

8月14日晚，海底捞披露了上半年业绩预告，预计净亏损为2.25亿到2.97亿元，而去年同期海底捞还盈利了9650元。由此，人们为啥不爱吃海底捞了，也登上了微博热搜。

其实根本原因还是在于老百姓兜里的钱越来越少而海底捞越来越贵，火锅店定位客户群体是普通老百姓，盲目扩张下价格水涨船高，自然就慢慢失去人心了。

不可否认海底捞服务是真的好，然而口味上并没有特别出色，东西越来越贵分量越来越少，导致性价比低得可怜。餐饮店大家最主要还是奔吃去的，光靠服务那点竞争力是远远不够的。



同时，海底捞也在寻求把海外业务单独上市。由于海底捞海外业务一直处在亏损之中，分拆上市可能有助于海底捞的长期发展，也能让海底捞的财报更好看点。

截止2022年3月底，海底捞在亚洲、北美、欧洲和大洋洲的11个国家拥有97家餐厅。海底捞海外业务主体是特海国际，这家公司过去三年亏损持续在扩大。过去三年净亏损分别为3300万美元、5380万美元和1.51亿美元。2022年第一季度亏损也有2850万美元。

对于海底捞来说，优化门店和管理提高利润率当然是短期内摆脱亏损的当务之急。

但要重回巅峰，回到4800亿港元市值或者更高，就必须找到新的增长曲线。拓展新的业务类型，对海底捞更为重要。

目前海底捞已经推出了小酒馆、烧烤食材外送服务、盲盒和数字藏品等周边产品、奶茶、预制菜等业务。海底捞的品牌价值和其资金实力，还是有很大可能在餐饮行业里挖掘出新的蓝海的。

从神奇逐渐归于平淡的海底捞，需要重新出发，餐饮行业不好做，但是就像当年海底捞的成功故事一样，做好了也会成为市场的宠儿。

-----  
上林院：杨飞，经济学博士，高校教师，深度观察产业经济与财经事件。