者也占有较大比重。

长沙酒吧消费者调查



喜好类型分布图



消费金额分布图

更新换代 长沙酒吧纷纷转型

有人闭店,有人新开,长沙这个以娱乐行业闻名全国的城市似乎从不缺少酒吧的人局者。不过,经济寒冬袭来,消费者喜好在改变,从新开酒吧纷纷谋求转型不难看出,过去清一色的慢摇吧、演艺吧的经营状态将被改变。

19日晚,记者从人民西路方向进入化龙池,第一家看到的酒吧是户外运动爱好者经营的喜马拉雅酒吧。该店因常有长沙民谣手献艺,经常座无虚席。毗邻的TT酒吧,是化龙池的第一家酒吧,店主是选秀歌手郭彪。

业内人士介绍,化龙池的酒吧已经过几轮“洗牌”、易主,仅K2酒吧、弦歌酒吧等坚持下

来。在距离化龙池相隔不远的太平街,也曾遍布各色小酒馆,但如今仅剩寥寥几家,唯一一家颇具规模的朋友三四酒吧正闭门装修。不少业内人士对记者感慨,太平街酒吧已死,已经完全转型为小吃一条街了。

此外,贺龙体育场酒吧街区也开始形成由105和106聚集而成的娱乐街区,这其中,105单一麦芽威士忌俱乐部专注于鸡尾酒和单一麦芽威士忌,今年上半年才开业的106啤酒馆则以来自全球的优质生啤做卖点,吸引年轻消费群体。同时,可可清吧滨江新店选在较为偏僻的湘江南路,比较符合它“清吧”的气质。

酒吧很赚 部分酒吧经营成本占营收八成

2001年,金色年华曾创下的营业1年零3个月便收回1600万投资成本的纪录,在现在看来几乎是神话。

《报告》中提到,虽然酒吧行业的绝对收入在增加,但利润空间却在逐年压缩,人工成本与租金成本常年居高不下,竞争带来的压力也导致了设备的更新频率不断提高。

对此,长沙市酒吧KTV娱乐行业协会会长富刚就说,酒吧的经营成本从过去占总收入的五成左右普遍有所增加,个别酒吧的经营成本甚至超过了营收的八成,在占到酒吧收入

绝对份额的酒水价格变化不大的情况下,酒吧的采购、设备维护、酒水物资以及物业租金却在连年上涨,“酒吧行业人工成本维持在成本的30%为最佳状态,但目前不少酒吧已高达40%至45%”。

对于为何关闭经营时间长达7年的乐巢酒吧,张志军直言,乐巢过去的经营模式运营成本较高,在投资回报率达不到要求的情况下,闭店是一个必然的选择。他还透露,除长沙解放西路店被关闭之外,公司还关闭了位于深圳罗湖的乐巢酒吧。

未来何在 或可考虑开发文创周边

小资、聚会、大众消费……从解放西路附近频频开业的数家酒吧的“英雄所见略同”不难看出,酒吧业的转型已经开始。而一位在酒吧行业“混迹”了十余年的圈内人笑言,过去动辄带着几百块的时代已经过去。

激烈的竞争中,如何创新求生,成为长沙的酒吧从业者们不得不思考的问题。

在长沙市文化广电新闻出版局党委书记、局长杨长江看来,以酒吧、歌厅为代表的长沙娱乐行业每年接待人次突破千万,是长沙的一张名片。所谓的转型升级,不是简单的设施、设备的更新,而是意识创新、模式创新、内容

建设创新,应鼓励连锁经营。

张志军则表示,酒吧客户、圈层的细分将日趋明朗化,不同年龄层的顾客将开始选择不同经营形式的酒吧,而这也导致酒吧的细分。S'MUSE湖南区域总经理张超透露,该店正在针对95后进行一些转型创新,包括设计受到年轻人喜爱的派对场等表现形式。

目前,文创概念悄然走红。课题组就建议,在日常的经营中,酒吧要及时更新娱乐项目,并尝试开发既符合年轻人审美特点又与酒吧文化贴合的文化创意产品,如:酒杯、公仔、文身贴纸、小饰品等,跟上年轻群体的变化趋势甚至成为时尚的引导者。