

从吃不饱到吃得好 从吃饭难到吃特色 餐饮“恋”上大数据 消费主力渐年轻



年轻人成为餐饮消费生力军

“少年经济”崛起 餐饮业未来要看年轻人

黄河大鲤鱼、胡辣汤、羊肉烩面……舌尖上的郑州味道数不胜数。河南是餐饮大省，郑州是省会，是餐饮消费重地，2020年突如其来的新冠疫情，让餐饮行业遭受重创的同时，也让餐饮老板们主动拥抱新经济、新技术、新消费带来的种种变革。

美团大学餐饮学院发布的2020年郑州餐饮大数据，从餐饮行业的整体复苏、品类发展和消费者变化、豫菜发展等几个维度，分析了郑州餐饮市场的新变化。

数据显示，2020年，豫菜门店不断增加，豫菜势能持续上升。无论是餐饮门店数量还是经营稳定性，豫菜都占据优势。此外，郑州线上门店数也保持着正餐消费的高增长势能，增速达47.2%；餐饮线上订单以62.05%的高增速，远超全国平均39.5%的增速。

“少年经济”逐步崛起，在郑州餐饮线上消费者分布上，25岁以下消费者占比呈上升趋势，25岁以上消费者比例呈下降趋势，20岁及以下群体增速最快。少年经济正在给郑州餐饮带来强劲活力。

当前，80后、90后逐步成为餐饮消费生力军。据美团点评统计，20~35岁年轻人贡献了餐饮消费74%的订单。80后、90后的消费需求更加个性化、多样化、多元化，且年纪越轻，个性化、多样性的要求越发明显，更愿意尝试多种、新颖的事物。

现在的年轻人越来越宅，但是他们爱表达、爱分享，所以现在自媒体的品牌传播速度非常快。餐饮企业应该了解消费心理的变化，迎合年轻群体的审美，才能更好地焕发品牌活力。展少文认为，餐饮人不能天天只看炒锅，更要看到社会上的年轻人喜欢什么，关注什么，玩什么。

在消费者搜索数据中，“网红打卡地”成为用户美食消费的重要打开方式。“正弘城”“大卫城”“熙地港”等集“吃喝玩乐购”为一体的网红商业中心，成为郑州人出门消费必“搜”之处。此外，“品类”“品牌”“特色菜”开始占据搜索主导地位，品牌打造对餐饮来说愈加重要。

曾几何时，老百姓见面使用最频繁的问候语是：“吃过了没有？”这让如今见面问好的年轻人一头雾水，他们体会不到“吃”在那个年代人们心中的分量。

从“吃不饱”到“吃饱”“吃好”，再到“吃得营养科学”、吃出特色，老百姓在餐饮方面的巨变，折射出广大市民从逐步解决温饱，到迈进小康、走向富裕的辉煌历程。谈到这些年的变化，70多岁的郑州市民刘明深有体会：“以前是发愁吃不饱，现在是发愁吃什么！”郑报全媒体记者 樊无敌/文 马健/图

成绩斐然，大众餐饮成市场主角

古老的餐饮行业在改革开放的40多年间，经历了从基础薄弱开始逐步发展成为在扩内需、促消费、稳增长、惠民生等方面具有举足轻重作用的重要产业。

据相关数据显示，1998年，河南餐饮业销售收入177.1亿元，2017年全省餐饮业销售额2773.41亿元，20年增长了近16倍。2018年，郑州市餐饮业收入达717.7亿元，约占全省餐饮业收入的四分之一。

随着居民收入的提升，餐饮的消费比重持续增加，出现了“宅在家和走天涯”两种新的餐饮消费趋势。“回归本质、好产品+好服务”是很多餐饮企业持续立足市场的根本。阿五黄河大鲤鱼品牌创

始人樊胜武介绍说，豫菜就是华夏文明烹饪的发祥地，经过梳理发现，黄河长5000多公里，河南段的黄河鲤鱼最好，无论是从文化上还是食材上，河南都有着得天独厚的条件。

目前，郑州餐饮消费需求向多样化、多元化方向发展，中式正餐仍占据主导地位。

烩面是河南人的面，也是郑州的特色。为做好一碗面，2020年，展少文推出“八珍烩面”。作为中央电视台《满汉全席》三连冠擂主、终身金勺大奖、味道名家餐饮品牌创始人，展少文认为，中餐正随着国人对中华文化自信度的提升，而成为餐饮消费的主流。

迎来发展的不只正餐，中式快餐这一为解决温饱而诞生的业态也获得了蓬勃发展。郑州大学客座教授李红涛分析说，中式快餐诞生的最初原因是为了解决一日三餐问题。

对于生活节奏较快的城市来说，中式快餐非常受食客欢迎。中式快餐也被称为简餐，与纯快餐相比产品更加丰富。但是，这样的丰富对于中式快餐来讲既是优势也是劣势。福状元的创始人吴军峰说，优势在于，丰富的产品更能满足消费者多样化的需求。劣势在于，对产品制作技术要求较高，扩张速度远低于纯快餐，产品不易标准化。

“懒人经济”出现，新技术赋能餐饮行业

从单一的门店营销，菜单点餐现金结账，到如今的外卖平台盛行，在线支付成为餐饮支付的主要手段。近年来，随着互联网的发展，“互联网+”在餐饮各方面不断渗透和扩展。

“生活节奏加快催生‘懒人经济’，餐饮外送市场开始逐渐走向成熟，并吸引百度、阿里巴巴、腾讯等互联网巨头纷纷入驻。”河南大学教授王伟红认为，互联网的迅猛发展改变了人们的日常工作和生活，迫使各行各业与时俱进，“互联网+餐饮”的热潮将持续白热化。

除了红火的外卖外送产业，大数据、云计算、无人智能化设备也为餐饮行业带来新活力。“无人智能餐厅”的暖风开

始吹向餐饮行业，肯德基、麦当劳、德克士等连锁快餐企业纷纷落地无人智能餐厅项目，各类机器人配送餐厅、自动煮面亭等无人化餐饮的初期尝试也在各地初露端倪。

随着互联网的赋能，对新事物接受速度快的年轻人成为餐饮消费主力。“在口味为王的前提下，产品、服务、场景成为品牌竞争的必要因素。因此，要结合餐饮客户核心需求，制定差异化活动，比如，优惠套餐、新品组合、外卖等。”李红涛分析说，“现金流、食品安全、数字化转型、私域流量、快餐、拥抱资本、下沉市场和马太效应等将是2021年餐饮行业的关键词。”

未来，餐与饮如何结合？经营模式在传统的堂食外卖之外还能有哪些新突破？解家河南菜董事长解忠杰说：“仅靠工匠精神，开一两家店，只能叫情怀餐厅。要是开上百家门店，则需要有工业化思维的引入。”在他看来，冷链运输、中央工厂、第三方配送、标准化门店操作流程是让一款产品稳定输出的基础条件。

在餐饮企业经营中，互联网口碑、食材及烹饪技法是否健康、菜肴是否蕴含文化等都对消费者的选择产生重要影响。李红涛认为：“在经营和管理方面，一定要向互联网和年轻群体靠拢，利用电商、大数据贴近消费者需求，引入互联网人才。”