



# 寶藏店明珠蒙塵 年輕人用腳投票

## 五星好評不可靠 低分餐廳人氣旺

### 3.5分飯店現象

早前，26歲的林莉背上行囊，開啟了一個人的蘇州之行。吃了蟹黃麵、大蝦生煎、紙皮燒麥、雞頭米，幾乎沒有踩雷。「我主要找評分4分左右（5分為滿分）的餐廳，或者是很多叔叔阿姨幫襯的店。」大數據時代，吃飯之前先打開點評類APP看評價，是很多年輕人的習慣。但他們秉承的原則卻是「依賴卻不迷信」，正如此前有關「評分低的飯店可能更好吃」「3.5分飯店」的話題頻頻火上熱搜，本屆年輕人有想法、有態度，「跟風」打卡網紅餐廳的同時，也喜歡尋找明珠蒙塵的「寶藏小店」，希望在覓食路上偶遇驚喜。

大公報記者 黃寶儀

白領林莉是個「背包客」，「獨自出行，最大問題是吃。」剛開始的時候，林莉都是選擇點評類APP上4.8、4.9的高分餐廳，結果卻不盡如人意。「也許是期待太高，也許是眾口難調。」

### 高分店「踩雷」味道大失所望

廣州白領愛麗絲說自己最近一次「踩雷」是在廈門。看到很多人推薦打卡雙子塔的高空下午茶，愛麗絲和閨蜜選了一個高分餐廳，預定了一套將近300元人民幣的英式下午茶。「顏值在線，就是味道連中規中矩都算不上，意麵甚至不如連鎖店出品。」

有過類似經歷的人很多。林莉幾次踩雷之後，不再單純看評分，而是到了地方後先看看餐人評，「如果老人家比較多的話，一般都有保證。事實上經過這樣雙重篩選後，往往能發現驚喜。」後來林莉發現，這些餐廳不一定分數很高，有的甚至連4分都不到，在這個「4.8分算合格，4.5分勉強可以」的時代，林莉也沒想到「低分」餐廳居然是反璞歸真的存在。

如果不是記者問起，家住廣州天河的劉林根本沒留意到被他當成長期飯堂的快餐店，竟然是一家評分不到4分的餐廳。「吃了10多年，味道一直沒變過。」小店沒有上外賣平台，桌面上也沒有掃碼點單標記，幾位阿姨在現場忙着做菜，偶爾還跟食客聊上幾句，場面格外溫馨。劉林說，街坊經常來幫襯這小店，「附近居民大概沒人打過分，但大家會用腳來投票。」

「餐廳與食客，其實是一個雙向選擇的過程。」廣州本地食評家勞毅波告訴記者一個真實的故事：開在廣州老城區的一家小店，多年一直出品穩定，但在拿到米芝蓮餐盤獎後，點評類APP的負評大幅增加。老闆請專業人士對這些負評內容進行畫像，發現他們大多是只消費了平價菜的客人。為了避免陷入惡性循環，老闆將菜品價格提高了50%，將有限位置留給真正懂欣賞的人，不久店舖就回復到好評如潮的狀態。

### 理性消費 本分餐飲更有空間

在互聯網時代，搜攻略、看評分，已經成為消費新習慣。但打分點評的標準，實際上因人而



▲開在廣州小區內的店舖，是周邊打工人和居民的飯堂，沒到飯點都滿座。大公報記者黃寶儀攝

## 拒絕買「好評」推廣 用心經營回頭客

### 口碑為王

從香港到內地，經營茶餐廳的港青Jack曾經很迷茫。「以前做餐飲，更注重食物出品，但現在大家更關注平台上的運營、推廣。」Jack回想起創業初期走過的彎路，不由苦笑。據他透露，店舖評分牽涉到店舖曝光率、排名高低等方面，一般需要買平台推廣、上架團購套餐、參與平台抽成等，其中推廣計劃每天投入過百元，團購套餐的抽成大概是7%，加上購買類似QQ空間裝扮的門店裝飾等，每個月平台推廣投入至少要花費數千元。他告訴記者，平台活動確實吸引了不少客人，但最後核算時才發現，推廣部分的投入就佔了總成本的30-40%，基本上只能保證不虧本。

經過3年試水，Jack終於「玩」明白了，他果斷關了開在商圈的店舖，重新選址在一社區附近開了新店，「新店沒有進行大規模推廣，只是做

了一些小優惠，保證店舖能在平台上拿到一個不太低的評分。」原先投入平台活動的精力，如今Jack都放在與老顧客的聯繫和維護上，例如針對社區居民推出定製的生日套餐、露營套餐等服務，「只要做好回頭客的生意，店舖就可以正常運轉。」

如今不少人都像Jack一樣，看重私域流量的經營。廣州烹飪協會秘書長羅四海最近開了一家名為「木棉精造」的融合菜館餐廳，以年輕人為目標客戶，平時都在群裏發布菜單和優惠信息，「經營私域流量，主要是因為不想玩評分機制。」羅四海說，如今餐飲企業最怕遇上高級會員「打差評」，「高星vip給了差評，平台會立刻給餐廳降分。」羅四海說，一些餐飲企業重視私域流量的運作，更加注重出品、服務，對餐飲業長遠發展也是好事情。

◎青島旅遊人：有人圖好吃，有人圖心情，得分低的其實大都被扣在服務和環境上，這與好不好吃其實不一定有直接關係。

### 網友熱評

◎大家注意看我走位：老吃貨提醒大家，3.5-4.2之間最真實。然後點進評論區點最新評價。

◎小腳太小：你可以懷疑高分，但低分真的有的理由，還是要看評論。



▲除了熱衷打卡網紅餐廳，時下年輕人也愛幫襯「低分」飯店。圖為1月7日，遊人在雲南麗江古城享受美食。新華社

◎沉默玩具toy：3.5分飯店差往往不一定是因為口味，而是服務和衛生差，但凡能經營很多年的店，口味差不到哪裏去，高分的餐廳服務和環境會比較較好，而不是口味最好。

◎鵝城-馬邦德：不看評分，只看店齡。

大公報記者黃寶儀整理

▲不少網友分享美味的「低分」餐廳。



▲市民在江蘇省連雲港市一家火鍋店用餐。新華社



▲某評3.4分我却依旧10刷的貴州小酒館！

## 「刷單」已過氣 現流行「上鏈接」

### 宣傳手段

在短視頻風生水起之前，「刷單」是很多餐廳喜歡的活動。全網粉絲逾十萬的GIGI（化名）是最早玩評分的一批博主，「開始只有大眾點評一個平台，也還沒有商業化。」那時GIGI還是大學生，寫點評只為了好玩。沒想到積累了一點名氣後，有人找上門了，一次大概是三三位數的報酬。GIGI告訴記者，當時無論餐廳還是組織者，對於好評都沒有硬性要求。

慢慢地，有博主或餐飲企業從中發現商機，逐漸變成代理公司打包幫餐廳進行平台的運營管理，「刷好評」也有了「規範要求」，例如每次參加活動的達人比例要達到50%、評論的圖片要精修、必須5星好評等等。「最火的時間是2017、2018年，當時連一些網站都成立了專門的部門，承接刷單任務，每次組織60到200人不等，到餐廳舉行品鑒活動。」阿平是一名旅遊博主，早期也參加過不少餐飲試吃，「後來隨着《中華人民共和國電子商務法》等法律法規出台，平台也加強了對刷單的查處，加上短視頻平台流行，很多早期從事過刷單業務的博主都改做直播或者探店了。」

平台加大力度打擊「刷單」後，曾倍受餐廳歡迎的「刷好評」，已經變成「上鏈接」。GIGI也轉型成為探店博主，「每次探店前餐廳會提供一個主題，和博主商量好主要框架，就像記者採訪做提綱一樣，最後上架視頻會附上購買鏈接，跟直播帶貨差不多。」GIGI說，不同餐廳對於探店視頻有不同要求，有的看出單率，有的看成片質量，通常粉絲量上萬的博主都能接到訂單。



▲廣州天河的體育東路是有名的網紅食街，每天都吸引不少博主前來探店、直播。大公報記者黃寶儀攝

## 商圈重評分 社區重口碑

### 精準定位

「同樣是咖啡店，我把店舖開在順德社區，更在意口碑和客戶黏性，評分作用不大；朋友的店開在廣州的商圈，高分好評的引流效果就很明顯。」在MOONNA咖啡烘焙的店主梅卿看來，評分的作用取決於客流和地段。

早在開實體店之前，梅卿就以私人訂製的方式經營了一段時間咖啡烘焙，並積累了不少客源。梅卿的MOONNA咖啡烘焙約100平方米，與花店聯合經營，裝修是時下流行的網紅風。雖然店面很適合拍照打卡，但梅卿的客戶卻是以社區復購為主。開業初期，梅卿聘請專業團隊進行了為期半年的點評類、視頻類及外賣端平台的代理運營，包括在平台上做推廣、邀請博主打卡、開發小程序等，「大概花了8000元，我的目標很明確，新店需要曝光和客流，穩定下來之後就撤走。」因為梅卿很清楚，街坊生意更在意口碑，評分作用不大，「周邊店舖生意都不錯，但沒有一家的評分超過4分。」

而梅卿另外一個開店的好友就很在意評

分，「也許是因為在一線城市或是旅遊區，消費者的選擇比較多，高分確實能起到引流作用，但對於其他地段的店舖，平台評分並不能起到決定性作用。」對此，港青Jack表示認同。他認為，在商圈消費的消費者往往需要通過搜索推薦來確定選擇，而開在居民社區附近的店舖，需要關注評分，但不需要刻意為此花費太多的開支和精力，「金杯銀杯不如街坊的口碑」。



▲1月1日，市民在廣州品嘗美食。中新社