



扫码看视频

“听到系统响起‘为您自动接单了’的提示音，难熬的日子似乎有了点盼头。”4月8日下午，在长沙市湘春路经营着湘西泡菜店的历北花说，小店每月固定支出超2万元，“好在一天还有十几单外卖。”3月中旬开始，新冠肺炎疫情在长沙反复。这家泡菜店明显感受到客流减少，营业时间也开始不断缩短。

好在，面对疫情，曾经门庭若市的长沙网红品牌们并未自乱阵脚，纷纷根据自身品牌特点，尝试突围。 ■文/视频 三湘都市报全媒体记者 黄亚苹 实习生 谭惠洁

疫情之下，网红餐饮店纷纷转战线上、外拓市场 面对阵痛，餐企谋突围等“春天”

02 餐饮突围

链接

外卖平台 多举措降经营成本

3月29日，湖南省政府新闻办召开新闻发布会，通报《促进服务业领域部分困难行业恢复发展的若干政策》有关内容。省商务厅二级巡视员尹荻菲介绍，为引导互联网平台下调资费标准，省商务厅已与美团、饿了么等互联网外卖平台多次对接。

具体而言，美团外卖在划定的疫情中高风险地区，对日均用户实付交易额下降超30%的商家，实施佣金减半；这笔减免佣金，将根据3月交易额次月以现金形式返还到对应账户中。饿了么则对疫情中受到影响的商户启动定向免佣计划，对疫情中、疫情后的上线商户，给予线上推广金。

“长沙所有停业的商户都可发起歇业保护申请，平台审核确认后即享受歇业保护政策。截至目前，已通过超500家商户的歇业保护申请。”饿了么长沙城市经理李超凡介绍，“歇业保护”指商家已参与的平台活动、门店单量、月销量等指标在停业时不会清空，门店检索权重、排名也不会发生改变。

降本之外，美团、饿了么也在想办法帮商家增收。如，针对受疫情影响的中小商户，饿了么开通“三小时上线”绿色通道，包括开通线上运营通道、线上免费装修、免费运营指导等贴心服务；对于亟需上线的餐饮商户，美团外卖则紧急快速上线“绿色通道”，助力传统堂食餐饮商户线上突围。



徐记海鲜推出定制外卖，消费者足不出户也能享受春日美味。

受访者 供图

【转战线上】送外卖，网红餐饮从周边配送到全城配送

4月7日17时许，位于长沙市天心区白沙路上的天宝兄弟等来了恢复堂食后的“高光时刻”。剪去虾须虾尾、去除虾线后，小龙虾被放入200度的滚油迅速捞起，虾肉迅速收紧、壳肉分离，食材入锅，猛火快炒，锅勺翻飞间，一份热辣鲜香的天宝虾尾新鲜出炉。

3月19日，长沙市芙蓉区定王台街道五一华府南北栋和名汇达商务楼区域被划定为中风险地区；随后，芙蓉区、天心区宣布暂停堂食，平日里总是顾客盈门的网红餐饮店面临客流难题。于是，天宝兄弟，这家与小龙虾打了7年交道的龙虾馆，顺势组建自配送渠道，进行全城配送服务。

三湘都市报记者采访发现，新冠肺炎疫情反复，外卖

已成为餐企普遍认同的破局之法，从街边小店到网红餐厅纷纷转战线上，向线上要增量。在长沙，不仅有10公里免费配送到家的分子跳动面包店、将菜品整合成套餐销售的大斌府火锅，还有曾在外卖上折戟又再次宣布杀入外卖战场的炊烟小炒黄牛肉。

“一些曾明确说不做外卖的品牌，也准备入驻了。”一外卖平台商务拓展专员潘先生坦言，近半个月，绝大多数连锁餐饮店超七成的营业额均来自线上。

4月8日，三湘都市报记者使用“饿了么”筛选功能发现，配送范围覆盖五一广场的餐饮商家，就有230个贴上了“新店”标签，这其中不乏果呀呀等堂食常需排队的网红店。

【市场外拓】走出舒适圈，网红品牌向外省要市场

一直犹豫布局全国市场的茶颜悦色，最终决定放手一搏了。4月2日，茶颜悦色宣布前往重庆开店，已与四个购物中心达成意向，新店预计在6月与重庆消费者见面。

2020年，茶颜悦色走出“大本营”长沙，在湖北武汉开出新店；2021年，茶颜悦色经历2次闭店风波，加速在株洲、岳阳等湖南其他市州布局。

“为了企业自救，我要带着团队去更大的市场‘打粮食’。”茶颜悦色创始人吕良在接受媒体采访时表示，长沙门店密度过高，而新冠肺炎疫情的反扑让品牌向现实低头，“我们要保住想奋斗小伙伴们的饭碗，只能走出去。走出去可能打到粮食，不走出去就真没粮食了。”

除了在市场端选择“走出家门”，在产品端，茶颜悦色也在进行新的尝试。如，2021年5月，继与喜茶、三顿半联名合作后，茶颜悦色与烘焙食品品牌仝吉联名，推出以奶

茶“三季虫”同款茶底为主导馅料的绿豆糕；6月，在天猫旗舰店上架首款零售类茶饮产品——自摇沫泡奶茶。“今年将加大研发力度，菜单上的更多口味会复刻进自摇沫泡系列中。”茶颜悦色相关负责人告诉三湘都市报记者，饮品之外，品牌自主研发的茶味坚果、茶糕糖、茶冻等零食也将在天猫、京东、抖音等渠道上架。

走出长沙向外省要市场，在湖南网红餐饮圈中，茶颜悦色算是步子迈得较晚的一个。3月初，贰伍捌绿豆糕也宣布开放全国合作的消息。这个成立于2019年的烘焙品牌，最终选择以颇具湖湘本土特色的“麻将”造型绿豆糕向省外要市场。

据不完全统计，从2021年底至今，虎头局渣打饼行、墨茉点心局、柠季、文和友相继在北京、杭州、广州、重庆等同样夜生活丰富的城市，采用跨省开店的模式抢滩省外市场。

【大厨到家】明星厨师上门服务，订单增量超预期

最近，徐记海鲜推出“大厨到家”服务，消费者可聘请湘菜大师、粤菜名师、研发经理上门现场烹饪，吃什么、口味清淡与否全部自己定，这样的服务你心动吗？

大厨到家，即消费者支付原材料采购、大厨上门、服务员现场服务等费用，便可在家来一次商务宴请、团圆宴，厨师、服务员均按级别收费，单次花销在2000元左右。

“疫情之下，大厨到家服务订单增量远超预期。”徐记海鲜运营总监徐威告诉三湘都市报记者，今年3月，大厨到家服务营业额超30万元，同比2月增长50%以上，目前，品牌已成立专项事业部，将它作为2022年重点发力板块之一。

在长沙，大厨上门定制个性化晚餐，并非新鲜事。2020年3月，长沙市市场监管局曾联合本地生活平台推“星级厨师上门服务”，木品烩、馥茗苔·享膳、佳尝便饭月湖店、顺天黄金海岸大酒店成为首批入驻商家。2021年底，长沙文和友总厨邱跃军要上门去顾客家中做菜的消息，同样引发不小的讨论。

前有长沙鑫远白天鹅酒店外卖屋、潇湘华天大酒店主动“放低身段”销售物美价廉的包点、凉菜和休闲食品，后有长沙地道湘菜馆送大厨上门定制一桌爽口饭菜，在餐饮的“寒冬”中，无论是星级酒店还是连锁餐厅，都在主动向年轻消费者示好，同时静待疫情阴霾散场的佳音。

