



借“夜经济”东风 大牌试水宵夜市场



□信息时报记者 郑晓玫

“夜经济”成关键词 品牌试水布局

近段时间，“夜经济”成为全国不少城市的发展“关键词”。其中，宵夜作为“夜经济”中的重要组成部分，自然也是未来的发展重点。无独有偶，餐饮企业似乎早已嗅到“夜经济”崛起的气息。今年，开辟宵夜市场的声音、动作接连不断，肯德基、辣庄等纷纷入局。在“夜经济”蓝海之下，新品牌的陆续加入将会对市场带来什么变化？企业又该如何在宵夜市场中寻找自己的增长点？这成为不少从业人员关心的话题。

最近，在各地出台的新一轮促消费政策中，“培育夜经济”一词频频出现。北京、上海、天津、重庆等城市纷纷推出举措，提出要建立夜间经济示范街、地标型夜市。其中，广州计划将北京路步行街、天河路商圈、珠江琶醍等15个消费集聚区发展成为“夜广州”消费地标，通过鼓励集聚区内购物、餐饮等企业提供夜间延时服务，力争到2021年，打造形成“广州之夜”品牌，形成10大国内知名商圈。

“夜经济”带来的典型变化就是“深夜食堂”的兴起。今年7月发布的《阿里巴巴“夜经济”报告》显示，盒马鲜生、口碑饿了么等带动夜间餐饮消费增长。19点到20点是盒马鲜生的到店消费高峰。21点之后，二线城市外卖餐饮消费增长最快。23点到24点，超过83%的口碑商户还在营业。24点之后，仍在营业的口碑商户比例超过60%。在全国夜间消费最活跃的10个城市中，南方城市占9席。

在这股“夜经济”的东风下，以肯德基、西贝、辣庄、星巴克和奈雪的茶等为代表的餐饮品牌也开始试水夜宵市场。

今年1月，茶饮品牌“奈雪的茶”跨界酒吧，第一家奈雪酒屋在深圳开放；4月，星巴克推出融合了咖啡和酒的Bar Mixato，进军宵夜档；5月，西贝的酸奶屋开业，营业时间延续到晚上1:00以后；7月，肯德基推出夜宵辣串、卤味等食品，在上海、成都、重庆等10个都市销售，供应至凌晨5:44分；8月，网红火锅品牌辣庄近期孵化出新品牌“辣也”（重庆火锅），向进军深夜食堂探路。

业内人士分析认为，在北上广等大城市里，不少双职工家庭要到7点后才能吃上晚餐，这也意味着，他们的餐饮、休闲、娱乐都要推迟，催生更多“夜猫子”，也推动了城市消费格局的变迁。尤其是当80后、90后年轻人成为消费主力军，他们对夜市、夜场电影等有着更强烈需求，这也催生了一片“夜经济”的蓝海。

专家建议

可尝试开拓 “养生型”宵夜

“不过，随着消费端倒逼产业端发展，餐饮‘夜经济’如今也进入了消费2.0模式。”朱丹蓬说，“2.0模式该如何打造，如何做好菜品品质、产品组合、场景、服务等，如何形成一个完善的中长期战略。我想这才是企业打造夜经济首要考虑的问题。”

此外，专家认为，除了烧烤、啤酒等高热量的食品外，“养生型”宵夜也是餐饮企业值得开拓的。“广东人的饮食本来就清淡为主，像潮汕地区就有喝夜粥的习惯。我认为，未来夜宵市场可以多去尝试一些‘养生’夜宵。随着‘夜猫子’越来越多，不排除中老年人会成为‘夜经济’的重要消费人群，那这些‘养生’宵夜正是他们需要的。”林岳表示。因此，近年来，经营粥、粉、面、豆浆等产品做夜宵的餐饮店越来越多，这也将成为夜宵市场未来的增长点。

另外，传统的宵夜档口大多以街边档的形式存在。但随着越来越多“正规军”入局，整个夜宵餐饮市场或发生“洗牌”。

业内人士表示，过去，夜间餐饮的消费群体相对小众，很多餐饮企业因夜间经营的成本问题对该市场长期处于观望状态。直到外卖的出现才让他们看到发力的可能。不过，随着外卖平台的夜宵商户持续增长，其中不乏有一些小作坊“滥竽充数”，给夜宵时段食品安全监管带来不小的难度。如今，随着品牌商户陆续进驻，这将压缩不具备竞争力的小作坊生存空间。

融入社交元素吸引年轻人

根据京东大数据研究院8月发布的《2019上半年互联网夜经济报告》，晚间消费群体中，26~35岁年轻上班族会选择下班后去实体店买生鲜或晚餐。因此，不少餐饮品牌从年轻人的喜好出发，开发符合夜间饮食的菜品。

以奈雪酒屋为例，“奈雪的茶”相关负责人告诉记者，奈雪酒屋的开放，从严格意义来说，其目的

并不为争夺“宵夜市场”，可在晚上8点至凌晨1点的时间段，确实是奈雪酒屋的客流高峰期，并且客户以年轻女性居多。得益于营收不错，奈雪酒屋如今已被快速复制到北京、重庆、南通等城市，下一步还计划将酒屋开到广州。

餐饮分析师林岳认为，夜宵市

场经过15年的发展，已达到比较成熟的规模。而年轻人作为宵夜市场的主力军，新兴的餐饮品牌如果要加入“夜经济”的竞争中，首先最需要了解的就是年轻人对夜宵的需求。“比如，大多数年轻人点宵夜其实为的就是味蕾的刺激以及能够形成和亲朋好友、闺蜜聚会的气氛。所以在菜品的选择上，啤酒、烧烤、小龙虾等更容易让大家实现社交互动的菜品往往会更受欢迎。因此，这也是餐饮企业做夜宵产品时需要考虑的特点。”林岳表示。

“奈雪的茶”相关负责人也表示，跨界到酒屋，也是希望为消费者提

提供一个“把酒言欢”的场所。中国品牌研究院研究员、食品产业分析师朱丹蓬表示，“宵夜市场对于新生代来说，它一定带有社交功能。这也是啤酒会在‘夜经济’中崛起的重要原因之一。而围绕跟啤酒搭配，传统的烧烤、大排档等餐饮品类成了夜宵经济1.0模式的产品组合。”

宵夜时段带有明显的社交属性。受访者供图

简讯

“心悠然·高粱熟了” 采风活动在贵州举行

信息时报讯(记者 刘芳)日前，心悠然酱酒在贵州省举办了“心悠然·高粱熟了”采风活动。心悠然酒邀请了知名作家、行摄达人和摄影家以及爱酒人士到访心悠然糯红高粱绿色生态种植基地与心悠然酿造基地，亲自体验了种植基地

的原粮收割、酿酒等过程。

据了解，在赤水河流域的东经106度、北纬28.3度，心悠然红粮绿色生态种植基地种植了6000亩红缨子糯红高粱，其具有支链淀粉含量高、颗粒小、皮厚、饱满、坚实、均匀，耐蒸、耐煮、耐翻

造，出酒率高的特点。

心悠然酒业公司分管生产的宁总表示，心悠然将在明年继续扩大种植基地的范围。未来，也希望通过举办更多类似的活动，与消费者进行互动，提供一个品酒、社交及文化交流的平台。