

加盟狂飙下的餐饮业，入局门槛真的低吗

■中国城市报记者 方紫薇

不想打工了，就去开个店当老板。在许多创业者看来，餐饮业入局门槛低，壁垒不厚，投资额也相对较少，最适合实现“创业梦”。

今年的餐饮业发展势头迅猛，竞争激烈程度有目共睹：一面是加盟狂飙，连锁突进，品牌跑马圈地，纷纷喊出“万店”口号；一面是创业者被“低门槛”“0元加盟”等宣传吸引，竞相入局。“繁花似锦”背后，也不乏“烈火烹油”。

供给端热火朝天，需求侧的消费者盘没有大的增长，新店获客免不了打价格战。一位资深餐饮人告诉记者：“今年5月以后，有许多新加入的餐饮创业者为了给新店引流，低价补贴，打起了价格战，老店也只能一起降价。”

餐饮业繁荣的背景下，创业的大环境究竟怎么样？所谓“无门槛”入行、“0元”加盟是否真的可靠？在激烈竞争中，狂飙的加盟连锁应当如何健康发展？对此，记者进行了深入调查与采访。

餐饮业竞争激烈 加盟连锁成趋势

“我家住在五环外，最近打开外卖平台，附近开了好几家新店，都在做打折促销活动，力度很大。”北京市居民胡女士发现，最近许多新店正如雨后春笋冒出来，一算账，点外卖还更便宜了。

在江西省赣州市，餐饮从业者沈沧对记者说：“最近我们这里很多店争相打折。例如，我们楼下就有几家店集体打折拉客，推出套餐或者优惠活动，甚至附近一家开了多年的兰州拉面馆，原本是不给加面的，最近竟然能免费加面了。”

据国家统计局网站，2023年1—5月，社会消费品零售总额187636亿元，同比增长9.3%；餐饮收入19958亿元，增长22.6%。企查查数据显示，2023年1—6月，全国餐饮相关企业的新注册量约为202.2万家，相当于2019年全年新注册量的84%。

“今年餐饮业在春节有一波发展小高峰，但是很多小店自4月以来就向下走，例如原来一个月能有6000元—7000元营业额，到了5月不到4000元，6月也没有明显改善。但是，名气特别大的网红店受益于营销，顾客依然青睐、排队不断。两者分化较为明显。”餐宝典创始人、餐饮行业分析师汪洪栋对记者说，头部店铺单店营收有限，天花板摆在那里，不会无限制地吸收客源。

顾客们都去哪里了？有餐饮老板百思不得其解。答案或许是：哪里有折扣，顾客就去哪。

汪洪栋表示，在消费者基本盘没有爆发式增长时，客人难免被促销的新店分流。“最近，很多人创业开个咖啡馆、奶茶店或者火锅店，新店分流了原本的客流，业内就开始打价格战。老店如果没有明显的优势，客人就会被做促销的店铺吸引走，因此不得不跟进。”汪洪栋分析。

当然，价格战不一定能让顾客产生黏性。沈沧也表示，餐饮没有想象中那么好做，看似成本低、回本快，但目前客人选择多，打完价格战，能留下的固定客源没有那么多。

新店开得多，市场繁荣，部分生意不好的店铺出清也是必然。餐饮设备二手市场的冷热，或许能侧面反映着相关行业动态。

记者在二手交易平台闲鱼上搜索，发现有许多来自各个城市的奶茶制作设备低价转让的消息，留言区多有询价者。

在小红书APP，一家回收咖啡机的店主拍视频展示堆积着二手咖啡机的仓库，感叹咖啡业竞争激烈。

品类并不共此“凉热”。北京市一名主营中餐二手设备的回收商却给了记者截然不同的答案：“去年，我们回收中餐的二手设备的数量挺多，今年的回收数量很少。”

值得一提的是，今年加盟“狂飙”趋势尤为明显，新店猛增的势头似乎还不会停止。红餐大数据显示，茶饮品类近一年门店数净增长49834家。其中，茶百道、沪上阿姨、古茗等品牌，今年纷纷喊出了破万店的口号；近日，库迪咖啡大理古城红龙井店开业，其门店总数已达到4000家，此时距库迪去

年10月开出第一家门店仅8个月时间。

餐饮0门槛是真是假 入行难在哪里

社交媒体上，不乏年轻奋斗者、“大厂”离职者、中产创业者发布的餐饮创业日记。他们选择餐饮赛道的原因，多半是入行门槛低。

餐饮的门槛真的低吗？其实，对不熟悉餐饮的新手而言，学习成本并不低，想做自有品牌，首先得开发特色品类、做出让顾客认可的口味。“入行”最艰难的地方，就是找到门在哪里，创业新手中不乏花大钱上培训班却惨遭“割韭菜”的例子。

新手想要入行，可以从学徒开始。沈沧表示，小白入门想开自己的店面，可以找一家当地较好的店铺当学徒，不但可以学做菜，还能观察门店客流情况。“找那种打着‘包教包会’旗号的培训班学菜品，交了高昂的学费，还很容易被坑。”他说。

比起正餐，茶饮的门槛看上去更低，创业者想买齐一套基本奶茶设备要花多少钱？记者调查发现，自营与加盟的投入差距甚远。一家奶茶设备提供商告诉记者：“如果是自营奶茶店的话，一套设备在1万元—3万元，具体的价格要看店铺大小与规格；加盟店则是至少要准备十几万元，全套下来，甚至可能需要几十万元。”

“跨界入行者会遇到一个问题，越是看上去入行门槛比较低的东西，实际上赚钱的门槛会比较高。”汪洪栋表示，以前对餐饮没概念的人，其实比较适合通过加盟的形式先去接触行业。“从零开始和复制一个成熟的项目，是两个不同的概念和难度。”

加盟往往被外界冠以“割韭菜”的名声，但是依然是一种主流的餐饮创业方式，随着大量知名品牌开放加盟，流程也在越来越正规化。

一家炸鸡品牌招商人士透露，如果在三线城市投资该项目，包含房租、加盟费、首批物料、装修与设备等费用在12万元左右，门店面积要达到100平方米左右。他也表示，后续还有管理费用，按年收取。

记者以创业者身份拨通库迪咖啡加盟电话，客服告知记者大概的投资区间：“如果开一个标准店，差不多要投资30万元左右，快取店在23万元左右，超市便利店里的店中店约为10万元。”不过，该客服也表示，没有明确的区域保护距离，需要从总部购买设备，也要学习制作咖啡。

记者通过蜜雪冰城加盟热线获悉，投资一家蜜雪冰城，需要加盟费（省会、地级市、县级市各不同）、合同保证金、管理费、培训费、设备款项、首批物料和原材料、装修费用、房租及其他费用（包括店面租金、转让费、入场费），总计投资费用37万元起。而且，后续的房租、原材料还需要持续投入。

加盟到底能不能赚钱呢？还要分品牌、分品类、分赛道看利润率。据瑞幸咖啡2023年第一季度财报显示，今年一季度，瑞幸咖啡自营门店收入31.4亿元，同比增长74.9%；门店层面利润为7.92亿元，利润率为25.2%；自营门店同店销售增长率为29.6%。同期联营门店收入为11.35亿元，同比增长106.7%

寻找机遇需要避开哪些坑

由于总部经常要在群里开会，一家蜜雪冰城的加盟商戏

谑地表示：“蜜雪冰城比较费老板。”这也侧面反映出该品牌总部的垂直管理能力，能够触达加盟商。

虽然加盟市场正在走向正规化，但是，市面上还有许多小品牌推“0门槛入行”甚至“免加盟费”，以此招揽加盟商，扩大品牌影响力。“如果总部经常来巡查，帮助调整经营问题，还负责责任的。有些名不见经传的品牌就算再便宜，也不敢轻易加盟。”沈沧表示。

食品产业分析师朱丹蓬在接受媒体采访时表示，品牌总部和线下门店的利益息息相关，不论采取何种经营模式，都不能只是交钱开店了事。可现实情况是，一些品牌交了几十万元费用开店后，却疏于培训或监督。

诚然，餐饮创业需要“火眼金睛”。越是看上去没门槛，实际上就是有门槛。“0加盟费”吹得花乱坠，实则免费的东西最昂贵。

知名的品牌商筛选加盟商，也是规范加盟市场的重要组成部分，让良币驱逐劣币，压缩原本“割韭菜”品牌的生存空间。

越来越多知名品牌开放加盟时，会提高准入门槛。例如，据喜茶招商信息，喜茶事业合伙人需要提供100万的资产证明，还要求熟悉当地市场，具备三年以上成功项目经验等。

此外，创业者加盟品牌时也要擦亮眼睛，避免冲动决策，选择可靠的加盟项目。“对于想加盟的创业者而言，除了看产品、定价、供应链之外，还需要看一个重要指标，就是门店存活率，存活率高，说明这个品牌在各个方面没有太明显的短板。”汪洪栋表示，此外还可以看有多少加盟商开了二店，如果愿意开二店，说明一店盈利效果明显。



重庆：夏日夜经济火热

夜食、夜购、夜游、夜玩已经成为不少人消暑休闲的新选择。沙坪坝区因地制宜，精心打造多个“小沙”网红夜市。随着夜经济持续升温，越来越多市民走出家门乐享多彩夜生活。

重庆市沙坪坝区小龙坎街道的星河集市成立于今年5月，为市民提供了就业和创业机会，集市还设有大学生、下岗职工、残疾人等特色摊位。图为7月6日，小朋友在星河集市购买冰淇淋。

人民图片