

## 子固路拌粉品牌拆解报告

### 免责声明：

本报告所有数据均来自第三方平台，加盟评论不对数据的真实性负责。  
加盟评论提供的信息支持并不全面，不足以支持您做出 100%正确的选择。  
投资有风险，加盟需谨慎。

### 一、品牌拆解

官网：<http://zigulubanfen.com/>

#### 品牌特色：

主打：子固路拌粉 - 南昌拌粉领先者。

形式：偏小吃的快餐店

商标信息：子固路拌粉

申请日期：2019 年 6 月申请

商标归属：杭州匠盒实业有限公司

法定代表人：鲍雨薇

电话：13588290029

门店数量：136 家

宁波市(27)

杭州市(23)

上海市(19)

金华市(15)

浙江省(27)

江苏省(18)

福建省(2)

安徽省(1)

山东省(1)

广东省(1)

广西壮族自治区(1)

四川省(1)

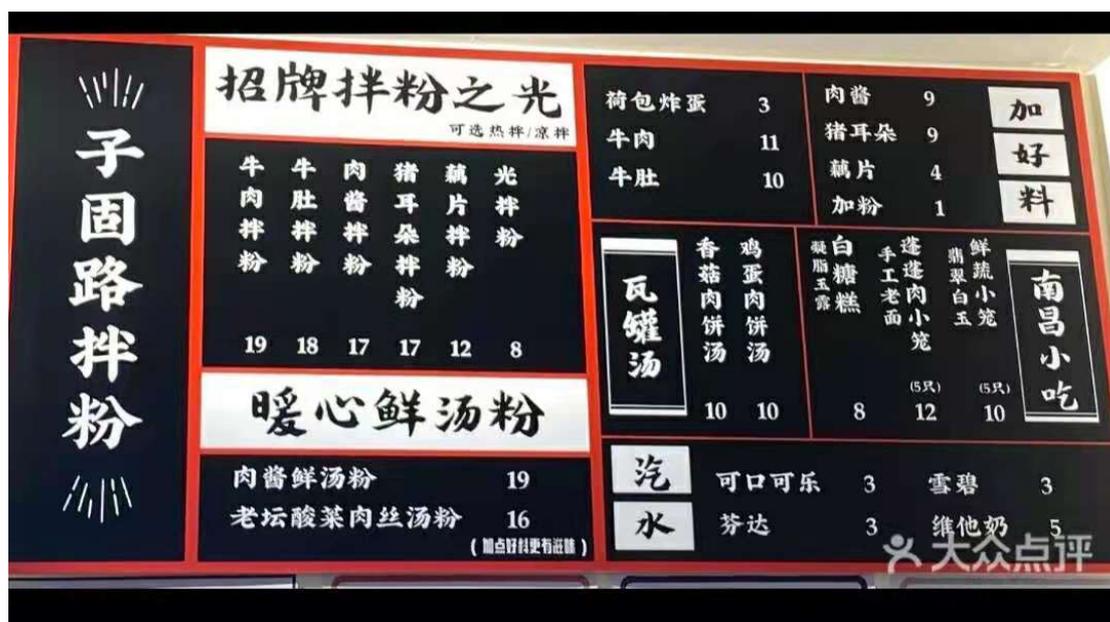
#### 总结：

1, 该品牌总部在杭州，在总部所在地杭州和总部所在省浙江拥有绝大部分门店，符合商业发展规律。**初步判断不是快招品牌。**

商业机密，禁止传播

2, 该品牌商标注册 2019 年 6 月, 创立时间很短。2021 年 6 月在全国已经有 136 家门店, 两年时间, 这种发展过于迅速, 值得引起注意。一方面, 可能是门店模型投资额较小, 对于小本创业者比较友好。另一方面, 可能是业绩表现不错, 吸引了大金主的注意, 总部扩大了直营店开店规模。

## 二、产品组合拆解



该品牌的产品组合非常标准化。这对加盟商操作会带来极大的便利性。

基本产品组合为：

- 拌粉（汤粉）+料
- 拌粉（汤粉）+小吃
- 拌粉+小吃+汽水（瓦罐汤）

客单价：20-25 元

产品组合比较简单，导致门店面积没必要太大。

该产品组合出餐速度很快，也适合外卖。

## 三、选址拆解

二线城市：宁波

宁波门店主要分布在购物中心，以及繁华的商业街。周边业态也都以小店和小吃为主。宁波

对米粉米线有天然的接受度。

四线城市：台州及以下区县

台州主要分布在购物中心的美食区，以及县城核心商圈的商业街。

乡镇：

主要分布在商业街。

北方城市：潍坊

潍坊只有一家店，主要分布在万达金街作为商场配套的商业街，周边业态以小店和小吃为主。

#### 四、外卖拆解

宁波（二线城市）：

外卖客单 16 元。

商圈一内优质品牌单量 5200 单以上，它的表现 1200-1800 单。**表现中等偏下。**

商圈二内优质品牌单量 5300 单以上，它的表现 800-1800 单。**表现中等偏下。**

台州（四线城市）：

外卖客单 16 元。

商圈一内优质品牌单量 4300 单以上，它的表现 1330 单。**表现中等偏下。**

商圈二内优质品牌单量 2400 单以上，它的表现 700 单。**表现中等偏下。**

**特别值得一提的是外卖价格比堂食价格略贵。**这比较诡异。原因可能在于外卖的分量比堂食的分量更多。

因为堂食需要减少分量，以带动小吃和饮料的销售。而外卖如果按照堂食分量，会引发消费者的反感。

乡镇（义务）：

**很多没有上外卖，或外卖销量几乎可以忽略不计。**

潍坊（北方城市）

没有上外卖。

#### 五、需求推理

从一线二线城市宁波、杭州和上海，一直到县城三门县、昆山市（县）、常熟市（县），再到乡镇义乌市佛堂镇、义乌市苏溪镇，这样的**下沉深度说明了子固路拌粉在江浙地区在消费者**

的认知里是没有任何问题的。不管是产品组合，还是价格区间，江浙地区各种层次的消费者都能接受。

作为一个有一定网红属性的品牌，一二线城市宁波、杭州和上海，它的客户群体是年轻人。中老年人反应非常一般。年轻人吃的是时尚和味道，并且很容易喜新厌旧。所以装修风格和网红氛围的营造非常重要。从运营的角度而言，如何保证始终吸引这帮喜新厌旧的年轻人，这是重中之重。所以，**从选址上年轻人多、不受制于周边客流、网红品牌聚集的位置非常重要**。尽管代价不低，但只要产品有竞争力，品牌不会很快被抛弃。

此外，针对一二线城市的写字楼人群，一个特色主食品牌是很难打动写字楼人群的。除了口味之外，它的价格必须有足够的吸引力。堂食 20-22 元的小店，其实价格本身已经非常有杀伤力，而且在动线上非常难以外卖。所以您会发现，**在一二线城市的写字楼人群的处理上，它基本上是主做堂食，而外卖上做的很差，月销 200 单以下是常态，而不上外卖也是常态**。这样带来的问题有点严重，旁边的人堂食和外卖都做，而你只做堂食客单还很低，很容易产生的一个后果：**房租和人工稍微上升时，对你的利润影响特别大，很容易倒闭**。

所以，**小店到底是以堂食为主，还是外卖为主，这是您在一二线城市选址的核心**。如果堂食为主，选址该如何抉择，堂食面积应该多大。如果要发展外卖，门店位置如何选择，该如何规划门店面积和门店动线，这都是您需要接下来进一步研究和学习的。

而下沉到三门县、昆山市（县）、常熟市（县）这样的县级市，甚至义乌市佛堂镇、义乌市苏溪镇这样的乡镇时，消费力会急剧下降，并且外来人口的比重也会急剧下降。虽然外来人口占比还不小，但是本地人口的消费会很克制。平时在家做饭，只会偶尔出去吃顿好吃的以慰劳自己。所以，这个时候的需求是“特色强，味道好，分量足”的需求，尤其是“味道好”非常重要。因为乡镇人口固定，“味道好”是增加复购的基础。“分量足”和“价格低”是这群人的另外很重要的需求。从选址上而言，**年轻人最喜欢的餐饮集中区是它最好的选择**。

在北方，人们对米粉的接受度普遍不高。尤其是低线城市，对于米粉的接受度相当的低，对于特色米粉的接受度就更低了。所以北方做南昌拌粉是需要非常慎重的。目前唯一的案例是北方三线城市的山东潍坊市。**当地消费者的基本需求就是尝鲜，所以需要大流量。而写字楼的消费者的基本需求是便宜，所以需要较低的价格。所以，当地的万达金街是理想中最好的选择**。目前看起来，潍坊的测试是成功的。但能否在更多北方城市适用，需要看更多门店表现。

## 六、总体评价

子固路拌粉最近上升势头非常猛，两年时间开出了 136 家门店，并且保持了较低的关店率。**在现在的时间点有较大的加盟价值**。

在杭州、宁波和台州等南方城市，南昌拌粉以特色主食形式出现。价位区间在 20-25 元，有相当的竞争力。它适合开在购物中心和商业街。目前浙江、江苏、上海三个省份从一线城市到县城都已经被初步验证。您觉得环境与这些地区环境接近的也可以进行加盟尝试。但要注意平衡堂食和外卖的关系。这个需要具体情况具体分析。

在潍坊等北方城市，目前样本太少。从用户反馈来看，它更多的是作为特色小吃（非特色主食）存在，点单频次非常低。主要是堂食消费为主，以至于根本就没有开外卖。北方市场需要有更多的开店数据验证，才能确定它是否适合北方市场。目前北方不建议加盟。

#### 加盟评论简介：

加盟评论是一家服务加盟商的独立评测机构。以加盟商利益为基本出发点，以品牌数据、当地数据和老加盟商经验等维度，帮加盟商做出成功概率更高的决策。我们认为动辄几十万的投资需要非常慎重。您需要更多的品牌数据、更深入的本地理解、更精细的自我分析，以及更专业的团队来辅助决策。

#### 首席分析师简介：

龙真，加盟评论联合创始人。龙真是知名创业媒体 i 黑马创始人，上市公司创业黑马副总裁。我们还管理着一只天使投资基金-科方基金。我们从 2016 年介入实体投资，沟通了 2000 多个品牌，投资了 17 个品牌和 68 家门店，涉及金额 6000 万元。

可以不夸张的说，我们是中国经验最丰富的“多品牌多门店加盟商”之一。品牌矩阵涉及餐饮、零售、服务、教育、文创等全领域，基本都是细分领域的顶尖选手。品牌包装、选址定位、产品组合、成本控制、运营策略，我们深度参与了门店的方方面面。

#### 联系我们：

