

“满城尽是黄焖鸡”现象在全国多个城市上演,再次折射出中国快餐行业发展的诸多短板。餐饮业面临转型升级,快餐的发展迎来了新的机遇

中式快餐将走向何处?

焦点

■ 实习生 张晶晶 花梦然
本报记者 徐 潇

如今,“满城尽是黄焖鸡”现象在全国多个城市上演,折射出中国快餐行业发展的诸多短板,随着中国餐饮市场逐渐回归正常,快餐的发展迎来了新的机遇。在机遇与挑战共存的境遇中,中式快餐将走向何处?

“黄焖鸡米饭”有多火?

“一只鸡的传说,一道菜的餐厅。”几年之间,鲁系菜品“黄焖鸡米饭”几乎开遍了全国大部分省市的大街小巷,在占领二三线城市市场之后,北京、上海等一线城市也频现“黄焖鸡米饭”的身影。

记者走访时看到,在北京市朝阳区SOHO现代城附近,一条29家店的小街,已经遍布了6家“黄焖鸡米饭”。

“实在是太忙了,等一下才能给您送。”在2013年“黄焖鸡米饭”最火的时候,北京大望路一家“黄焖鸡米饭”店,服务人员经常要打电话订餐的顾客这样说道。那个时候,即便是小小的店面也经常坐满了人,一到餐点,点餐电话就响个不停。虽然黄焖鸡米饭制作时间较短,但是因为点餐量较大,在11点后订餐的顾客也得等到12点半之后才能送到。

在写字楼、学校、商场附近,也分布了大大小小的“黄焖鸡米饭”餐馆。虽然店面不大,但依靠白领、学生等外卖市场,生意红火。朝阳区金台里一家“黄焖鸡米饭”店的老板苏楠说:“一天平均能卖出100多份,其中至少一半是外卖。”

某品牌“黄焖鸡米饭”北京地区负责人左先生告诉记者,目前其品牌的黄焖鸡米饭已经遍布除新疆、西藏外的大部分省市,加盟店总数接近3000个,仅北京地区就已经加盟173家。记者在“大众点评”APP上搜索“黄焖鸡米饭”,光北京地区就显示有591个结果。

除了专营品牌火爆之外,市场上各种餐饮经营者也看准了“黄焖鸡米饭”的商机,在已有经营服务的基础上搭上了“黄焖鸡米饭”的顺风车。SOHO现代城附近的6家“黄焖鸡米饭”餐馆,有三家是在“桂林米粉”、“麻辣烫”等餐饮的基础上经营“黄焖鸡米饭”,抢占



市场。南、北方人普遍都能接受的口味,15元~20元适中的价格,使“黄焖鸡米饭”一时间受到加盟商和消费者的欢迎。

遍地开花背后的浮躁

当年“土掉饼”、“一元烤肠”、“烤猪蹄”等中式快餐都曾红极一时,创造了“消费者排队等号”的火热场面,但是因为产品单一,店铺增多等原因,最终没能逃脱市场的优胜劣汰,在风靡一时后黯然收场。

通过对比不难发现,“黄焖鸡米饭”只卖一道菜品,技术门槛低,加盟成本低,产品和服务极易被复制。尽管一些“黄焖鸡米饭”品牌的总公司曾承诺对旗下加盟商提供区域保护,但是因为品牌繁杂,依然无法阻止“满城尽是黄焖鸡”。

一条小街上的29家餐馆,竟然有6家都

卖黄焖鸡,如此密集的分​​布最终导致客源分流。

在一些店铺,“黄焖鸡米饭”已经开始走下坡路,一家“黄焖鸡米饭”大望路分店的服务人员告诉记者:“现在的销量,最多只有2013年的一半。”

黑龙江省餐饮烹饪行业协会副会长郑昌江对记者表示:“现在我国的许多快餐行业从业者存在急功近利心理,市场流行什么就做什么。而且,还存在专门的团队,创立餐饮品牌的目的就是为了卖特许经营权,并无长远发展的打算,这类团队通过炒作制造某品牌生意红火的假象,进而收取加盟费。”

加盟店遍地开花的背后是加盟混乱、服务缺位、研发滞后等现实问题。某知名品牌“黄焖鸡米饭”总部客服告诉记者:“加盟费25000元,包含前期技术指导、装修方案、工装提供等服务。”虽然对方表明加盟服务包含“后期督导”工作,但是如何督导并没有明确的说明。

业内人士指出,餐饮经营者从长远发展的角度,也应该注意后期技术的研发。郑昌江告诉记者:“中国人对口味是很挑剔的,单一菜品很难长久地吸引消费者。”截至今日,大部分“黄焖鸡米饭”依然只卖单一菜品,即使有的店有所创新也多停留在黄焖系列。

一些“黄焖鸡米饭”经营者已经察觉到了危机,一家“黄焖鸡米饭”店的老板苏楠告诉记者:“就算味道再好,顾客很少能天天吃一个菜品,客流的连贯性难以保证。为了保证顾客粘性,朋友已经建议我加入砂锅等品类。”

如何抓住机遇健康发展?

尽管中式快餐在中国仅有20多年的历史,却占据了重要的市场份额。据中国烹饪协会统计,2007年,中式快餐营业额就已经高达2000多亿元,占整个快餐市场近80%的份额,年增长率近30%。到2012年,我国快餐行业营业额占整个餐饮行业的25%左右,其中,中式快餐占85%。

2012年开始,由于受到中央“八项规定”

和食品安全问题的影响,高端餐饮和“洋快餐”都受到了一定程度的冲击,旗下拥有肯德基、必胜客等餐饮品牌的百胜集团2014年第三财季中国营业额额跌9.5%,为中式快餐的进一步发展提供了良好的契机。类似于“黄焖鸡米饭”、“伏牛堂米粉”、“西少爷肉夹馍”等大众餐饮逐渐创建并迅速占领市场。

中国烹饪协会发布的《中国餐饮产业发展报告(2014)》显示,2013年度百强中,快餐、火锅、餐馆酒楼是主力业态,共占据85个席位,营业收入总和占百强总营收的比重高达85.9%。报告也提出,定位中低端、可连锁复制的大众化餐饮,因其可复制性较强,对厨师的依赖度较低等因素影响,容易做大。

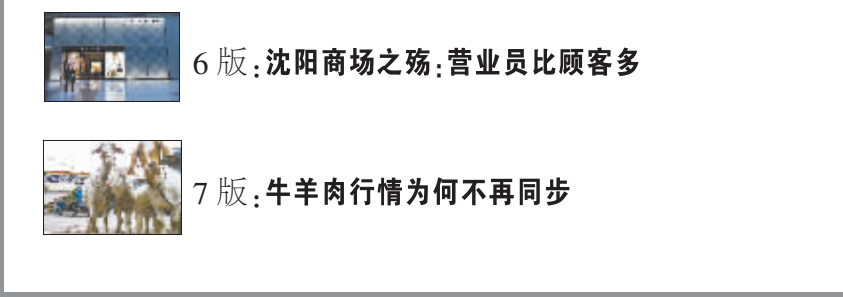
面对机遇,郑昌江认为,中式快餐应该在保持传统的基础上适应市场需求。中国的快餐企业可以借鉴麦当劳等洋快餐的经营模式,成为加盟商成长的有力推手,而非吸收加盟费的吸血虫。而加盟商在选择加盟时也要注意选择知名、稳定的餐饮品牌。

不过,机遇之外,中式快餐的发展存在单一品牌市场份额不足的现象。

“在中国,各地人们都有不同的美食爱好,地域性快餐大多以属地特色作为第一切入点,单一品牌若想在全国范围内占据市场份额,需要一个渗透的过程。因此,许多中式快餐在创建之时就少有以全国或者世界作为目标市场的。”中国烹饪协会副会长冯恩援告诉记者:“而且,麦当劳等洋快餐经过多年发展,在产品品质、服务模式、店铺管理等方面已经形成了完善的管理手册,积累了一定的品牌影响。”

郑昌江则认为,中式快餐的许多品种经过简单的加工都是适合快餐的经营模式的。经过2012、2013年餐饮行业的阵痛之后,现在中国的餐饮业已经逐渐走向以大众消费为主的发展道路,中式快餐发展迎来了新机遇。但在面向市场之前,中式快餐最重要的是要先练好内功,在经营模式、产品、服务上能够满足消费者的需求。

导 读



热 点

■ 本报记者 刘 静

临近春节,一年一度的春运又开始了。记者发现,今年春运中有不少新鲜事儿。

一块腊肉的神奇之旅

腊月里的四川,伴随着缕缕炊烟,腊肉的香味飘满了田间地头,也预示着年关将近。

在总人口仅有130多万的四川省达州市宣汉县,每年有高达70万人外出务工,成为了当地村民增收的重要途径。

要致富先修路。在该县的一个小镇旁,蜿蜒于大巴山深处的襄渝铁路线上的三等小站宣汉火车站,已连续16年在春节后开行“务工人员专列”。从开行首列“务工人员专列”至今累计始发400余趟,襄渝铁路已成为当地致富的“淘金之路”。

现如今,务工人员已经在城市中已经开辟了他们的一席之地,腊肉作为家乡一种特有的产物,也渐渐在大城市备受“热宠”。

2014年9月,西安铁路局“三秦货物快运”列车的开行,让腊肉也搭上了从小乡村到大城市的“快车道”。“一个电话、上门取送”的“一条龙”服务,“安全快捷、通达全国”的运输优势,“门到门”、“门到站”、“站到站”、“站到门”等多种可选运输方式,以及与其他运输方式相比低廉运输价格,让“三秦货物快运”列车受到当地民众的“热捧”,更加速了腊肉向城市的输送效率。

在革命老区四川省万源市的小县城里,有5家民间作坊,每年要熏制上10万斤腊肉,繁忙时间每家每天要同时熏制上千斤。而这些腊肉,有的被购买了寄给外地的亲朋,有的就直接销往外地。

2月的一天,8点一上班,万源火车站货运主任陈家芬就接到一批发往北京的腊肉,这500斤腊肉是唐乐胜老人寄给在北京开餐馆儿子的。

据唐乐胜介绍,儿子在北京开的餐馆主打招牌菜就是炒腊肉,生意一直不错,特别是春节前后,儿子餐馆不仅卖炒腊肉也卖家里熏制好的生腊肉,从儿子在北京开餐馆以来,他已经记不清往北京发了多少次腊肉了。

四川腊肉的神奇之旅,也让拉近了乡村与城市的距离,也结束了务工人员“拖着腊肉挤春运”的尴尬历史。随着春节的临近,据统计,进入2015年1月以来,西安铁路局安康车务段管内四川境内相关车站,通过“三秦货物快运”列车办理腊肉运输的顾客较以前增加了5倍左右。

港澳台同胞的返乡新选择

“大陆高铁发展快,我每年坐动车大约4万多公里,感觉动车舒适快捷。”陈茂松感触很深,2月9日中午,年逾七十的陈老在福州火车站稍微休息后,在“海峡情·王威服务台”工作人员的陪送下,从福州火车站转乘一趟开往漳州的动车。临行前,他特意在站台留了个影。

陈老祖籍广东梅州,居住在台湾屏东县。十年前,退休后只身一人来到大陆受聘于漳州一家台商企业。“过去出门坐飞机,现在年纪大了,还是坐动车踏实。”陈老说,如今在“家门口”就可以坐上动车四处考察。

5年前的一天,陈老到福州参加一次台商会,正巧福州至厦门开通动车,得知消息,陈老大清早起床坐上公交车赶到福州火车站,赶上了首趟动车开行。第二年春节回了台湾,他高兴地把动车票在亲朋好友面前显摆。如今,陈老给自己定了一个不成文的“规定”:在大陆出门考察,七到八小时内都选择动车。

去年春运,陈老正在东北丹东考察农业新产业,远在台湾的家人催着他回家过年,当地负责人已经给他购买了一张飞机票。但陈老很固执,委婉地谢绝了对方的好意,绕了好几个弯买到了一张动车票,辗转千余公里,从东北一路南下,中转换乘回到了厦门,再从厦门飞到台湾,等赶到家时,年夜饭已经过了。陈老说,家人埋怨他,可是这一趟长途动车之旅却是自己最珍贵的记忆。

陈冰冰是一名80后澳门籍同胞,快过年

春运中的新鲜事儿

择,坐着高铁「赶巴扎」……

一块腊肉的神奇之旅,港澳台同胞的返乡新选择,和家人一起,踏上了返乡路。

这次的返乡路与以往不同,他们全家没像以前一样乘坐飞机,而是选择从澳门乘车到香港,过境至深圳,从深圳乘坐动车回到了故乡晋江。陈冰冰说:“厦深铁路开通后,对我们这些港澳同胞来说,真是太方便了,返乡之路更近了!”

坐着高铁“赶巴扎”

2月的一天上午,家住七道湾的刘海涛早早来到乌鲁木齐南火车站,准备坐9点发车的兰新高铁到鄯善县七克台镇逛玉石巴扎。

早上10点56分,刘海涛乘坐D8802次动车在兰新高铁吐哈站下车,转乘公交车到达七克台镇。刘海涛收藏玉石已经有十几年时间,他说,坐高铁比他以往自驾车或者乘坐长途班车节省了两个小时的路程。

新疆自古就有“金玉之邦”的美称,具有十分丰富的奇石资源,仅鄯善县就有近200家农户在做销售,店面有100多家,每年销售奇石近千吨,销往全国各地。

刘海涛直奔“楼兰玉约”奇石店,取走了预定的玛瑙。经营户李长杰热情地介绍说:“最近店里的甘肃老板增加了很多,我的收入涨了不少,现在一天的收入比动车开通前两个巴扎日收入还要多。”

正说着,店里来了一位甘肃酒泉的买家,一口气买下了8000多元的彩玉挂件。这位游客表示,他特别喜欢收藏奇石,以前半年来一次,坐火车到鄯善就要11个小时,还要再转乘汽车,一天多才能到七克台镇。现在兰新高铁通车了,坐动车不到6个小时就到了,所以他每个月都会来逛逛,物色中意性的玉石。

据当地政府资料显示,目前,全村近80%的村民都开了彩玉奇石店,剩下的20%也都在做和彩玉奇石相关的营生。现在,每周六、周日都有玉石巴扎,特别是兰新高铁开通后,增加了大批来自甘肃、宁夏的客人,进一步带动了当地农民增收致富。

机遇·动力·风险

——从全国政策咨询工作会议关键词看经济发展新趋势

■新华社记者 陈伟伟

中国经济巨轮动向举世关注。当前,中国经济运行趋势如何?面临哪些机遇?需防范哪些风险?

2015年全国政策咨询工作会议9日在湖南长沙召开,主办方国务院发展研究中心主任李伟在会上阐述了中国经济发展的机遇、动力、风险。作为中央决策服务的高端智库,国务院发展研究中心此次全国性会议也是观察中国经济运行和宏观政策“风向”的窗口。

新常态蕴藏新机遇

当前,我国正步入经济新常态。“新常态同样蕴藏新机遇。”在李伟看来,经济结构调整难免阵痛,但调整成功将会提升资产质量和产业结构,并创造新的工作岗位;一些传统产业需求虽然饱和了,但新技术、新产品、新业态和新需求正在涌现,供给创造需求的空间无限巨大。

此外,出口增长虽放缓,但利用装备能力、产业配套能力和资金输出等优势,在新一轮国际分工中有望向产业链中高端迈进;保护环境、治理污染会增加成本,但提供生态产品,走低碳、绿色发展道路,则会带来新商机。“我国人均GDP按人民币与美元汇率计算仅相当于美国的八分之一,居民最终消费率、第三产业增加值占GDP比重、农业劳动力占比等指标,与美国相比均有相当大的差距,国内市场扩张、服务业加快发展、城镇化快速推进等都具有广阔的空间。”李伟说。

培育新动力重在科技创新

经济发展阶段的转换,表面上看是增长速度换挡与调整,但本质是增长动力的转换与接续。

“培育增长新动力的关键在于创新。”李伟说,除了要进行产品创新、生产组织方式创新和工艺创新、体制机制创新外,最重要的是要进行科技创新。

需防范四方面风险

李伟认为,当前,中国经济运行需防范和化解四方面风险:

——财政风险。2015年,房地产市场阶段性调整带来的土地收入缩减,地方债务偿还相对集中,过剩产能逐步退出,以及维持基础设施投资的需求等,都会加剧财政压力,特别是地方基层财政压力。

——金融风险。包括防范地方金融机构风险,以及政府债务的化解。此外,要重视企业效益下降、银行不良资产率上升以及互保联保问题。

——房地产市场风险。房地产市场总体下行趋势仍将继续,去库存任务依然艰巨,市场分化趋势加剧。同时,一些房地产企业扩张过快、市场销售不畅,融资能力不足、抗风险能力较弱,违约、资金链断裂等经营风险明显上升。

——就业风险。新常态下,就业结构性矛盾依然突出:一是经济结构调整,部分传统过剩产业面临淘汰和转产,不少职工难免失业或转岗,因技能短期不适应新岗位、新业态需求,摩擦性失业会有所增加;二是由于与产业升级、岗位需求不匹配问题突出,大学生就业压力还会持续一段时间;此外,由于二代农民工就业形态和报酬要求发生了明显变化,原有的土地对就业波动的缓冲作用明显降低。

(据新华社电 本报有删节)

电商恶斗不该伤及公众

■本报记者 赵 昂

春节将至,红包来袭。去年依靠红包功能赚得盆满钵满的微信平台,今年遭遇了竞争对手——支付宝。支付宝也开通了红包功能,并接入微信入口。不过,最终这场红包之战,却以恶斗开场,微信封杀了支付宝的红包功能,支付宝则封杀了微信公众平台店铺的支付功能。

众所周知,支付宝和微信背后,是两大互联网企业巨头阿里巴巴和腾讯,红包恶斗的结果,是网民在跨平台使用两大巨头的相关产品时遭遇难题。

曾经有这样一则笑话,两只等待被宰杀的动物在聊天。一只说,为什么我们作为这里的客人,却从来不用支付任何钱,就可以免费吃喝。另一只解释说,因为我们好像不是顾客,而是等待被宰的。

提供免费平台的互联网企业,往往是这样解释他们是如何生存并给股东带来回报

的,对绝大部分消费者或消费流程实行免费,对少部分有更高需求的消费者和更复杂的消费流程实行增值收费。但事实上,一些网络企业凭借免费带来的巨大用户群,拥有了比增值服务收入更重要的资源——对用户互联网行为的影响力。

而正是借助这样的影响力,网络企业将对其市场的影响渗透到线上和线下的各个方面。加之其庞大的市场占有率和对GDP的“贡献值”,互联网企业的话语权不容小觑。而正是这个原因,对于互联网企业的相关监管,并不容易。

但是,企业不能有钱就任性。有钱,并不意味着可以随意支配市场。根据我国《反垄断法》的规定,“具有市场支配地位的经营者,不得滥用市场支配地位,排除、限制竞争”。而存在“一个经营者在相关市场的市场份额达到二分之一的,两个经营者在相关市场的市场份额合计达到三分之二;三个经营者在相关市场的市场份额合计达到四分之三

的”,可以推定经营者具有市场支配地位。

而在2014年第三季度,支付宝在中国第三方支付市场交易规模中,坐拥超过八成的份额,财付通则占据一成,拉卡拉占4.4%,其余企业均不足1%。

更何况,在公平竞争的市场上,企业无论大小,都不能任性而为。就信息行业而言,根据工业和信息化部于2012年3月开始施行的《规范互联网信息服务市场秩序若干规定》,互联网信息服务提供者不得以某些行为侵犯其他互联网信息服务提供者的合法权益,或者诋毁其他互联网信息服务提供者的服务或者产品;恶意对其他互联网信息服务提供者的服务或者产品实施不兼容、欺

导或者强迫用户使用或者不使用其他互联网信息服务提供者的服务或者产品;恶意修改或者欺瞒、误导、强迫用户修改其他互联网信息服务提供者的服务或者产品参数等”。

互联网企业绑架公众相互恶斗,已经不是第一次出现了。尽管在一些事件中,相关企业给出了包括“安全性”、“兼容性”在内的诸多解释,但这样的解释能否服众,不得而知。而当这两个企业斗来斗去,公众权益受损,就已经不是这种企业之间的事情了。

在市场经济的大海,无论是行业里龙头老大的“万池游轮”,还是刚刚出港的中小企业“小舢板”,都应当在一定的航线内按规则竞争,而不能突破某些底线。而在法治社会里,任何企业、任何企业家,都没有法外特权,也不应破坏市场公平竞争。