



# 高颜值网红店火爆年轻消费者微信朋友圈 不少实体店转型瞄准了 打卡经济

随着颜值经济的兴起,不少年轻人会四处网罗各种拍美照的场所,约上朋友一同前去打卡。在我市,也涌现了一批适合年轻人打卡拍照的网红店,这些店可以是配饰店、服装店,也可以是咖啡店、餐饮店,这类店通常以雅致的环境、超高的颜值以及季节限定的新品让打卡一族趋之如鹜。有些店主还会追求热点,紧跟时尚潮流,专门开辟拍照区域,让其成为网红打卡圣地。

这类被年轻消费者热捧的网红打卡店,有什么独特之处?它们带来热度之余,能否为传统的实体店转型带来启示?日前,记者对此进行了一番调查。

融媒记者 吕琳萍



前来网红店打卡的年轻消费者

## 配饰小众而精致

### 深受95后消费群体喜爱

近日,记者来到位于宝龙广场的一家精品首饰店,约90平方米的店铺装修简洁干净,商品琳琅满目,拥有一整面墙的耳饰、发夹以及设计感满满的包包,店内还有多个适合拍照的角落,吸引了不少路过的年轻人驻足挑选。

记者逛了一圈,发现耳饰的价格基本在100元以内,一个普通材质的戒指在59元-89元之间,对比网购价格略有偏高,不过胜在设计独特又小众,并不容易撞款。在店内还设有大理石纹的两级台阶,上面摆放了几个蒲团,供到店顾客休息。

店面的陈列会经常换,让消费者时刻保持新鲜感,而且饰品都是韩国商家直接供货,很多都是小批量生产的,卖完就没有了,容易成为大家所喜爱的孤品。店主胡艳琳说,这一代年轻消费者更愿意为设计和风格买单,在爱美这件事上并没有很明显的年龄段限制,不过到店最多的就是18岁-25岁的年轻人,她们平均每次的消费水平在200元左右。

几十元的东西买起来并不会很心疼,碰上超级喜欢的配饰,偶尔也会一次花费四五百元。今年20岁的徐煜焰表示,自己是一个狂热的配饰爱好者,小到耳饰、戒指,大到帽子、包包,每周都能从身上找到一件新单品,这些小而美的配饰是她日常穿搭中的点睛之笔。最近一周,徐煜焰就通过网购买了两个耳饰和一个贝雷帽。

除了购买一些美美的配饰,在悦己上花钱,记者还了解到年轻消费者喜欢到网红店打卡,晒图到朋友圈或者社交媒体上。



网红店一整面墙的配饰

## 网红店里人气高 近半数顾客为拍照而来

满墙的玩偶摆件、高档的皮质座椅、金属的咖啡器皿,记者走进位于总部中心的一家网红咖啡店,映入眼帘的是工业风的设计,颇有一种冷酷神秘的感觉。整家店约有150平方米,近一半面积都是供顾客拍照的区域,室外还有一大片露天阳台,白墙、绿植、小水池应有尽有,不仅如此,店内还有专供顾客拍照的道具。

另一家位于高镇商业区的咖啡店,走得则是北欧简洁风格,以大面积的白色为主色调,彩色的墙绘、大片绿植装饰和霓虹灯箱也十分吸引顾客的眼球,进门处直走有一面简单的装饰墙,是来店顾客必打卡的拍照点位。

记者通过走访发现,在我市类似这样的网红店还有不少。哪怕是隐藏在某处小楼里的咖啡店,也可

以通过复古风、小清新风、童趣风等多种装修风格,吸引众多消费者前来打卡。

随后,记者点开手机的某点评App,发现大家对这类网红店提到最多的关键词就是“拍照好看”“环境不错”。

记者挑选了一家露营式的下午茶餐厅,发现是以套餐形式点单:188元包含一个水果拼盘和小吃拼盘,再加上一壶奶茶,分量适合2人-3人,这个价格对比传统的茶饮店明显偏高。进店的顾客大都是结伴而来的年轻女性,而大家的步调也颇为一致,先通过微信点单,然后余下的时间都是在店内寻找满意的角度拍照。

我们就是专门来拍照的,到了周末,我们会挑1家-2家网红店打卡。只要价格在合理范围内,我们

都可以接受。在店里,记者遇到两位专程前来打卡拍照的高中生。

拍照、修图、发朋友圈。她们这条附有下午茶点和店内环境实拍照片的朋友圈,很快就得到了朋友的大量点赞,不少人还在下面评论:“这里环境真好,东西好吃吗?这家店在哪?我也想去。”

因为是户外,天气好的时候门庭若市,但店内可接待人数有限,还得提前向我预约呢。既然大家都想拍美美的照片,下一步也会增添一些相应的布置。该店负责人林玥雯坦言,一个好的环境确实对吸引客流起到很大作用,自3月中旬营业以来,我市及周边地区的很多年轻消费者会慕名而来,近8成顾客是冲着店内环境过来的,很多顾客还会在朋友圈中帮她宣传,于是乎也就成了大家眼中的网红店。

## 实体店纷纷转型 注重品质才能留住人气

近年来,不少市民感受到身边越来越多的实体店通过装修和增加店内布置,变身为网红店。

一业内人士告诉记者,一家100平方米左右的实体店装修费用要10万元左右,很多店还是开在热门商圈,算上店面租金成本,如果要拿出一部分面积仅用于拍照,也是一笔不小的支出。但有人愿意这么做,说明是可以带来效益的。

不过,记者了解到不少年轻消费者打卡这类网红店,仅仅意味着“我来过、我拍过”,提及是否会再次光顾同一家店,大部分人表示摇头。

市民张先生告诉记者,一些商家通过网络营销,采取多种方式,增加了网红店的知名度,吸引了消费流量,乍一看确实不错,但实际上,产品质量不高,性价比不高,与精致的环境不匹配,很难留住消费者。

这类店的装修风格虽然适合打卡拍照,但很多店周边叽叽喳喳、人来人往的环境,并不适合让人长时间坐下来。市民徐女士说,前段



网红甜品店一角



网红店内绿植装饰

时间她到一家评分还不错的餐饮店就餐,但嘈杂的环境让她没有再去的欲望。

和过去比,现在的消费者更注重好吃、好玩、可分享,所以在店面装修、食材品质还有口味上,我都会尽力做好。开业一年来,某甜品店负责人应楚彬可以明显地感受到客流量从多到少。为此,应楚彬经常赴南京、上海学习,坚持纯手工制作甜品,研发独家特色奶茶,并通过不断更新店内产品的种类,收获了一批稳定又忠实的消费者。

不少网红店经营者认为,在店内

设置专门的照相区域,是营销模式的变化,即从以前卖产品到现在卖体验,这种营销模式为传统的实体店创造了新的价值,相信未来还会有更多其他元素融入其中。

模式可以借鉴,更重要的是及时把握和引导消费者的动态需求,结合自身优势打造自身特色,产生一定程度的差异化竞争。应楚彬表示,她的本意就是开一家浪漫、温馨的小店,成为网红店也是意外之喜,不过,她还是会聚焦产品本身,让自己的小店能够长久经营。