

# 夜市亮了

一座城市烟火气的形成,夜市、夜摊和夜宵店是有贡献的。疫情期间,它们一度销声匿迹。现在,在继续做好防疫措施的同时,城市在苏醒,夜市、夜摊和夜宵店都在回归。这样的回归,对我们是亲切是熟悉,对经营者们则是奋斗。“夜市亮了”系列,让我们的触觉和味蕾随着文字漫步。

## 有的营业到凌晨4点,有的不断开发新菜 在复工的近江海鲜城 你尝到的是奋斗的味道

本报记者 詹程开 文/摄



凌晨4点,最后一桌客人起身。其中一位抓起一张餐巾纸擦了擦嘴,眯缝着眼看看手表说:“直接吃早饭去?”

同伴们笑笑,彼此拍拍肩膀,出门了。“十多年没见了,这顿吃过瘾了吧……”声音渐渐远了。

稍稍用力地捏了一下自己的脸,餐厅里一位值守的服务员开始收拾餐具。

这里,是迁址半年的杭州近江海鲜城好运来海鲜餐厅。不久之前,老板王萌延长了营业时间。“营业额提升了一点。”

去年11月,海鲜城在延安路上的涌金广场重新亮相。紧挨着西湖,7000多平方米的营业面积,比原来大了几倍,商家们无不信心满满。

然而,疫情突然来了。

复工之后到现在,商家们都在想恢复人气的大招小招,涌动着奋斗的味道。



### 好运来海鲜餐厅: 营业到凌晨4点

因为菜品味道好,好运来海鲜餐厅一直有一批忠实粉丝。

从3月底恢复营业以来,前天晚上可以说是生意最好的一天了。

晚8点,点餐区里,前台接待忙着给顾客介绍,包厢已经全部满座。大厅里,几位服务员忙个不停,一边给客人上菜,一边解决客人提出的各种要求。

店里总共有130个座位。部分翻桌,晚餐时段,店里一共接待了156位客人。

老板王萌心里是开心的。

终于,生意变得好起来了。

王萌说,自从去年11月迁址重新开业之后,店里的生意也是一路上升,特别到了第二个月的时候,知道的老顾客越来越多,都赶来捧场。

“那时候,看着生意越来越好,信心挺足的,原本想着再下去就是过年,生意只会更好。”王萌说,我们有很多客人都提前预定了店里的包厢,基本上春节期间的包厢都订满了。“没想到,疫情来了,也没有办法再营业,预定订单只能全部取消。”

春节期间的订单量大,很多海鲜食材在年前都已经提前采购了,过年前后的海鲜价格也比平常要高,但这些活的海鲜又没办法长时间存储,最后只能低价进行了处理,其中的损失,只能默默消化了。

王萌说,3月底,近江海鲜城恢复营业以后,一开始的经营情况也是不太乐观,不过两个月下来,已经有了不少起色。

“最近这几天的营业情况都还不错,这两天周末,包厢都是订满的,但大厅里要每天坐满,还是不太容易的,大部分的时候,只能保证一半以上的人入座率吧,和疫情之前的高峰状态,那还是比不了的。”

为了让顾客能够吃得放心,餐馆每天早晚喷洒消毒水,里里外外都消杀一遍,所有员工也都必须要戴口罩上岗,餐馆也会给客人提供更加宽敞的用餐空间。比如,10个人就餐,可以给他们安排20人的

大包厢,避免客人之间接触过于紧密。

“我们也是想了不少的方法,比如给客人一些打折优惠,用价格来吸引食客,另外,顺应更多客人的需求,每天的营业时间也更长了,现在我们差不多会营业到凌晨4点左右才打烊,让更多晚来的客人都能够吃上东西,效果还是有的,最直接的变化,就是营业额提升了。”

### 一兵海鲜: 新推煎饺受欢迎

一兵海鲜也是近江海鲜城里的一块老牌子了,已经做了十多年,积累起来的一群老顾客,成为餐厅最大的资源。

恢复营业以来,一开始生意也不是太好,多亏了这群老顾客的支持,才让餐馆慢慢恢复元气。

“我们基本做的都是老顾客的生意。老顾客来,我们都会给优惠。不过,和过去正常情况相比,来的老顾客也有所减少,也就原先的三分之二吧。”老板方郁青说,老顾客来吃饭一般都会通过电话和微信提前预定,“以前,包厢当天一般是预定不到的,必须要提前几天预约才行,现在基本上当天都可以订到,每天勉强可以把所有包厢都订满。”

相比较包厢,大厅里的情况就比较随机了。人多的时候,大堂还可以坐满,人少的时候,就零零星星几桌。

“总体来说,我们家的情况还是不错的,一般晚餐时候,是一天里生意最好的时段。我发现,从这段时间来看,好像平常工作日的生意比休息天还略好一些。”方郁青说。

现在正处于休渔期,有些海鲜价格比较高,冰冻产品又吸引不了客人,方郁青也想了不少办法,专门到舟山、象山等发货地,去挖掘一些新的产品货源,“我们会尽量选择一些新鲜的,性价比高的产品,比如一些贝壳类的海鲜产品,让大家觉得好吃,又不会太贵。”

方郁青观察发现,这段时间以来,大家点菜的时候,会更加关注性价比。比如,过去请客吃饭,可能一桌花上三四千元,现在一两千也就搞定了,一家人出来吃饭,人均也就百来块钱,所以她也在思考,让大家花更少的钱,吃得更舒心。

因此,除了海鲜以外,餐馆还研发了一些肉制品、小炒类的菜,来吸引顾客。通过菜品的创新,让客人们在点菜的时候有更多选择。

“我们很多老顾客都是杭州本地人,所以菜式也会迎合他们的口味。最近我们推出的牛肋骨,还有一些小炒,都挺受欢迎的。这段时间,我们还专门做起了煎饺,纯肉馅的,韭菜馅的都有,我们自己包的饺子,煎好了上桌。我发现,还是很受大家的喜欢。”

### 海鲜城管理方: 全面推广公筷公勺

近江海鲜城总经理童波涛告诉钱报记者,目前海鲜城的人气正在逐步回升。

相比之下,几家老字号的餐馆,因为有大量的老顾客资源,而且经营的经验也更加丰富,所以总体形势还算不错。一些新开的餐馆,面临的经营压力会更大一些。

“我们目前也在想办法,计划在合适的时候,策划一些促销活动,一方面拉动市场的人气,一方面也是提升顾客对餐馆的消费信心。”童波涛说,为了让客人吃得更加安心,现在近江海鲜城的所有餐馆,都已经开始推广使用公筷公勺。这些公筷公勺都会及时进行消毒,保证每一位消费者的健康。



近江海鲜城内人气逐步回升