



# 为了让客户吃到更新鲜的蛋糕,小夫妻在滨江开出分店 守与留,进与退,千方百计求生存

本报记者 葛晓娟 胡大可 张宇灿 杨茜 边程壹 方力 施雯 詹程开 谢春晖 章然 盛锐

## 坚持



邀月楼生意不错 林云龙 摄

“90%是老客户，这是我们经营的动力。”

要论杭城气场最足的老板娘，新华路邀月楼的黄桂莉绝对算一位。黄桂莉今年63岁，依然中气十足。她在店里和相熟的顾客聊天，一口爽朗的杭州话，烟火气尽在其中。

邀月楼最开始5年开在城站火车站附近，后面30年稳稳扎根在新华路上。黄桂莉拿起一叠预订单说，老味道、菜量大加大众消费价，让邀月楼在竞争中胜出，“因为有如此多的老客户，疫情对邀月楼的冲击相对小一点。”

为了对抗困难，这几年，很多小店正在想尽办法：想办法留住客户，想办法提升服务，想办法拓展销路……想办法，成了很多杭州小店的日常。

## 1 范范的餐饮店 留住老粉丝,还要想办法推出新菜单

“我妈劝我把店关了，回老家去。”42岁的老板娘范范说。

范范的餐饮店开在伟业路上。

疫情进入第三年，“难”是她感受最深的地方。“我的店如果一天营业额不到2000元，就是亏的。店租金一年15万元，三个员工每月要发2万元薪水，加上其他开支，一个月6万元成本是要的。”

范范的店开了三年，客源比较稳定。“基本都是老客，很多都处成了朋友”，这是她比较欣慰的地方。

半夜开车去勾庄进货，日积月累形成了黑眼圈，这些都不是范范的难点。她面临的困难是，整个行业的不景气以及不断增加的成本压力。

范范说，前几天找了房东，房东答应今年不涨房租，“旁边的药店刚刚关了，房东也知道再出租比较困难。”

范范一直在想办法：换菜单，推出减脂餐、推出豆花系列；如何在保证餐品质量的前提下控制成本；如何靠优质服务留住粉丝。

范范说，去年没有亏本已经很难了，“全靠老客的支持。”

她不想轻易关店。当年转来这家店时，转让费出了10万元，装修是10万元，如果关了，这20万元就没有了。“想了很多办法，成本更加可控，我觉得店应该是可以守住的！”

她读高三的女儿选择了艺考。范范想多赚点钱，来支持女儿的梦想。

“我妈看我每天那么辛苦，总让我回沈阳，她心疼我。”范范说，可自己已经习惯了杭州的生活，觉得这里的人和环境都不错，“还是想在杭州待着。疫情总会过去的，对吧？”

范范今年想去学点新东西，“去考一个普拉提的教练证，也算有一个新技能。”范范的朋友圈晒出了一段弹钢琴的视频，配着一句话：生活，就是自己给自己添点色彩。

## 2 小夫妻的蛋糕店 不到10万元一年的店租,捡漏了

昨天，90后夫妻丁程威和陈晓慧的第二家“小町野甜”店开业了。

“一年半前，我们加盟了一家省外比较知名的蛋糕店，在下沙开了全杭州第一家门店。”陈晓慧说，开蛋糕店是她提出来的，“当时生完宝宝，就想着开蛋糕店。”

虽说是加盟，但运营几乎全靠自己，为了开好这家店，丈夫丁程威辞职加入。

也就半年左右，他们的店成了众多年轻人的心头爱。

去年10月，因为分歧，陈晓慧放弃加盟，创立了属于自己的“小町野甜”品牌，决定开一家新店。

今年春节后，小夫妻觉得开新店的时机成熟了。“小町野甜”第一家店在下沙白杨桥美食街开业，“相比繁华商圈，这里更加安静。”陈晓慧说，因为店开在家人的饭店里，不用负担店租，给他们减轻了不少压力。

随着订单量上升，出现了新的问题，“下单客户主要是年轻白领、网红等，收货地址多半在滨江、萧山和市中心，需要小哥送。距离太远，送货成本高，客户的体验感也差。”

于是夫妻俩开始找新店面，最终在滨江旭辉城一带找到了合适的，“算是捡了个漏，店租不到10万元一年，位置靠近大小莲花。”滨江店开业后，由陈晓慧负责运营，丁程威继续打理下沙店。

很多亲友都在夸这对90后小夫妻。丁程威常告诉他们，只有自己做生意，才知道这背后的艰难，“熬夜到凌晨两三点是常事。”要知道，员工不够时，陈晓慧会自己动手做蛋糕。

前不久，杭州推出40条服务业纾困扶持措施，其中第十六条提到：降低平台经济参与者经营成本。作为外卖平台参与者，陈晓慧很希望这条措施能尽快落实。

疫情还在反复，“小町野甜”蛋糕店的订单跟着起起伏伏。“继续努力加油吧，今年的目标是把两家店经营好，把好吃好看的蛋糕分享给更多人。”陈晓慧说。

## 3 年轻妈妈的奶茶店 店里的每一款奶茶都是她自创的

杭州临平山北，城市和农村的交界处，重庆妹子付美丽开的“围裙妈妈”奶茶店是网红一般的存在，小店里摆设精致，有可爱的漫画。

不过，最近小店闭门装修，重新开业后面积会减少一半。

装修是迫不得已。今年租约到期，其中一间店面房的房东说要涨3万元一年房租，付美丽不干，直接退了租。如果她答应涨租，恐怕这一带店面也会跟着涨，整条街的小老板都会负担加重。

付美丽2015年升格为母亲后，宅家成了全职妈妈。带娃两年后复出，上了几个月班就辞职了。她开始做私房菜馆，后来认识了做饮品的朋友，就在家附近的荷禹路上租了个店面卖奶茶。

店里的每一款奶茶，都是付美丽自创的，不少成了爆款。她每年要开三四十款新品，小店每天卖出600-800杯饮品。

开店第一年，只雇了一个店员，忙得不可开交，因而对待客户心直口快。“我脾气火爆出了名，没想到很多人慕名而来，想看看我究竟是个什么样的人，店里的生意反而变好了。”付美丽开玩笑似地说。

其实付美丽对人很好。店里有一款伯爵奶茶，几乎没有人喜欢，但有个顾客天天都会来点一杯。为了这个仅有的客户，付美丽没有下架这款奶茶。天冷时，付美丽做姜茶，免费供应给社区防疫志愿者。

疫情当前，付美丽的店是为数不多的“活得还不错”的小店。她说，开店的最大压力来自自己，“要不断变化，不断创新”，也许正是这一点，让她的小店能抗住狂风巨浪。



刚开业的“小町野甜”滨江店



调查报告