

“里”字号音乐酒馆开遍星城 年轻消费者跟风热捧 “音乐+酒吧+餐饮”加出混搭潮

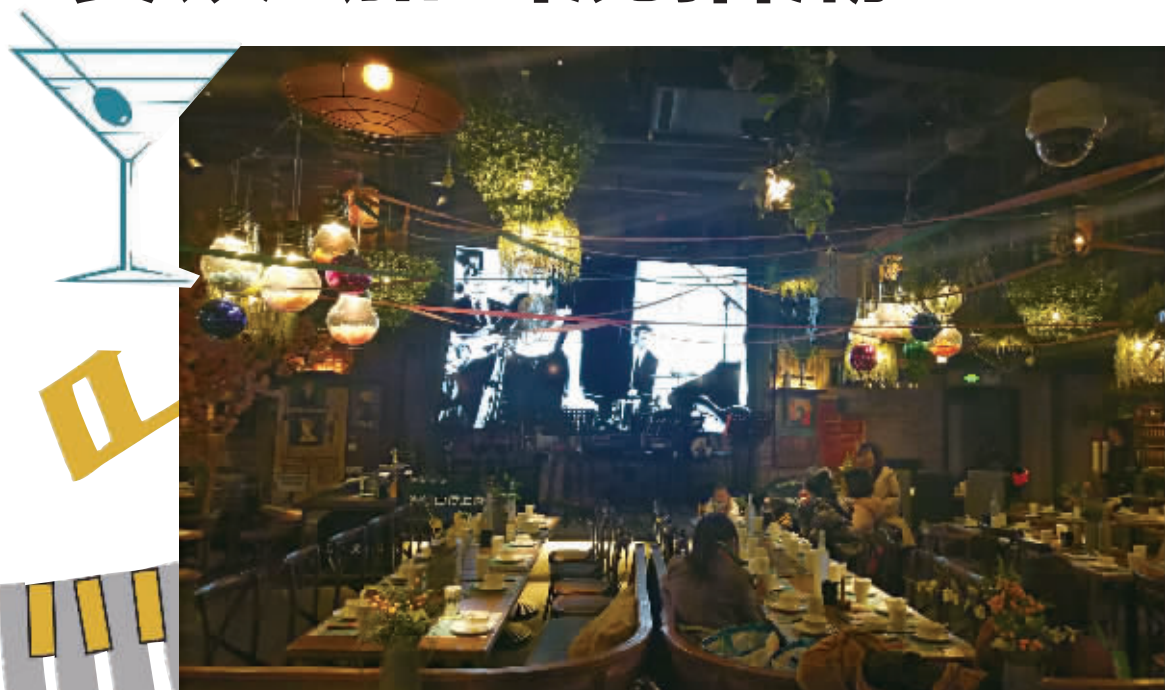
从“胡桃里”到“春天里”再到“幸福里”，一夜之间，以“餐厅+音乐+酒吧”模式进行经营的小餐馆开遍长沙。

“装修很特别，菜的味道不错，环境还可以。”“每次去都要排队，人还挺多。”采访中，记者发现，“里”字号的音乐酒馆们自进入长沙市场以来，尤其受到年轻人的喜爱。

不过，回顾过往“爆款餐饮”时不难发现，虽然起势不错，但昙花一现的餐饮抑或是酒吧类商家也不在少数。那么，这次的音乐酒馆命运又将如何？

1月29日，记者到“里”字号酒馆进行了现场体验。

■记者 朱蓉
实习生 王增勇



1月27日中午，在胡桃里音乐酒馆德思勤店内，顾客正在用餐。 朱蓉 摄

市场： “里”字号酒馆成长沙餐饮新爆款

在中南林业科技大学工作的袁女士回忆，去年春节前，为了招待从深圳来的老同学，5个人的聚餐就选在了司门口的胡桃里音乐酒馆。她感慨：“虽然排了半个小时队，但消费环境确实不错，后来也跟朋友去过几次。”

1月27日19时，尽管气温很低，但在餐厅外依然有人排队拿号等位置，停车坪里也已没有空位。据门口负责叫号的工作人员介绍，“用餐高峰期经常要排队。”

在该店内，记者看到，除就餐使用的餐位外，还有一个类似小舞台的设置。据菜单上的相关信息显示，每天21时后，餐厅不再供应正餐，但消费者仍可以小酌、听音乐、聊天至凌晨2点。

在与胡桃里司门口店仅隔着一条黄兴南路步行街的

南门口，还有一家“幸福里”的音乐酒馆。据了解，它的经营方式与胡桃里大相径庭，也是餐饮、酒吧、音乐等元素相结合进行经营。2017年底，春天里音乐酒馆在高桥大市场附近刚刚新张，目前仍在试营业。

据三湘都市报记者采访了解，近两年来，长沙市内的音乐酒馆数量骤增。通过美团点评以“音乐”为关键词在餐饮商家内进行检索，得到搜索结果98个。而如胡桃里、幸福里、春天里等在在的“音乐+酒馆+餐饮”结合经营的餐饮酒馆数量已有十余家，其中既有全国连锁品牌，也有个体经营品牌。而这些音乐酒馆均有着类似的装修风格，如原木、空酒瓶搭配大量植物等进行装饰，偏重于小清新、文艺风，受到年轻消费者好评。

消费者： 口味多变、菜品丰富受欢迎

“最喜欢吃的是墨鱼烤饭，黑色的饭粒端上来时就让人印象深刻。”袁女士说，除环境符合她的喜好外，菜品的多样性也很符合消费需求。

在胡桃里音乐餐厅德思勤店的菜单上，三湘都市报记者看到，不仅有香锅、毛血旺等川菜，也有如酸萝卜炒肚丝等湘菜，还有千层榴莲蛋糕、榴莲披萨等西式餐点，相对一般湘菜馆而言，菜品丰富。

此外，网友“相思锁”对幸福里音乐酒馆评价：“第一感觉就是这地方适合求婚，是很有情调的餐厅，为了给朋友过生日而特意选择的。”网友“诸五”也评价：“环境很好，营造

的氛围也很舒服，菜品选择挺多的。”“真的是很棒！那个小姐姐的民谣唱得很好听。”网友“mE1350648624”表示。

据了解，在这些音乐酒馆内，除边用餐会有表演外，也会在9点后有驻场乐队进行演出，有的音乐酒馆甚至还为消费者提供根据喜好进行点唱服务。对不少年轻消费者而言，这是“一场多用”的选择。消费者李小姐认为，9点转场以后的餐厅，给人的感觉很像个清吧，不用四处跑，还挺方便。

不过，记者也发现，在网络消费评价上，上菜太慢，用餐环境有点吵等，也成为一些音乐酒馆所诟病的地方。

商家： 虽然花样多， 但晚餐仍为“重头戏”

一个值得关注的现象是，记者调查发现，虽然从上午11时便开始持续营业至凌晨2点，经营方式也有所创新，但此类餐厅的主要经营收入，仍与其他餐厅相同，为晚餐。

胡桃里音乐餐厅德思勤店相关负责人黄经理透露，虽然餐厅从上午11点开始营业，持续至凌晨2点关门，但中餐、下午茶和酒吧业务并非营业额的主力，晚餐才是，“中午没有翻台率一说，只要能坐满就很好，甚至连中午的服务员也安排得比较少。”而为了吸引到更多的消费者前来用餐，该店进行了菜品本土化的尝试，根据长沙的饮食消费习惯来设计，融合了川、湘、粤等口味。

采访中，一位先后就职于两家音乐酒馆的女性服务员表示，音乐酒馆能否受到消费者欢迎，其店面消费氛围尤为重要，这其中就包括了音乐、酒吧和装修共同的促进。她告诉记者，目前就职的音乐酒吧生意不错，但此前就职的、装修相对单调的“老东家”生意就很清淡。

黄经理说，为吸引顾客，“店铺每晚会有主题活动，也会有促销活动，很多人来了以后都会问演出什么时候开始。”

行业： 消费降级？应避免重蹈“爆款”覆辙

“里”字号的音乐酒馆如雨后春笋般地不断涌现，这与一两个品牌在长沙的亮眼成绩及扩张速度炒热市场无不关系。“简而言之，就是看到别人做了受欢迎、赚钱，自己也来依葫芦画瓢。”一位长沙餐饮业业内人士评价认为，爆款餐饮模式的出现，还需一段更长的市场检验。

湘菜产业促进协会副秘书长邓执君认为，以“胡桃里”为代表的这类音乐酒馆，白天是装修有格调的餐厅，晚上则转换为有驻唱、表演的酒吧，关键是消费更加平价，可以说是彰显自己格调的高性价比的好去处，迎合了一部分85后和90后的消费者需求，所以在长沙发展不错，前景应该也是有的。

他同时表示，因为音乐餐厅的市场定位注定是小众的，真正的特

色和内核在于装饰氛围和音乐风格的打造，这不是普通的外行能学得会的，所以要想真正做好音乐餐厅，并且获得消费者认可，难度不小，“个人认为，此类经营模式是消费降级的产物。”

上述业内人士也提到，目前的“爆款”音乐酒馆，与其说是餐厅，不如说是酒吧的衍生经营方式更为贴切，“目前做得不错的品牌也是酒吧起家，为了锁定新的消费人群而做出的尝试。”

据记者了解，近年来，酒吧市场不断变化调整，市场的萎缩让大、小品牌都不能幸免。不少过去“响当当”的大品牌开始销声匿迹，也有不少在2014年至2016年间相继退出市场。同时，过去的“化龙池”清吧街里也在不断上演联营、合并、托管等现象，转型经营成为必经之路。

记者手记

无论如何创新，抓准内核最重要

一个新鲜事物诞生之初，如果在短时间内引起关注，总能引起不少人的效仿。今年以来，手机游戏旅行青蛙的火爆，与数款类似游戏的“火速”推出，就得到了印证。不过，旁枝侧节的效仿究竟能在市场存活多久？需要时间去检验。

对迅速扩张的“里”字号餐厅而言，虽然不少业内人士认为，这是“清吧”在新时代新消费需求催生下而产生的变化，但这种繁荣是否为泡沫？也让人期待着答案。

在音乐酒馆内，菜品价格与中高档湘菜馆相差无几。而如98元一份的羊排、68元一份的牛蛙，也仍在年轻消费者的承受范围之内。只不过，最高售价到近4000元的红酒，可能让人有点儿望而却步。

到底是酒吧，还是餐厅？核心竞争力究竟来自于菜品、装修，亦或者节目表演？目前，似乎从消费者、从业者，到行业观察家们，对“餐饮+音乐+酒吧”经营形式的音乐酒馆们都持有不同的观点，而对这一业态未来的发展前景，也有不一样的看法和判断。

事实上，无论是餐饮店还是酒吧娱乐店，想要长久地经营下去，都必须精准判断消费者的需求，并结合自身的经营实力进行开发，才能在与市场不断的磨合中锻造出自身的核心竞争力。