

## 经济新闻 | 关注



「马上有」之餐饮



高档餐饮生意惨淡、特色餐馆异军突起、亲民餐厅备受欢迎……2013年,郑州餐饮业发生了诸多变化,有些是政策风向标的作用,有些是市场本身的调节发酵,无论如何,作为从业者,只能适应,随着变化而变化。面对被寄予诸多希望的马年,郑州餐饮业将会如何发展?又有哪些新的变化?从业者们又有怎样的应对之策? 郑州晚报记者 赵柳影/文 郑州晚报记者 马健/图



## 政策起作用,市场开始自我调节 大佬纷纷开小饭馆 平价、亲民、好吃,是餐饮制胜“王道”

### 餐饮大佬纷纷转做小生意

从事餐饮行业十几年的朱女士,在2014年年初,做了一个重大决定——开烩面馆,而在此之前,她所有的精力都用在开高档酒楼上。

“2013年,高档酒店生意全线下滑,下滑幅度超50%,有名气的还能再撑撑,生意一般的就必须得考虑出路,要不然一直赔本。”朱女士说,她也是在撑了三四个月之后,终于决定转型。

### 转型有优势也有劣势

对于大老板转型做小生意,也许大家认为这是一个从难到易的过程,其实不然,生意分大小,但难度系数差别不大。

“我们做惯了高档餐饮,往大众餐饮上转型,有优势也有劣势。”朱女士说,优势是他们有足够的资金周转,作为支撑;其次,有更好的厨师团队、技术支持,重新开一家店并不是难

### 微博微信成餐饮营销“利器”

对于如今的消费者来说,选择什么价位的饭店是一个问题,但还有另一个问题——选择去哪儿吃?这就让微博和微信大展了手脚。

“身边不少朋友都是微博控、微信控,不管去哪儿吃饭,先拍照上传,然后再做一下评价,不知道上哪儿吃饭,看一下微博和朋友圈就全明白了。”家住中原路的孙先生说。

没多久,2014年1月初,朱女士在航海路的烩面馆开业了,和一般的烩面馆相比,装修、面积等各方面更加高档,但主打还是烩面、凉菜等,定价不高,为了吸引顾客,试营业烩面卖10元一碗,现在卖12元一碗。由于开业时间短,生意并没有想象中的好,但能顾得住本,朱女士说,比起开高档酒楼一直赔钱,这样的生意已经舒心多了。

事。然而,难就难在如何转变发展思路和模式,从普通大众的视角和感受来看待餐馆。

其次,大众餐饮的竞争压力远远大于高档餐饮,每天大街小巷有几十家甚至上百家餐馆开业,如何让自己的生意能够持续、如何吸引周边的居民消费,都是难题。

对此,朱女士认为,高档餐

确实如此,从去年到今年,被微博、微信推红的餐馆着实不少,这也让餐饮行业的营销手段逐渐发生了变化。

最近在微博、微信上火得不得了“重庆小板凳老火锅”,几乎家家都是爆棚状态。上周五,记者也前去体验了一把。上午11点半,记者开吃时发现,门口已经聚集了不少顾客在排队;1点20分,记者吃完

其实,做“百姓餐”,转向小生意,并不是朱女士一个人在转型,从去年下半年开始,郑州市做高档餐饮的大佬们都逐渐开始转做小生意。有的像朱女士这样,直接投资重新选址开一家大众餐馆、火锅店、家常菜馆;有的是在本店基础上大量推出低价菜,吸引消费者;还有就是将店名换掉,去掉“燕窝”“鱼翅”等代表高档餐饮的字眼。

饮要转型大众餐饮,是要把高档的服务、环境等这些附加值的东​​西舍弃掉,把价格降下来,但是比着一般的小餐馆,还是要把质量、味道、原料等最本质的东西提升上来。

“虽然我做的是烩面馆,但是我要用精选的好原料,配上我们高档的厨师,做出高品质的百姓餐。”朱女士说。

离开饭店,门口还有一大波人在等待就餐。

80后曹女士说,她就是在微博上看到有朋友来“小板凳”吃饭时拍的照片,觉得店内装修风格很特别,特意前来尝试。随后,记者又采访了身边的10位朋友,8位都是从微博、微信上看到相关转帖或信息,剩余2位是听身边朋友说起的。

### 没有真材实料 火得快,死得也快

那么,马年,郑州餐饮业会不会都模仿一条道路,利用微博、微信来打开市场,做好营销,然后人潮、钱潮就滚滚来呢?

“只单纯凭借微博、微信,而没有真材实料,这样的餐饮店火得快,死得也快。”郑州8号苑火锅店老板董茜说。因为这一类餐厅往往容易依靠自己的特色,很快被顾客传播,不管是以前的口耳相传,还是现在利用微博微信,但它们火起来,更多靠的是顾客的猎奇心理和尝鲜心理。

### 平价、亲民、好吃 才是“王道”

在上述采访中,不难发现,无论是高档餐饮的老板,还是大众餐饮的老板,大家最终的观点都会落在一个词语上——好吃,不管装修、服务等外在东西如何改变、创新,最终能够抓住顾客胃口的还是菜品要好。

“马年,郑州的餐饮店还是以平价、亲民、好吃为‘王道’。”“小板凳”火锅店老板李总说,好吃还是会想去,因为满足了他们最本质的需求——用最省钱的方式吃到了最好吃的饭菜。

此外,李总说,马年,郑州的大众餐饮店竞争将更加激烈,因此,去除高附加值的部分,还原最本质价钱的餐馆最容易受到消费者的追捧。