

洗脸吧

门店只有82平方米
年入300万

喵拾柒洗脸吧



不到100平方米的时尚门店,以80后、90后为主要客群,聚焦面部清洁护理,这样的“洗脸吧”业态一经出现,迅速走红,成为近两年线下美业炙手可热的项目。

相较传统美容院和医美机构,洗脸吧项目投资小,二三十万元就能启动,因此受到众多投资者青睐。洗脸吧为何能火爆?洗脸吧业态的首创者、喵拾柒洗脸吧创始人史艳辉,分享了其背后的商业逻辑。



喵拾柒创始人史艳辉

会员本人可以通过微信进行转发赠送,任何人凭券即可到门店免费体验一次深度洗脸服务。

史艳辉认为,营销的目的不是要看成交多少客户,而是为客户解决了多少真正的问题,客户持续的消费本质上是有效果买单。喵拾柒凭借出色的服务,会员转赠的体验券核销率可以达到90%。借助这样的社交裂变,喵拾柒新店开业后,会员数量可以实现指数级爆发,而平均每位顾客获客成本仅在两位数。

社交裂变带来高客流,产品服务实现高转化。这就是喵拾柒洗脸吧的运营之道。虽然总结起来简单,史艳辉并不担心被模仿复制,因为同行之间真正的竞争差距,在于细节上的执行,这也才是线下企业的核心竞争力所在。

运营的关键

喵拾柒创立洗脸吧之后,解决了美业“流量焦虑”,也引发了模式的争相效仿。一时间,各个洗脸吧品牌层出不穷。然而,不少洗脸吧加盟商却陷入亏损状态,一时间“洗脸吧是割韭菜”的言论四处流传。

之所以会出现这些乱象,在史艳辉看来,一方面不少品牌只是以招商加盟为目的,无法提供整店运营的解决方案,加之行业内卷催生价格战,引发服务质量下滑,这就导致加盟店存活率低下。另一方面,洗脸吧只是“海面上露出的冰山一角”,并非战略全部,以洗脸吧“轻美容”模式作为流量入口,进而延伸到“轻医美”业务板块,最终完成“轻医美”才是完整的战略布局。

从商业模式创新上来看,洗脸吧最大的突破,在于以“洗脸”为美业切入口,以低成本获取高客流,破解了困扰行业已久的“流量焦虑”。但是如何整合传统美容院和新兴医美机构两个板块的业务,从而使洗脸吧汇聚沉淀的流量发挥最大价值成为决定企业发展高度的关键。

喵拾柒以“轻美容”对传统的美容院进行了消费升级,但是洗脸吧只能满足消费者日常的皮肤护理,而在这其中会有许多顾客对问题类皮肤有更加专业治疗的需求。于是,喵拾柒打造了医疗美容品牌“喵星球”,一家主打皮肤和无创科为主的“轻医美”新消费品牌。

至此,通过“喵拾柒%2B喵星球”双品牌运作,史艳辉完成从“轻美容”到“轻医美”的商业闭环,这才是洗脸吧项目的正确的打开方式。不少品牌只是照猫画虎,单纯借助洗脸吧“投资小、概念新”的特点,利用行业“流量焦虑”,将洗脸吧运作成了“割韭菜”的招商品牌,这也是导致行业被外界认为混乱暴利的根源。

据商界

拍瓜师

3秒钟挑好一个瓜
月入上万

李俊康



4月中旬开始,北京大兴庞各庄种植的西瓜,摆上了京城市民的餐桌。

庞各庄每年出产西瓜约12万吨,为了让老百姓吃上好瓜,除了忙碌的“瓜把式”,如今田间地头还多了年轻的面孔。李俊康就是其中一员,作为一名“拍瓜师”,他每天少说也要拍上八九千个西瓜。

华侨“拍瓜师”

春天的京城,碧空如洗,神清气爽。自菜户营向南,大约30分钟车程,便是庞各庄。

下高速,庞安路,两侧满眼的蓝色大棚,西瓜正藏在其中,慢慢成熟。

清晨,喇叭声在庞农兴合作社的门前响起,送西瓜的来了——都是附近瓜园刚刚摘下的新鲜货。

卸货、清点,仓库的工作人员忙碌起来,李俊康闻声走出办公室,来到仓库一角。

李俊康身边摆着一台电子秤,把西瓜拆箱拿出,先看果型,再用手拍上两下,听到西瓜发出的清脆“嘭嘭”声,他将西瓜交到身边的工人手上,全程不超过三秒钟。

拍过的西瓜,被称重分类:2斤半到3斤半、3斤半到4斤半,不同的档位,通过不同的渠道售卖。有问题的瓜,被放在一边,退回供货商,或另作处理。

李俊康拍的,是庞各庄如今的主流品种——小吊瓜“L600”,这种吊挂在瓜秧上生长的西瓜,能更充分地接收阳光,使含糖量更均匀,口感细腻、清脆。三四斤的个重,也符合现代家庭的饮食习惯。

李俊康所在的合作社与周边数百家农户合作,负责西瓜的收购、宣传、售卖,不过,“不是来的瓜我们都要,只要不合格,农户就得拉走。”

怎么算合格?那就要看李俊康的眼睛和手了。一是要看,瓜的果型得圆润,“歪瓜”不要,“满脸麻子”也不行,瓜蒂太软、流水儿,都是西瓜不健康的表现。

接下来得拍,别看只是两三秒,李俊康就能掌握瓜的生熟程度,如今的电商物流,能让西瓜在一天内到达百姓的餐桌上,“太生、太熟都不行。”

实在拿不准的,只能切开抽查,用仪器测甜度,低于“12度”的一样不符合标准。不过李俊康如今很少切开,“用拍就足够了,这点儿自信我还是有的。”

“西瓜真的会回应。”每到夏天,这个段子就会有人提起。据说,只有中国人才会拍瓜。可李俊康有“秘密”——他是个马来西亚人。

“我家是当年下南洋的华侨。”只要李俊康不说,没人能看出他的外籍身份,从小就会说粤语的他,中学时

随父母来北京生活,“就在二环边上的学”。

他与西瓜的缘分,始于2019年。在此之前,他是个拿过奖的赛车手,还与朋友一起开办改车行,忽然而至的疫情,让市场行情一度清冷。也正在此时,他通过朋友听说庞各庄的西瓜生意,于是成了一名“拍瓜师”。

4月中旬起,庞各庄西瓜陆续上市,合作社平均每天售出西瓜超过一万个。李俊康每天则至少要拍八九千个瓜。日复一日地弹击,已在他的手上留下痕迹——修剪整齐的手指,指甲前段已明显弯曲变形:“说不定哪天,大家就会吃到我拍过的瓜。”

拍瓜为体验生活

为了更深入地了解“拍瓜师”工作,记者与李俊康展开了一场对话。

问:你认识的“拍瓜师”多吗?

李俊康:按照职位来说,我是公司的“采购”,只负责西瓜的质量问题。为了保证西瓜的质量,每个瓜园都应该有像我这样的人。

问:月收入大概是多少?

李俊康:收入不完全与拍瓜多少挂钩,主要还是要看经营情况。旺季的时候,每月有一万块出头吧。

问:这个职业对你的生活有什么影响?

李俊康:工作的节奏与以前不一样,基本上就是每天“早七晚五”,旺季会忙一些,冬天就比较清闲。做车行虽然自由一点,但经营的压力很大。我现在有家庭有孩子了,他们也希望我稳定一点。

问:你以后还会做赛车手吗?

李俊康:大概不会了,主要是我老婆不同意。因为有孩子了,她老觉得我开赛车危险。对我来说,哪个职业无所谓,就是体验不一样的生活。我也不能保证我一直做拍瓜师,只是就这么干下来了。

问:你的身份给你带来过不便吗?

李俊康:我刚来的时候,老板就到处说“咱们这来了个外国人”,同事们都很好奇,为什么一个马来西亚人来拍瓜。不过现在大家都熟了,已经没人问这个了。我偶尔出差,去农村选瓜,会问人怎么有人拿着护照来挑瓜。

问:有没有想过把水果经营这份工作拓展到国外?

李俊康:不能说没想过,但也只是想过。

问:现在都讲究自动化、AI,会不会担心这个职业消失?

李俊康:目前看不会,老百姓对于西瓜质量的要求是逐渐在提高的。就算是同一个供货商,不同的土地、不同的时间,都对产品质量有影响,需要人来把这道关。

据京报网

诞生的真相

洗脸吧这种模式为何会诞生?史艳辉用一句话总结:洗脸吧的诞生,目的就是为了解决美业的流量焦虑。

传统美容院,套路多,品牌老,在80后、90后新一代消费者眼中是“妈妈们才会去的地方”,所以它们的流量焦虑源自品牌与模式的落伍。

医美机构,因近几年市场高速发展,引发激烈竞争,行业内卷。获客成本激增,是导致医美机构流量焦虑的直接原因。谁能率先解决美业“流量焦虑”难题,谁就能拿到通往美业新消费世界的金钥匙。

在开创喵拾柒洗脸吧之前,史艳辉在医美行业摸爬滚打十余年,深谙产业链上各个环节。无论是传统美容院线,还是新兴医美机构,由于存在“流量焦虑”,因此获客之后过度透支信任的套路消费层出不穷,这就造成了恶性循环:行业内卷加剧营销获客成本,而这部分成本又被迫转嫁到消费者身上。

在史艳辉看来,只有跳出这样的恶性循环,以建立顾客信任为目的提供服务,才是美业未来的出路。2017年,史艳辉在洛阳洛龙区泉舜购物中心二层开出了全国第一家喵拾柒洗脸吧。这家只有82平方米的洗脸吧,一经开业,便借助社交网络迅速走红,2019年更是创下年销售额300万元的惊人业绩。

爆火的秘密

82平方米店铺,创下年入300万元的业绩,在许多人看来不可思议。但对史艳辉而言,这验证了洗脸吧的商业逻辑确实可行。

复盘喵拾柒洗脸吧模式成功,核心战略就两步:第一步,打造出“更轻、更专注、更透明、更年轻”的明星单店;第二步,设计出能够病毒式传播的“社交裂变”营销。

在门店开业起盘期,喵拾柒洗脸吧会通过抖音、小红书等社交平台邀请KOC(关键意见消费者)进行宣传,积累初期会员。当单店会员达到裂变临界点,喵拾柒自主开发的小程序会触发裂变工具,给会员额外赠送亲友体验券。这些体验券无门槛、无套路,