

改革开放30年 消费领域寻找第一品牌活动

# 郑州消费第一品牌

# 元旦特刊

## 第二批“郑州消费第一品牌”闪亮登场

改革开放30年之际,本报联合新浪网、中原新闻网和郑州消费联盟共同推出的“郑州改革开放30年,寻找消费第一品牌活动”,继首批隆重推出了16个“郑州消费第一品牌”后,第二批再次推出4家郑州消费第一品牌,分别是:肯德基快餐、兴亚建国饭店、北京大鸭梨酒店、东方竞技体育俱乐部。

活动一开始,便得到了郑州消费领域众多商家和消费者的关注,本报派出的三路行业记者分别在一些消费场所进行民意调查,许多商家也积极参与进来,主动与本报联系,在报纸上发表对行业的看法,填写活动自荐表……同时,本报连续发布了多期报纸选票,新浪网同期还开通了网上选票和手机短信等通道,许多市民踊跃参与投票活动,有的全家参与共同投票,有的直接把选票送到报社,还有的报纸选票与

网上选票并举……

按照活动规则,我们分别从报纸选票、网上选票和手机投票三种方式分别各抽取了5名幸运奖,并于12月23日,第一品牌圣诞特刊上公布了15名幸运奖的名单和身份证号,截至目前,已有10位幸运奖的获得者得到了由小肥羊百提供的价值300元餐券。

由于本次活动涉及面广,活动将在2009年1月1日之后继续开展下去,消费领域各行业商家仍可继续参与。请及时填写自荐表,市民和消费者还可继续填写选票,本报将陆续分批公布评选结果和获奖名单。

活动咨询电话:67655031

网上投票登录:<http://www.0371.sina.com/dypp/>  
晚报记者 王红伟

活动策划  
执行

王 吴 姜  
红 迪 军

张 高  
爱 翔

## 洋快餐降价 中餐仍坚挺

业界称:主要是消费群体和利润差异大

一夜之间,洋快餐中的肯德基、麦当劳等部分品种纷纷降价,降价幅度甚至宣称“低过十年”,降幅20%~40%不等。中餐降价有多大可能?一些中餐经营者则直言不讳称“目前不会降价”。

晚报记者 唐善普

### 市场:洋快餐纷纷降价

今年数次发起涨价潮的洋快餐,在物价回落的年末,终于止跌回跌。连日来,肯德基、麦当劳等首次降价,推出大型“超值午餐”、“超值早餐”,有的降幅高达30%。业内人士表示,物价回落,再加上经济不景气,餐饮业欲以大幅降价提振消费。

而在此前的今年前10个月里,由于原材料等物价持续上涨,洋快餐中的麦当劳、肯德基先后实施多轮涨价。在2月、6月、10月里麦当劳已先后为其部分产品调过价,每次上调幅度均为0.5元~1.5元。肯德基在今年3月和8月也已进行了两轮涨价。当消费者均表示涨幅太大时,两家巨头解释为提价主要出于近期石油、食用油价格、副食品原材料价格、劳动力成本、水电费用等增幅明显,造成运营成本明显增加。

对于此次洋快餐的大幅度降价,据餐饮业业内人士王波分析,今年10月份之后,国内食品原材料价格已有明显回落,再加上遭遇了前所未有的世界性的金融危机,导致人们捂紧钱包惜购心理加重,国内消费疲软,为了拉动消费,不少餐饮便采取了降价促销等手段,以期在年底提升餐饮人气。

### 消费者:希望中餐也能降价

对于消费者而言,没有比听到一直坚挺不下的快餐终于放下架子大幅降价更让人高兴的了。但相对于洋快餐的高调降价,中式餐馆却似乎难觅降价的动向。

“现在原材料成本已降了一些,特别是

油的价格还降了不少,怎么就不见中式餐馆的降价消息。”在金水路上,记者随机采访了25个市民,均表示希望中式餐馆也能在年末降一降,让更多的人能在节日里“品尝”到这个降价的甜头。

记者从餐饮市场上了解到的消息,也能给消费者一些安慰:在洋快餐降价的同时,我市一些经营中式快餐的餐馆也正在通过促销进行着变相的“降价”,虽没有洋快餐降幅大,但力度也不小,平均降幅在5%~10%。究其原因,经营中式快餐的一家前厅经理小吴不愿多讲,只说“是一个正常的促销活动。”

### 经营者:目前降价可能性不大

针对洋快餐大幅降价,消费者希望中式餐馆也相应降价现象,我市餐饮业一些人士在接受记者采访时却不约而同地称“暂时降价可能性不大。”

“中餐不会降价。”河南阿五美食有限公司董事长樊胜武的语气不容置疑。他说,“这主要是因为中餐的利润空间相对洋快餐来说很小。前段时间原材料上涨后,一部分餐馆是内部消化了没涨价。但经营者会采取一些增加附加值的方式让利消费者,如送挂历、围裙等。”

顾顺轩国宴总经理李志顺也持同样观点。他认为“近期中餐的降价动作不会太大。”据他分析,主要是因为洋快餐的利润有的高达70%左右,而郑州餐饮的利润只在40%~50%间。北京的会在60%~70%之间,都比郑州的利润高。再加上房租、水电、工资等的高成本,降价不是太现实。“但餐馆会采取一些

其他措施变相降价,比如吃一定金额送多少券,或送一道菜的促销方式吸引消费者。”

### 业界释疑:营销理念和消费群体不同

对此不同现象,关注餐饮市场的学者苏远洋表示,这反映出中外餐饮经营者在理念和心态等方面差异甚大。“具体就是营销理念有别,锁定消费对象不同导致的。”

事实上,洋快餐进军内地20年来已占据了相当大的市场份额,除品质、类型、消费方式等因素外,和他们及时应对市场变化,价格灵活调整等举措也有很大关系。此次相对于鲜活肉、食用油等主要原材料,价格降幅已达20%~50%而言,他们的降价促销力度基本相当。但反观中餐,当原材料价格上涨时涨价动作快,而当原材料价格回落时,却迟迟不见价格下降。由此可见经营理念不同带来的行为方式的差异。

他进一步分析说,两者锁定的消费对象不同,是决定应对市场快慢的最重要原因。洋快餐的消费对象是少年儿童和年轻白领,因此决定他们的消费是“个人消费”,属于“自费项目”,至少很少听说有用公款请吃洋快餐的。中餐可就复杂了,小餐馆不算,中高档餐饮恐怕主要还是做的“集体消费”。

此前,中国烹饪协会副秘书长乔杰表示,在原材料价格下降时,企业确实应该随行就市,相应地降低菜品的价格。尤其是在受经济危机影响需求有可能下降时,餐饮企业有望获得更大的市场份额,提前选择“低价”策略,是明智的选择。



### 隆盛源酒家

隆盛源酒家是一家装修精美、平民化消费的酒家,经营以广东开煲为主,辅以粤、川、豫三系精美菜品,有广式烧鹅、广式生啫生肠、生啫黄腩、各式煲仔饭、老火靓汤等不同风味美食,满足你的多方需求,开煲有老鸡煲、羊肉煲、狗肉煲等时令特色,老鸡煲是老妈鸡加入二十种中药,慢火细熬,美容养颜,滋补健体。

隆盛源酒家古朴典雅的装修风格,融合了中国传统元素,充满时尚气息,呈现出经典与前卫完美结合的清新情韵。设有大型停车场,风格迥异的包间,舒适高雅的就餐大厅。可同时容纳三百人就餐,承办各类宴席、包桌。

优惠措施:持62开头银联卡及餐卡来本店就餐可享受吃一百送一百优惠。

地址:陇海路与城东路交叉口东100米路南

电话:0371-63336928/29