

虾还是那锅虾,卖虾的逻辑变了

长沙人一天吃掉400多吨小龙虾,线上团购打破客源边界,有老板把店搬进巷子深处

潇湘晨报·晨视频记者李轩子 报道

长沙的夏天,是从一盆热气腾腾的小龙虾开始的。

红星全球农批中心数据显示,5月以来,全长沙高峰期一天要吃掉400多吨小龙虾。

比400多吨这个数字更让人惊讶的是客源。

抖音生活服务数据显示,5月以来,长沙小龙虾的团购订单量同比增长20%,线上交易额同比上涨26%,小龙虾消费热度持续走高。

越来越多长沙老板发现,来店里吃小龙虾的人中,很大一部分为外地人,并且他们不是路过,是线上团购后专程找来的。

有老板靠一条短视频带来上百桌外地客,也有老板直播一晚卖了300份团购套餐,还有老板干脆把店搬进了“巷子深处”,“客人是跟着导航来的”。

小龙虾还是那锅小龙虾,但卖虾的逻辑,正在被线上团购悄然改写。

拍视频、开直播 客源半径突破三公里

在长沙做了十一年小龙虾的龚小二,他的龙虾店“龚小二总店”开在河西望城坡。这家店从2013年一间30平方米的小店起步,慢慢扩展成如今300平方米的大店,在夜宵街打出了名气。

“做得再好,也就是这三公里内的人来吃。”他说,以前,三公里以外的人不会专门来。

此前,龚小二的客流高度依赖附近社区和熟人推荐。他试过所有传统办法,改良口味、开设会员充值,但都破不了这个圈。

直到2021年,他开始拍抖音、开直播、做团购。视频没什么花哨的剪辑,就是架个手机拍后厨。一锅油爆虾出锅,热气糊了镜头,他伸手一抹,对着屏幕说:“你们看,今天虾大。”

一个月播十来场,最开始直播间只有几十个人。变化是慢慢来的。先是望城坡以外的长沙人来了,然后外地的游客拖着行李箱就进了店,“有西安、海南、江西的”。龚小二算了算,线上带来的新客大概占了四分之一。

如今,龚小二的抖音粉丝已经突破2.5万,靠着一部手机拍视频、开直播就把天南地北的食客引到河西这条夜宵街上,引到龚小二总店里。

龚小二还是那个龚小二,但是客源半径早已不是以前的三公里。



龚小二抖音更新的日常视频。图/视频截图



“一顿虾搞”门店,客人正享受热气腾腾的小龙虾。
图/受访者提供

湖南有哈数

正在油炸的小龙虾。 图/资料图



线上团购爆火,店面却从临街搬进内巷

同样的变化,也发生在2023年成立的“一顿虾搞”身上。凭借小龙虾自助模式从线下起步,一顿虾搞走红。

但线下的瓶颈来得比想象中快。品牌负责人笑笑坦言:“平均每天就是8000元到1万元的营业额,线下生意不稳定,有些时段明明空着,却接不到客。”

2025年的一天,笑笑随手发了条视频,等她再拿起手机的时候,后台已经“炸”了。团购刚上线不到三天,店门口就排起了长队。

她原以为这股流量只是一阵风,刮几天就过去了,结果,热度持续到了现在。

目前,一顿虾搞一天销售额达到两万元,其中90%来自抖音核销,线下只占一成。

靠着线上的热度,一顿虾搞今年开始陆续开出连锁门店,其中长沙8

家、株洲1家。

此外,线上团购的红利,也改变了一顿虾搞的选址逻辑。

传统餐饮开店讲究找临街铺面,哪怕租金贵一倍也要抢。但一顿虾搞反着来,只进热门商圈,但不抢最贵的临街铺面。

这个逻辑在传统餐饮人看来有些冒险,但数据证明它有效。“我们不靠线下,靠线上,临街的铺面租金每个月要3万多元,现在位置的(只要)1万多元,这样一来租金便宜了不少,省了至少一半。”笑笑说。

省下来的租金,一顿虾搞又补贴到团购。笑笑说:“每单补贴5元膨胀券,营业额每月可以直接拉高5万元到8万元。”

目前,四方坪夜市商圈里,一顿虾搞的线上影响力排第一,整体生意排名前三。

以前拼口味,现在还要拼运营

过去,谁的虾新鲜、谁家的料秘制、谁的口味虾更辣,谁就能赢。但如今,口味只是入场券。

《2026抖音生活服务五一消费数据报告》显示,线上平台已经成为本地生活消费的重要入口。

越来越多老板已经意识到线上运营的重要性。

龚小二拍视频拍了五年,从一开始对着镜头不知道该说什么,到现在他拍小龙虾怎么运过来,拍活虾在池子里张牙舞爪……每一条视频下面都有人问:“地址在哪?”“多少钱一份?”

笑笑的打法更直接。她专门养了一个四人团队,每天下午4点到晚上8点直播,对接达人探店,策划活动。直播间里不是干巴巴地卖券,而是现场剥虾、展示虾黄、和观众聊天。

剥虾的爽感、排队的热闹,甚至老板的吆喝声——这些夜宵的氛围——都是社交媒体上可传播的内容。截至目前,抖音话题“长沙小龙虾”的播放量超过8411万次,这也意味着有八千多万人次在手机屏幕上“尝”过长沙的小龙虾。他们中有很大一部分人,被吸引来长沙线下打卡。

更明显的变化是,年轻人的吃法变了。他们不再只是闷头剥虾,而是边吃边拍,边拍边发。一条挑战吃完10斤虾的短视频,可能比任何广告都管用。

老板们甚至开始主动设计出片场景:霓虹灯招牌、复古塑料凳、写着长沙地名的墙面……这些都是为了让客人拍照好看,方便他们发抖音、发朋友圈。

为小龙虾奔赴长沙

国家统计局数据显示,今年1—4月,全国餐饮收入达18883亿元,同比增长3.8%。同时,网上商品和服务零售额同比增长6.6%。居民多样化个性化服务需求增加,数字服务消费场景不断拓展。

小龙虾“线上锁客、线下体验”的模式,正是数字服务消费最典型的场景之一。一只小龙虾,就这样顺着手机屏幕走出长沙的街头,走进天南海北的食客心里。

在一顿虾搞门店,外地游客拖着行李箱进店成了常态,专程坐飞机、高铁来吃的也不在少数。笑笑说:“北京、天津、武汉、广州的都有,最远还有内蒙古的。”吃完小龙虾,他们还要顺便“打卡”橘子洲头、岳麓山和五一商圈。

抖音生活服务长沙区域相关负责人介绍,5月以来,长沙住宿类目交易额同比增长47%,其中民宿增长78%、酒店增长41%;游玩类目交易额同比上涨23%。“很多人是专门来长沙吃虾,顺便住两天、玩一圈,形成了吃虾+住宿+游玩的一站式夏日消费模式。”

为一道美食赴一座城,正在成为Z世代的消费新常态。虾还是那锅虾,但从线上锁客到线下体验,从一顿夜宵到两日微度假,小龙虾早已跳出餐饮的范畴。它是一张自带流量的城市名片,让长沙的夏天多了一个非来不可的理由。