2022年9月30日 星期五 统筹:刘书芝 编辑:李冬生 美编:张妍 校对:姜军

## 从百花齐放到大浪淘沙,从聚焦单品到对接资本

# 餐饮十年 过去做产品,现在扩渠道

生意做遍,不如开个饭店。改革开放后富裕起来的人们生活水平不断提高,对美食的要求也越来越高,于是在郑州,裕达国贸、索菲特、皇宫等成了街头巷尾人们消费时的话题。2012年以后,高度发达的互联网和社交网络催生了遍地开花的民间餐饮。如今,十年过去,这些餐饮界的"战士们"过得怎么样?活得还好吗?

正观新闻·郑州晚报记者 樊无敌/文 马健/图



火锅不再是冬天的专属,一年四季都门庭若市

### 大浪淘沙,河南餐饮业逆市爆发

2012年前后,餐饮处在饱和的临界点。人们从"吃饱"向"吃好"转变,对好食材、好口味、好体验的呼声越来越高,产品主义应运而生。郑州大学教授王刚伟指出,那一年,当所有人都在学习海底捞时,巴奴毛肚火锅更名了,并提出一句让业内外震惊的口号。自此,巴奴毛肚火锅开始在这条康庄大道上日夜兼程。

郑州餐饮店倒闭潮日盛,而那些品牌餐厅却过得很好。于是逆市中,大家 开始纷纷聚焦单品,打品牌。 餐饮供应链的2012年,千味央厨成立,与三全、思念形成三足鼎立之势,速 冻食品逐鹿中原的脚步加快。后来,逮虾记、澄明食品纷纷开启大单品战略。

2015年是个神奇的年份。那一年,阿五美食更名为阿五黄河大鲤鱼,同时也迎来了强大的对手——谷雨春红烧鲤鱼。据悉,谷雨春也在同年更名,从主打烩面改为主打鲤鱼。

随后,看到成果的餐饮品牌纷纷聚 焦单品,如鲁班张国宴更名葱烧海参, 煜丰美食更名为煜丰汴京烤鸭等。 也是在2015年,卖了多年白酒的徐中秋和朱文博挂牌营业"潮汕记牛肉火锅",在郑州火锅界杀出重围,扩张脚步不快不慢,平均一个月一家店。

2015年,小小河边鱼开了第一家店,后来以席卷之势急速扩张。

卤味的2015年,嘎嘎鸭横空出世,打破了绝味鸭脖、周黑鸭等外来品牌割据中原的地位;3年后,"菊花开手撕藤椒鸡"出山,仅一年,门店就突破500家,并被资本盯上。

这一年,看到了县乡市场前景的

"华鼎供应链"成立,并定下"走县乡路 线"的战略。一辆辆货车在田间地头行 驶,解决了商家"最后一公里"的问题。

现在已经进入了爆品时代,火锅、中餐、快餐、卤味、供应链等各个业态"诸神归位",纷纷找到自己的品牌基因,并以此发力,抢心智、占第一,都形成了自己的套路和玩法。

"如果说前几年是打基础,那么现在基础已经差不多了,该是走出去的时候了。"一本土餐饮企业掌门人透露了计划。



#### 加剧洗牌,餐饮品牌"纺锤变成哑铃"

到了2020年,人们惊讶地发现,以前的模式不再起作用了,以前可依赖的道路也行不通了,客流以肉眼可见的速度在减少。根据窄门餐眼数据,2020年,全国餐饮开店约250万家,关店约355万家。

2020年,扩大内需、释放农村消费 潜力、创建线上线下经营模式、支持推 介特色饮食……一个个撩人神经的关 键词,让餐饮人看到方向。

随后,各路商家开始发券、打折促销、搞活动,刺激大众消费;老板亲自挂帅搞起线上直播带货;意识到私域流量

的重要性后,大家伙儿开始狂建社群、外卖平台,同时找到品牌优势,放大差异化,前仆后继地下沉市场……

然而,餐饮品牌最近这几年逐渐 从纺锤形向哑铃形转变,品牌两极开 始分化。

历经20年餐饮风雨的杜中兵,早已 将餐饮的底层逻辑摸个熟透,2021年再 改广告语"服务不过度,样样都讲究",继 续布局河南地级市,再度发力下沉市场。

姐弟俩土豆粉的模式,早已从一个 快餐餐厅变成一个休闲餐厅,改换了用 餐场景。 潮汕记在历经全国牛肉火锅倒闭潮的洗礼后,路线更加明确——大城市开小店、小城市开大店、县城坚持做地标,独创的盈利模式,更是让业内人士侧目。

小小河边鱼聚焦黄辣丁,升级店面,让人耳目一新,千亿鱼火锅的市场下,小小河边鱼的实力不容小觑。

随后餐饮业整体增速,餐饮成为风 投活跃的赛道。据不完全统计,去年,仅 全国餐饮业就完成了近百起投融资,融 资总金额有数百亿元之巨,如蜜雪冰城、 锅圈食汇、巴奴毛肚火锅等河南知名餐 企都传出了与资本方的市场故事,高瓴 资本核心团队更是瞄向姐弟俩土豆粉。

2021年,河南餐饮的商业进化已经 开始:锅圈食汇主打新零售、蜜雪冰城 领跑新茶饮、姐弟俩升级新小吃。对接 资本后,这些企业也有各自的新打算。 据了解,姐弟俩创始人宋宝民认为,姐 弟俩要做的就是纵向提升、横向扩张, 争取未来3年突破千家门店;对锅圈食 汇创始人杨明超而言,今后的路径也很 清晰,从火锅食材到烧烤、卤味、生鲜, 壁垒逐渐拉高,用多元化布局强化锅圈 的"护城河"……



#### 新风潮下,餐饮企业或将成为食材内容提供商

面对疫情和市场变化的冲击,餐饮品牌总在不断尝试,也彰显出其创新求变的活力,其中预制菜成为关注的重点。

究其原因,预制菜简化了繁琐的买菜、洗菜、切菜、烹制步骤,撕开包装复热一下就能吃。如此简单省事,可以有效节省人力成本、压缩出餐时间,收到餐饮消费者青睐。

据初步统计,2021年河南省预制菜产业规模150亿元左右,预制菜工业企业40家。其中,郑州千味央厨去年9月上市

预制菜产品;三全食品的一碗饭系列产品将鱼香肉丝、红烧牛肉等经典佳肴搬上餐桌……都呈现出良好发展势头。

在今年夏天召开的河南省预制菜产业发展推进会上提出:未来3年,力争实现产业规模三年翻两番,总规模突破600亿元。

目前,我省各个企业也非常重视预制菜的研发,三全不仅有新品焦炸丸子系列,还有蒸煎饺、炸肉盒、锅贴等,品类覆盖大多数面食品类。在油条等赛

道上,甚至推出火锅油条、茴香小油条、 大油条、酥脆油条等多个品种,深耕不 同场景细分需求。

预制菜一定程度上有助于传统餐饮企业应对线下餐饮业态的困局,而零售化更像是迎接新一轮餐饮行业洗牌的新机遇。河南大学副教授王惟红指出:"在标准化的产品形态下,传统餐饮企业减轻了线下运营的成本负担,也获得了更大的发展空间,能够将更多的精力用来思考如何实现更高的运营效率、

更快地满足用户餐饮需求上。"

未来的餐饮企业,或许不再是门店遍 天下的连锁型实体业态,而是成为食材内 容提供商,并且发展出以设备、技术、配方 为核心的产品研发体系,用数字化的运营 模式为消费者提供个性化的食材供应解 决方案。资深餐饮人士王乐乐指出:"可 能到那时,消费者们也不必再为明天吃 什么而烦恼,甚至可以自动从固定的餐 饮企业获取每日食谱,而整个餐饮行业 也将获得从未有过的巨大市场。"