

價廉物美服務佳 全網宣傳營銷強 內地食店紛南下 激活市道引競爭

誰說香港飲食業無得做？香港文匯報昨日回訪南下進駐香港的內地餐飲品牌，其中，沙田多個商場的內地餐飲品牌開到成行成市，火熱程度未減退，午膳時段大排長龍，往往要輪候半小時至一小時才能入場。這些食肆帶旺區內人流，激活市道，同時也為香港飲食業界帶來新衝擊和啟發，尤其在營銷策略方面更帶來了啟示。有食

客表示，內地餐飲品牌擅長進行網絡宣傳策略，當初是在社交平台見到相關優惠後「心動」遂來嘗鮮，之後被相宜的定價、殷勤服務吸引成為回頭客。香港飲食業界承認，內地餐飲品牌的菜品質素、優惠價格、營銷手段及良好服務均值得香港業界借鏡，樂見兩地良性競爭互相進步。

◆香港文匯報記者 張弦



◆內地品牌陳鵬鵬菜館，午膳時段顧客需輪候入場。
香港文匯報記者曾興偉 攝

◆「蜜雪冰城」即將進駐沙田。
香港文匯報記者郭木又 攝

◆太二酸菜魚餐廳幾乎座無虛席。
香港文匯報記者曾興偉 攝

◆「探魚」主打烤魚，店內高朋滿座。
香港文匯報記者曾興偉 攝

兩全其美

港人就近嘗新鮮 港漂品食家鄉味

愈來愈多內地餐廳品牌進駐香港，不但方便港人無須北上就可嘗試內地餐廳食品的口吻，還讓在香港遊玩、留學或居住的港漂、內地旅客可以吃到熟悉的味道。



香港市民 Stephen

港人 Stephen 向香港文匯報記者表示，今次在朋友的推薦下幫襯在沙田開業的一家內地品牌滷鵝店，「看餐廳菜單覺得價錢合理，亦較香港的餐廳便宜一些。」

Stephen 說，自己曾多次與朋友北上深圳行街，多次幫襯深圳的餐廳，但以飲茶居多，未曾惠顧深圳該滷鵝店。對有不少內地餐飲品牌進駐香港，Stephen 認為是好事，「可以不用出境去深圳或內地其他城市的情況下，吃到內地受歡迎的一些連鎖餐廳的食品味道，而且有競爭才有進步，希望本港食肆也不斷提升服務和出品。」



內地學生李先生

在香港讀書的內地學生李先生表示，知道陳鵬鵬是深圳品牌，但他沒有在深圳幫襯過，「最近看到陳鵬鵬中午推出一個190多元的二人套餐，感覺比較抵所以來，平時亦會想嘗試光顧在港開業的內地品牌餐廳。」

到香港遊玩的內地旅客莊女士曾在深圳光顧當地食店，「今次發現香港亦有分店，便想嘗試吓與深圳的店有什麼不同。」她發現這間店的菜品價格比深圳貴，但認為偶爾食幾餐不會考慮價錢問題，主要想嘗試吓熟悉的菜品味道，又認為香港店的服务態度也很理想。



內地遊客莊女士

◆文：香港文匯報記者 張弦
圖：香港文匯報記者 郭木又

內地餐飲品牌經過周詳的市場研究後，大舉進駐中產聚居的沙田商場。香港文匯報記者本月先後兩次到沙田新城市廣場、好運中心、沙田中心三大相連商場直擊，映入眼簾盡是多間內地品牌餐廳，蜜雪冰城、太二酸菜魚、探魚烤魚、深圳瀾鵝店、陳鵬鵬潮汕菜館……所有知名的內地餐廳都集中這區。

食客：內地品牌非常識宣傳

兩次採訪都是午膳時段，同樣人頭湧湧。開張三個月的陳鵬鵬潮汕菜館，門口聚集大批排隊入座的食客，一般要輪候半小時至一小時。香港文匯報記者發現，店方採用了不少內地流行的行銷策略，例如「潮汕糖水第二份半價」廣告牌的右上角有陳鵬鵬7個社交平台的賬號二維碼，包括抖音、小紅書、大眾點評、FB等。據業界表示，內地餐廳透過吸引食客關注其社交平台，進行大量宣傳，例如定期通知優惠、新菜式等，增加客人對餐廳的黏性，培養回頭客。

探魚、太二酸菜魚的火熱程度更有增無減，餐廳座無虛席，門口位置張貼着「98元午市限定一人餐」，套餐包括一份烤魚柳、一碗飯，以及一碗冰涼粉，相較本地烤魚店的價格似乎更「抵食」。

等候入場的陳女士向香港文匯報記者表示，之前曾北上深圳逛街、飲食，當地餐廳價錢便宜、服務質素優質，「平日都有玩抖音，有時會見到一些內地餐廳的宣傳短視頻，現在街上亦看到小巴車身上貼有相關廣告，好吸引，好想試吓，內地品牌真係非常識得宣傳。」

另一名等候的長者表示，由於未曾北上幫襯，見香港有分店於是來品嘗，「睇到價錢之後覺得不錯，又見到宣傳牌上第二份糖水半價，感覺很吸引。」

香港餐飲聯業協會副主席林國亮向香港文匯報表示，近期整體餐飲業的市道比之前好轉，剛過去的母親節以及父親節生意額較往日改善，他指出特區政府為吸引市民及旅客作出不少努力，包括舉辦龍舟盛事及表演，但整體市道仍然未恢復，需要慢慢好轉及恢復。

業界：港同行需學成功之道

對不少內地餐飲品牌進駐香港，更受到港人歡迎，林國亮坦言，這無可避免令本地餐飲品牌產生危機感。他認為內地品牌受歡迎，是因為港人北上之後認識不少內地餐飲品牌，發現價錢便宜，之後見到香港也有相關分店開張，遂前往幫襯，「如果開張初期的新鮮感過後，仍然有很多香港人繼續去進餐，就證明其食品質素不錯。」

他認為，本地飲食業想要吸引及留住顧客，就必須從受歡迎的內地餐飲品牌身上領略成功之道，包括優惠價格、食品質素、獨特菜品、靈活應用社交平台進行營銷和宣傳的手法，以及良好的服務，「服務好重要，所以我認為輸入外勞可以幫忙解決人手不足的問題，人手足夠後，服務質素自然會提升。」

地產界：店舖汰弱留強 勝過一潭死水

特稿

內地飲食品牌大舉進軍香港，港人無須北上亦能盡享大江南北的內地美食。有香港地產界人士指出，有關現象為香港地產市道帶來新景象，惟暫時仍處於試水階段。這些食肆需要時間摸索香港市場，以及香港勞動市場、牌照規定等客觀條件對營運食肆的影響，過程中難免有食肆因未掌握舖位所在地區的特性、客路等而觸礁，甚至結業。但所謂「一雞死一雞鳴」是香港飲食業的常態，汰弱留強，飲食業才能不斷進步。

美聯旺舖營業董事何漢明接受香港文匯報訪問時表示，受制於經濟有待恢復，以及持續高息環境，食肆、零售商舖買賣淡靜，租金較復常初期普遍下跌。一線區域如尖沙咀、銅鑼灣等商舖跌幅5%至7%，黃金地段的店舖呎價較堅挺，每呎租金企硬100元左右，「那些人均消費千元以上的高檔食肆，如一些獲米芝蓮評級的名店、私房菜等，生意較穩定，呎租較穩定。」但二、三線地區，尤其接近關口的新界區的商舖租金跌幅最大，達12%至20%。

「過江龍」試水溫莫太急進

隨着不少內地餐飲龍頭品牌部署進駐香港開連鎖店，為香港地產市道帶來支持，「這給市場帶來正面氛圍，但始終仍處於試水階段。」部分內地食肆品牌因為未睇透香港市場、牌照法規等，未敢大肆開分店。但他預計年底若新開個人遊城市旅客數量理想，加上美國減息，食肆、零售有望止跌回升。「隨着舖租下降，也很快有看好後市的經營者入場，市場仍具動力。相信到年底底整固期應開始告一段落，市場有望重新進入擴張期。」

進軍一個新市場，先要企穩陣腳才考慮擴充業務，但部分內地飲食品牌可能過於進取，最後結業收場，例如有內地蔬果茶連鎖店在港連開三間分店，其中銅鑼灣波斯富街的分店早前結業，飲食業界認為是該連鎖店的策略錯誤，不能以偏概全總結是整個市場萎縮，更何況汰弱留強對促進行業進步有積極作用，外界不應過於悲觀。

盛滙基金創辦人李根興指出，不少內地餐飲品牌低估打入香港市場的難度，最終要打退堂鼓，「他們始終是過江龍，無咁熟悉香港環境，其實不論內地品牌又好、香港又好，總有人租咗先發現個個份、客路不似預期，要退租重整市場策略。」

◆香港文匯報記者 王偉