

# 怀旧零食店 暗藏“零食刺客”？

记者走访福州两家零食店,发现部分商品未标价,或价格标签不起眼;有顾客说是“为童年情怀买单”,也有顾客觉得“上当了”

■海都见习记者  
林雅璇 文/图

“儿时的味道”“重拾儿时的记忆”……近年来,打着“怀旧”标签的零食店几乎遍布每个旅游城市,儿时的小零食再次出现在了消费者的面前。然而,近日有媒体报道,上海市多家怀旧零食店有不少零食为低俗包装,商品甚至无生产日期,有的商品没标价,到买单时才发现价格较高。8月16日下午,记者走访了福州市内两家怀旧零食店“你好,童年”(得贵路店)和“童年小食光”(南后街店),了解是否存在类似情况。

## 现场:店内有些商品没有标价

奶奶的缝纫机、老式自行车、复古梳妆台和放着《西游记》的黑白电视……走进“你好,童年”这家店,就仿佛穿越到了1980年代。而店内的设施和货架也基本复制了每个人的“儿时记忆”:磁带、海报、小水枪、毽子应有尽有,在超市里已经较难见到的奥必佳汽水、小浣熊干脆面、无花果干等小零食摆满货柜。

“第一次踏进店门时,有一种想哭的感觉。”出生于1998年的小波(化名)表示,

“好像走进了我的童年世界,满满的怀旧感。让我想起了很多小时候的回忆,真的越长越大越怀念小时候!”

正在挑选的顾客陈先生表示,偶尔会带小孩来逛逛。“这里的店家让我们随意挑选,不会强制推销,逛起来比较自在,但是价格就不怎么怀旧了。”陈先生表示,有些商品没有标价,只能结算的时候才知道,有些商品以前是五毛钱,如今卖到几元钱,让他“感受到了时代的变化”。

在“童年小食光”(南后街店),一对母女和记者同时进店。妈妈对女儿说:“这些都是我小时候吃过的零食,那时一角钱可以买好几样零食,一分钱可以买到两颗糖!”

在店里,还能听到许多中年人的感慨:原来这个(零食)还在卖啊。记者询问一位市民是否觉得店内零食价格偏贵,该市民则笑称:“算是为童年情怀买单了吧,毕竟也不是经常买。”



▲一名游客在怀旧零食店门前拍照打卡

◀一家怀旧零食店内,价格标签并不明显

## 顾客:不留心就会遭遇“零食刺客”

除了怀念童年之外,不少顾客认为这样的怀旧零食店是在卖情怀、割韭菜。记者注意到,进店拍照的人络绎不绝,但是买单的顾客却不多。

无论是“你好,童年”(得贵路店)还是“童年小食光”(南后街店),店内的零食价格大多是市面价格的2~3倍。小浣熊干脆面为3元一包、奥必佳汽水8元一瓶、星球杯2元一个,而几乎所有

售卖的小包辣条都为2元一包、糖果0.5元一颗。

此外,店内所有商品的价格标签都十分“低调”,白色标签纸上的字像蚂蚁般大小,而且都贴在不起眼的角落。不过,记者走访过程中,并未发现存在低俗包装或产品信息不齐全的商品。

来福州旅游的游客妮妮(化名)表示,在三坊七巷里闲逛,被“童年小食光”复古

的装潢所吸引,于是进店挑选了几样小零食。“结账时告诉我几包辣条几包糖果加起来要近50元,我感觉不可思议,但碍于面子还是付款了。”

“觉得上当了。”福州大学生小王则提醒道,要小心店里推销的花茶。“一开始会很热情地让你尝尝,结果稍微称一点竟然要120元。我和舍友说不要了,店员以已经出单为理由不让退。”

## 从业者:贩卖情怀的营销模式不会长久

克劳锐指数研究院于2022年6月发布的《2022年年轻人生活消费观察——食品饮料篇》数据显示,“怀旧心情”是年轻群体食品饮料四大消费观念之一。94.7%的年轻群体会因为怀旧心情而购买小时候的零食和饮料。不过,有41.6%的

年轻人认为,如果味道变化大,那么只会购买一次来满足怀旧心情、交智商税。

零食行业从业者江先生告诉记者,怀旧零食店大多是傍着景区、商业广场之类客流量极大的地方开设的,装修也是极尽怀旧之能事。大家逛

街时遇上了,或许就会进去看看,戳中某些回忆就有消费的可能。但这种消费的随机性和高价格,便注定了它做的是一次性生意。“消费者为情怀买单一两两次可以,但是高价购买已经不适合自己口味的零食,这种模式不可能长久。”

# “共享茶室”遍地开花 是新的“财富密码”？

共享茶室在福州兴起,不少市民选择在共享茶室会客、娱乐等,也有经营者尝试直播带货

■海都记者 刘锦涵 文/图

近年来,以“24小时营业”为特点的“共享茶室”在福州兴起。“共享茶室”是靠什么吸引消费者呢?为何茶室还需要“共享”,这门生意好赚钱吗?“共享茶室”的目标客群的规模有多大?又是谁在为“共享”买单?对于这几个问题,记者随机走访了福州的“共享茶室”进行了解。



福州一家共享茶室的前台

在福州仓山区奥体梅园酒店内,易金玲在这经营着一家共享茶室。在记者来到时,易金玲正在茶室的包间内整理茶具,她对记者解释道:“前一个客户刚刚用完这个包厢,现在又有客户下单预订,我就来打扫一下,提前开好空调等他们来。”

谈起共享茶室的目标客群,易金玲认为,共享茶室面对的客群较为广泛,其中25岁至40岁年龄段的客户居多。不同年龄段的客户需求也不相同,但共享茶室都能为他们提供服务。

她告诉记者:“有的客户不方便选择在家中或办公室会客,所以选择在茶

## “24小时营业”和“无人值守”是特色

易金玲介绍,大多数客户是通过同城平台提前预订的茶室。一些常客,还会使用茶室自有的小程序,自行选择房间并付费预订。消费者到来后,可以通过茶室提供的二维码,刷码进入茶室。

易金玲说,大多“共享

茶室”并没有全职的店员值守。“只需要兼职的阿姨定时维护茶室卫生即可,如果聘用全职店员会增加额外开支,况且24小时营业也不可能有人一直值班。”

“共享茶室”的生意如何?易金玲表示,周末和节假日客流较满,需要提前预

## “精准客群”与“跨界经营”是趋势

室会客。有的公司会借用茶室的会议室开会。也有客户会约上朋友来茶室看比赛、打牌等。”

在仓山区合蒲路的商业街内,陈杨的共享茶室正在装修。陈杨此前在外地经营共享茶室,至今已有1年多了。如今返乡开共享茶室的陈杨,在茶室开业前就已选择好了要服

务的客群。

陈杨告诉记者:“现在大多数‘共享茶室’还是设置在写字楼里,方便周边的商业人士。我的选择是寻找‘精准客群’,锁定为周边的小区居民,以解决他们饭后闲聊、会客的需求。”

共享茶室经营者张群心则玩起了直播卖茶的

订,而工作日预订的高峰期则在14时至21时之间。易金玲告诉记者:“原本刚开业,每天只有200元左右的流水,现在能稳定在500元以上,生意好时能破千。现在基本做到包厢费与开支持平,但共享茶室还有另一个收入来源,就是卖茶。”

“跨界经营”,以此提高收入。张群心的团队原本的主营业务是以直播卖茶为主,“我们团队直播时需要的房间是茶室,当时我就想,能否自己开一个共享茶室。这样一方面直播时可以为‘茶室引流’,另一方面也能通过收费的方式,降低工作室的租金开支。”