

竟是三兄弟及其亲友用老招牌各自打擂台 老牌糖水店如何迎接新挑战？



■芬芳甜品体育东路店的招牌上写着“十三行分店新张开业”。



■外地品牌仁信老铺在广州市北京路开有分店。

广州糖水江湖竞争日趋激烈,挑战不断出现 大湾区品牌相继加入 年轻人却投奔奶茶去了

围绕“老牌糖水店如何新转型”的话题,新快报记者走访及梳理了广州多个老牌糖水店的现状及发展模式。总体而言,大部分开业超过十年的糖水店,都是以较为稳健的风格进行运营,要么不开分店,要么开分店的速度较为缓慢,而食客所给出的意见和建议则均集中在加强产品创新力、调整价格等方面。可是,这些老店面临着日渐激烈的竞争:一方面,不断有大湾区其他城市的品牌加入竞争;另一方面,不少年轻人抛弃糖水,选择奶茶。

有人固守一店也有人积极进取

位于越秀区诗书路的永记沙湾甜品是一家开了超过20年的老牌糖水店,至今仍保留着传统的菜单点餐模式。对于该店的发展,其老板笑呵呵地说:“没有什么扩大规模、走出去的想法,踏踏实实做好这家店就好了。”

与永记沙湾甜品店老板持有类似态度的,还有百花甜品店的老竞争对手——玫瑰甜品店,后者自1995年起在文明路上开业近30年,一直在原址经营。与百花甜品店一样,玫瑰甜品店也陷入了接班人之争。

与永记沙湾甜品店、玫瑰甜品店的“固守一店”策略不同,芬芳甜品店走的是另一条道路。

芬芳甜品店成立于1982年,自从在海珠区同福路上开出第一家店开始,42年间在广州拥有了6家分店,且基本开在海珠、荔湾、越秀、天河等老广较为集中的生活区域内。历经多年发展,芬芳甜品店已经不仅是一家糖水店,它还供应各类饭食和小吃,其煎饺和碟头饭吸引不少市民在饭点前来。

作为广式糖水的集中地,广州不仅有这些本土糖水品牌,也有来自大湾区其他城市的知名品牌。

来自佛山顺德的老字号仁信老铺在广州开设了4家店,其选址集中在北京路、永庆坊等具有历史文化沉淀的街区,并凸显非遗元素;而香港品牌满记甜品店则专走商场路线,它在广州所开设的6家店,均位于天河城、五月花广场等知名商场内。



■明记甜品店与一家奶茶店同在文明路开业。

年轻人需求多元化越来越挑剔

新快报记者走访发现,产品创新力不足与价格较高,是食客们对老牌糖水店的集中吐槽点。

“来广州之前听说仁信老铺很火,点了一份芒果加雪糕双皮奶,味道还不错。”前来旅游的大学生小童在接受新快报记者采访时,放下勺子思考了片刻说,“但是比起糖水,我更喜欢果茶,便宜、好喝而且健康”。

在百花甜品正佳广场店品尝糖水的赵女士则对价格表示不满。“比如椰汁西米露,就是椰汁和西米两种材料,能猜到大概的成本价(不高),但是售价要十来块钱,很贵。”她说。

而暑假来旅游的大学生小郑在满记甜品天河城店里谈起自己的消费体验时直摇头。“性价比很低,一个甜品动不动就四十几元,感觉味道撑不起这个价格。”他说。

老牌糖水店还面临着来自奶茶店的竞争。来自潮汕的陈女士告诉新快报记者,她更喜欢喝糖水,“糖水店里的种类比较多,更重要的是一般会有座位,我喜欢跟朋友一边聊天一边分享甜品。如果买奶茶,一人一杯,少了分享的环节就单调很多”。

在糖水文化中长大的余女士则倾向于选择奶茶,因为可以随身携带。“而且在糖水店经常要和别人拼桌,我不喜欢。”余女士称,她认为糖水店应该有所创新,但她也怕创新会使糖水变味。她举例称,虽然希望糖水食用方式更便捷,“但从小喝糖水都是用陶瓷的碗、勺、碟,喝的时候要听到陶瓷碰撞的声音才‘对味’”。

著名美食家、广东省食文化研究会会长庄臣：
一直保留“以前的味道”不可取
重要的是“做好自己”

针对糖水店如何转型升级等问题,新快报记者采访了著名美食家、中国饭店业国家级评委、中国小吃委员会执行主席、广东省食文化研究会会长庄臣。

庄臣介绍,糖水在老广心目中占据一席之地,“是没什么消费压力的休闲食品,甜味让人感觉到开心,对消费者有一定的吸引力”。庄臣提供了一组相关统计数据:小吃快餐类门店的经营数量在全国餐饮市场占比达到41%,比正餐高出一倍,由此可以推测糖水在广州饮食市场的地位。

近年来消费模式越来越多样化,年轻消费者更多追求休闲开心的消费模式,互联网及智能手机的普及让一般人

获取的信息量越来越大,品牌的传播模式也相应发生了很大变化。在这样的环境下,老牌糖水店该如何进行转型升级?庄臣认为,消费者的认可永远处于第一位。即便是一般消费者不太具有相应的专业度或认知程度有所差异,也会对一个品牌的老店或是分店、每家店的出品“较真”。“糖水店经营保持了一定的文化含量,但要一直保留‘以前的味道’是不可能的,原材料在不断发生变化,经营者不管是进行品牌分拆还是实现扩张,都要根据自己的消费群体定位进行规划调整,最重要的是‘做好自己’这四个字,把生产的每一个环节做到严谨。”他说。

专家观点

广东省政府文史研究馆馆员、广东省评论家协会副主席梁凤莲：
老牌糖水店要善于迎合年轻人
既要留住乡愁也要创新

广东省政府文史研究馆馆员、广东省评论家协会副主席梁凤莲认为,老牌糖水店的转型问题之所以牵动着市民的心,不仅仅是因为它的经济特性,更是因为它的人文特性。为了迎合不同人群尤其是年轻人的饮食需求,广式糖水应该进行一定的转型调整。

“糖水扮演着一个佐证广州人生活态度的角色——丰富、用心、把普通之物变得有滋有味。”梁凤莲表示,吃糖水是广府传统饮食文化,也是老广生活方式的印记,在新老广州人共存的环境下,糖水既承担着留住乡愁、留住城市记忆的功能,也代表着推陈出新、中西混搭的消费取向。

梁凤莲认为,不少老牌糖水店之所以做不下去,是由优胜劣汰的市场规律决定

的。她说,广州市民组成多元,年轻人与老一代人在对糖水的认可度和口味方面存在极大不同。“糖水店不仅要从事食品本身进行创新,其他方面也要有所考虑。比如百花甜品,它开设相关分店,如果在店铺装饰、出品技巧或者运营模式都不断推陈出新,能有吸引年轻人的闪光点,那它就能越做越旺。反过来那些墨守成规的店铺就相对容易在城市化的过程中慢慢被淘汰”。

梁凤莲十分强调创新。“创新不存在对与错,就像我们上了年纪的人不能理解为什么年轻人每天要用一杯奶茶来续命。”她说,糖水店要进行创新,要更多地迎合年轻人的需求。“这样整个城市的饮食文化才丰富多彩”。