

自八项规定出台之后,迎合大众消费的小餐饮品牌迅速抢占市场,迎来了发展的黄金期

小餐饮的掘金之路

焦点

□本报记者 吴锋思

“目前,福州已有 80 多家小餐饮品牌走向全国,在各地的门店已超过一万家。”记者从日前召开的福建全省小餐饮行业发展研讨会上了解到,在本土发展起来的小餐饮品牌开始集体抱团往外发展。

在中央八项规定出台后,我国鼓励企业大力发展大众餐饮,迎合大众消费的小餐饮品牌迎来了发展的黄金期。

小餐饮的崛起

“下个月第十家门店开业,我们已提供了近千个岗位。”福州一家小餐饮品牌连锁店的负责人告诉记者。

“吃海鲜有专门的鲜捞,吃烤鱼有知名的品牌店,吃麻婆豆腐有做得很精细的……”在福建省直机关某单位上班的陈小姐是一个典型的“吃货”,她的手机上保存着不少餐饮店的订餐电话。“给我感受最深的是这些小餐饮品牌的连锁店越开越多。”

记者了解到,目前福州餐饮市场上,一批特色鲜明的小餐饮品牌正在迅速崛起。福建省东南商务管理研究院中华小餐饮研究所所长陈金兴说,这两年福州已发展起来了近百个草根小餐饮品牌,在全国开了上万家分店,而且影响力极大,在全国小餐饮界有着领先地位。

这些发展起来的小餐饮老板多来自草根阶层,在 2013 年之前,令狐冲烤鱼的创始人郑锦清只是一个从保安转型到街边摆摊鱼摊的路边摊经营者,如今分店已遍布全国,共拥有 120 家分店;桥亭活鱼小镇由制鞋工人林成兰创办,经过 13 年的发展,已经从当初仅 5 张桌子、7 个员工的路边小店,变成了拥有 1600 多名员工近 60 家门店的全国性连锁小餐饮品牌。

据了解,近年来发展起来的福州小餐饮品牌已经在全国各地开出了超过一万家餐饮店,其中不少品牌的年营业额增长达到了 30% 以上。在近两年的时间里,福州已经吸引了将近三千家全国各地的小餐饮企业前来参考察。林成兰说,早些年整个行业都推崇高大上的餐饮企业,做小餐饮的都抬不起头来,不好意思跟别人说。但近几年就完全相反了,



小餐饮可以说是迎来了春天,不管开到哪里都很受欢迎。

陈金兴表示,按目前的发展态势,福州的草根餐饮品牌很快就将突破 100 个,而且在全国的门店数量也还将迅速增加。福建农林大学教授许安心说,自中央八项规定出台后,高端餐饮业经营一落千丈,随后商务部又出台《关于加快发展大众化餐饮的指导意见》和《关于推动餐饮业转型发展的指导意见》,为小餐饮行业的发展提供了一大良好机会,福州草根餐饮便是借助这一机会实现了大发展。时尚的就餐环境、便利的订餐方式、亲民的价格、美味的佳肴,成为餐饮企业的发展之道,据商务部调查,目前大众餐饮已占全国餐饮市场的 80% 左右,成为主流。

压力尚大

“这几年大众餐饮确实做得不错,但纯利

并不高。”福州某餐饮品牌连锁店的老板告诉记者,看似风生水起的大众餐饮隐藏着不小的压力。

“餐饮业频现缺口,不少餐馆都在招人。其中,服务员最缺,尤其是年轻的服务员。”一家餐馆老板感慨道。

一项对 2015 年各行业前三季度离职率的调查显示,餐饮行业高居离职率首位,达到 36.5%,人员流失最严重的岗位是一线服务人员,其次是厨师。餐饮行业劳动者中 35 岁以下劳动者占到近 7 成,同时超过 5 成工作时间不超过 1 年。餐饮行业员工的流动率持续保持高位。

“原材料价格、人工成本、店租,每一项的开支都很高。”上述餐馆老板表示。大中型餐饮机构实力都较为雄厚,可以通过增加员工福利、上调工资等吸引员工。但小餐馆面对招工根本无力抵抗。据了解,餐饮业人员技术含量低,原来工资一直比较低。但近几年来,洗碗工、卫生工等人员的工资不断上涨。尽管如此,餐饮行业普遍存在招人难的局面。

据了解,随着我国餐饮业的快速发展,对烹饪人才的需求量将达到空前规模,据悉,未来 5 年,烹饪行业对人才的需求量维持在 1000 万左右,巨大的人才缺口量对餐饮业发展是一个瓶颈。

“转让费加上预付三个月租金,一个店面盘下来就得十几万元,加上设备、装修等投入,增加一个店就要几十万元。”福州一家专门从事餐饮连锁管理机构的负责人刘小睿说,小餐饮要做品牌就需要增加连锁店,但扩张成本一般的小机构承受不起。据了解,福州餐饮业年租金基本保持 8%~10% 的增长速度。

创特色、创品牌,走精细化之路

随着“互联网+”、“双创时代”来临,小餐饮行业发展快速。同时,由于小餐饮业门槛低,也越来越受创业者青睐。

“对于大多数餐饮从业者而言,大众餐饮市场就注定与小而精餐饮业生态结缘。”中国烹饪大师、福州市烹饪行业协会副会长金宁飞认为,随着大众餐饮市场的逐渐壮大,“传统餐饮的‘大而全’正在慢慢地被‘小而精’所取代。

据了解,全国餐饮连锁品牌,消费主力大多是年轻人。因此,业内人士指出,小餐饮品牌要进一步发展,要从餐厅环境入手,打造良好的用餐环境。网络时代,多样化的营销手段也是必不可少的。

此外,还有业者提出,要真正实现小餐饮品牌在全国的扩张,还必须实现产品的标准化供应。这在中式餐饮中的难度十分高,如果能攻克这一难题,其推广将起到突破性的推动作用。

福建省商务厅相关人士透露,正研究将小餐饮行业纳入中小企业流通体系扶持政策中。中小餐饮企业在提供产品的同时,未来会需要更为稳定的供货链,甚至需要农产品种植、水产品养殖基地的介入,这部分的项目可打包进行报备,把这块项目做一定的资金扶持。

福建小餐饮行业发展研讨会上,相关餐饮行业协会及企业建议省商务厅、福州市政府出台小餐饮行业发展扶持政策,建设福建省小餐饮虚拟产业园与众创空间项目,促进形成福州市小餐饮产业链。与会人士还建议,政府可出台小餐饮行业发展扶持政策,建设小餐饮虚拟产业园与众创空间项目,加快打造小餐饮产业链。同时,通过鼓励设立、扶持小餐饮研究机构,举办小餐饮连锁企业培训,培养行业人才等举措来推动小餐饮之都建设。

导读



6 版:三问乳企:如何挽回“流失”的消费力



7 版:盐改十年终破局



8 版:驾照自学直考,对驾校影响几何

热点

□本报记者 孙喜保

日前,在农业部举行的发布会上,农业部副部长余欣荣称,从今年开始,我国的玉米种植将出现重大调整,在一些非玉米高产区,大幅减少玉米的种植面积,鼓励当地种植户改种其它作物。这一地区主要包括东北冷凉区、北方农牧交错区、西北风沙干旱区、太行山沿线区及西南石漠化区, 因其在地形版图中呈现由东北向华北—西南—西北镰刀弯状分布,所以又称“镰刀弯”地区。

在农业部相关负责人看来,2015 年粮食十二连增后,我国虽然已经处于粮食安全较好的时期之一,但粮食结构性矛盾也开始凸显,其中以玉米的结构矛盾最为突出,产量增加、库存量增加、进口量增加这一“三量齐增”的奇怪现象,逼迫玉米产业必须尽快改革。

调减非优势种植区、改革政府托市收购政策,成为今年玉米产业改革的两个突破点。

连年增收“产能”过剩

“一些生态脆弱区,高强度地种植玉米,虽然能够换取一些玉米产量,但是带来的生态代价太大,不符合中央提出的绿色发展的要求,所以在这方面我们要主动地调。”余欣荣说。

减少我国玉米种植面积,已经成为今年以及今后一段时间,我国种植业结构调整的重要内容。

据了解,经过粮食的十二连增,我国稻米、小麦基本上能够实现供求平衡,但是在农业部相关负责人看来,主粮之一的玉米供应出现了阶段供大于求的状态。

之所以出现这一情况,原因主要有二,玉米种植面积增加;玉米单位产量增加,这背后则是国家托市政策的支持。

据悉,目前玉米是农民收益率最高的粮食作物,在 2014 年,我国的玉米托底收购价格一度达到每斤 1.12 元,远远高于发达国家的价格,甚至是一些发达国家价格的两倍,这极大刺激了广大农民种植玉米的积极性。

据了解,中央农村工作领导小组副组长陈锡文此前介绍,2003 年,我国粮食总播种面积跌到低谷,当年数据不足 15 亿亩,现在已经超过 17 亿亩,12 年来,所增加的 2.1 亿亩种植面积,大部分变成了玉米地,而在粮食的十二连增中,玉米一个品种就占到增加量 57%。

玉米的连续增加,因为受到托市收购政策的影响,也带来了一些负面因素。

在这种背景下,国家关于玉米结构调整的政策也相继出台。比如,农业部在去年底就下发了《“镰刀弯”地区玉米结构调整的指导意见》,鼓励这些非优势种植地区减少玉米种植,增加其它适宜的经济作物。

托市收购被迫调整

今年开始,国家加大了宣传力度,呼吁广大种植户配合调整。为了让政策更好落实,实行了十年的政府托底收购政策也在今年 3 月进行调整,国家不再实施托底价收购,将玉米推向市场,让市场决定玉米的价格。

据了解,为了保护农民的利益和种植积极性,同时保证国家的粮食安全,自 2007 年,在全国正式全面实施粮食托底收购以来,我国的玉米价格由当年的 7 角钱一斤,涨到 2014 年的 1.12 元/斤。

据了解,我国虽然出现了玉米产量增加、玉米库存过剩的局面,但是国外玉米以及其替代品进入中国的速度不仅没有放缓,反而出现了愈演愈烈的趋势,即便在有配额限制的情况下,2015 年,我国进口玉米及其替代品的数量也达到了 880 万吨,比 2014 年同比增长超过 80%,而且由于不受配额限制,玉米替代品进入国内的趋势越来越明显,问题也越来越严重,如果不积极应对,我国的玉米产业将受到更大的冲击。

“国外玉米的价格和玉米替代品的价格远远低于国内的价格,对市场具有极大的吸

引力。”陈锡文此前在接受媒体采访时说。

据了解,2015 年,国外玉米到岸价格不到 8 角钱一斤,而中国当时的政府托市收购价就高达 1.12 元一斤,远远高于国际市场价格。

在农业专家看来,长期以来,由于我国农业科技水平不高,再加上各种要素价格持续上涨,导致了我们粮食生产的成本远远高于国际市场,粮价也相应偏高。

因此,对于取消对玉米托市收购政策,陈锡文表示,“必须要让饲料企业使用国产的玉米,逼退进口玉米的价格。如果国内玉米的市场价格仍高于国际的价格,那国内的玉米产业仍然没有竞争力。”

但在业内人士看来,将玉米推向市场,仅仅是抵御国际玉米竞争的第一步,最重要的还是提高我国玉米产业的科技含量和生产能力,降低我国玉米的生产成本。此次农业部调减非优势玉米产区的同时,还强调要加强国内高标准农田的建设,“国家在‘十三五’期间大规模开展高标准农田建设,提出确保建成 8 亿亩、力争建成 10 亿亩集中连片、早涝保收、稳产高产、生态友好的高标准农田,实现‘藏粮于地’。”这才是加强我国玉米国际竞争力的根本。

(下转第 7 版)

央行将加强监督防范征信市场风险

据新华社电 (记者姜琳)中国人民银行行长助理杨子强近日表示,2016 年要着力推进征信市场的规范发展,进一步完善征信管理制度和机制,加强征信市场监管,防范征信市场风险。

杨子强在日前召开的央行征信工作会议上说,2016 年要切实采取措施保护信用信息主体的权益,有效防止信息共享中的利益冲突,促进征信服务市场的差异化竞争;同时加强统筹协调,大力推动社会信用体系建设,进一步改善信用环境;加强对金融信用信息基础数据库的运营管理,加快拓展征信系统信

息覆盖面,完善金融信用信息基础数据库的功能。

据了解,我国金融信用信息基础数据库的服务水平不断提高。截至 2015 年末,个人征信系统已收录 8.8 亿自然人,其中 3.8 亿人有信贷记录,全年日均查询 173 万次;企业征信系统收录企业及其他组织 2120 万户,其中 577 万户有信贷记录,全年日均查询 24 万次。在深化动产融资服务方面,截至 2015 年末,融资服务平台累计注册机构 7.8 万家,促成应收账款融资业务 2.8 万笔,融资金额达 14387 亿元。

2020 年我国草原综合植被覆盖度达到 56%

本报讯 (记者孙喜保)5 月 9 日,农业部印发了关于促进我国草牧业发展的指导意见的通知。通知要求,到 2020 年,全国天然草原鲜草总产草量达到 10.5 亿吨,草原综合植被覆盖度达到 56%,全国草原退化和超载过牧趋势得到遏制。

草牧业在我国农业产业中占有重要地位,其以饲草资源的保护利用为基础,涵盖了草原保护建设、饲草及畜产品生产加工等环节。草牧业也是提高我国牛羊肉和奶产品竞争力的基础,只有依托草牧业全产业链运作,推进草畜配套和产业化,才能实现好草产好肉、产好奶的目标。而且,草牧业是牧区和贫困山区的传统产业、优势产业和支柱产业,约占农牧民纯收入的 50% 以上,其科学有序发展,有利于大幅度增加农牧民收入,有利于农牧民脱贫致富奔小康。

按照农业部的要求,目前发展我国草牧业,需要坚持四个基本原则:生态优先,草畜配套;优化布局,分区施策;市场主导,政府引导;产业融合,提升效益。

我国气候差异大,发展草牧业,因地制宜

策显得尤为重要。我国草牧业大致分为四个区域:北方干旱半干旱区、青藏高原区、东北华北湿润半湿润区、南方区。根据通知要求,四个不同区域应采取四种不同的主战策略发展草牧业。比如,在北方干旱半干旱区,将着力治理退化草原,改善草原生态,重点实施退牧还草、京津风沙源治理、新一轮退耕还林还草、农牧交错带已垦草原治理、牧区草原防灾减灾等工程,全面实施好草原生态保护补助奖励政策,巩固北方重要的生态安全屏障。在青藏高原区,将着力修复草原生态系统,恢复草原植被,维护江河源头生态安全,保护生物多样性,改善农牧民生产生活条件。

根据通知要求,经过 5 年的治理和发展,到 2020 年,全国天然草原鲜草总产草量达到 10.5 亿吨,草原综合植被覆盖度达到 56%,重点天然草原超载率小于 10%,全国草原退化和超载过牧趋势得到遏制,草原保护制度体系逐步建立,草原生态环境明显改善;人工种草保留面积达到 3.5 亿亩,草产品商品化程度不断提高;牛羊肉总产量达到 1300 万吨以上,奶类达到 4100 万吨以上,草食畜牧业综合生产能力明显提升。

谁是未来游戏市场的赢家？

□本报记者 赵昉

根据市场研究公司 Newzoo 和 TalkingData 合作推出的最新报告显示,我国已成为全球移动游戏最大的市场。2015 年,中国玩家在移动游戏上支出 71 亿美元,较上年增长了 57%,超过美国和日本。这份报告预计,今年中国玩家在移动游戏方面支出将达到 100 亿美元。

在单机、网络、手机、网页、游戏机和电视六大游戏产业分类中,网游和手机一向是两大巨头,存在相互竞争关系。去年,我国网络游戏市场规模为 153 亿美元,移动游戏的崛起,使得网游市场规模增速放缓。在一些人看来,手机取代电脑,移动游戏取代网络游戏,似乎是大势所趋。

家用电脑的普及,让曾经风靡的掌上游戏机难寻踪迹,智能手机的出现,又让网吧里的游戏少年们纷纷变成“低头族”。在游戏市场上,竞争从来就没有绝对的胜者。

今日的移动游戏和网络游戏,其游戏模式与 10 年前有什么不同吗?主要的几种移

动游戏模式,如扑克牌、跑酷、消消乐、打飞机等,用简单的游戏来打发玩家的零散时间,并没有离开掌上游戏机的影子,只不过画面更绚丽,操作从按键变成触屏,另外可以与他人一起在网上比赛而已。

事实上,随着几大互联网公司相继收购中小型移动游戏开发商,移动游戏的竞争成本正在不断提高。中小公司如果想让自己开发的新款游戏为玩家所关注,需要付出的营销成本代价往往是其所难以承担的,这样的竞争格局使得移动游戏的创意减少,创新性不足。

而在打腻了飞机,玩烦了扑克牌后,消费者们会希望内容和玩法更为复杂的“重度游戏”,报告也证实了这一点。但是,智能手机尽管“智能”,其存储空间和家用电脑并无可比性,如果硬件方面没有突破,移动游戏“重度化”并不容易。

网络游戏可以满足消费者“重度化”的口味需求,而且,网吧里的电脑更新换代很快,消费者并无硬件之忧。近两年,曾经一度门庭冷落的网吧又有再度火热的态势,一方面原因是政策向好,城市内网吧总量和网吧内电脑

数量限制都已放开,另一方面则是网络游戏市场的复兴。

过去,消费者去网吧玩游戏,是因为家中没有电脑,如今,消费者来到网吧,是为了和好朋友一起上网玩游戏。而网吧条件的改善,变身“网咖”,也使得游戏成了社交的一种方式。

不过,网络游戏的操作模式,也已多年未变,网络游戏市场同样能看到几家互联网巨头的身影,各种社交账号已经可以在游戏网站上通用,在移动游戏和网络游戏两边都压宝,是不少互联网公司的选择。

其实,每一次海外制作方向游戏进行的内容更新,对于国内代理商而言,都不亚于“雪中送炭”,因为操作方法一旦长时间不变,消费者玩久了,同样会失去热情。而与之相对应的,则是国产网络游戏原创能力不足,仅有的几款,模式上也模仿欧美同类游戏,只不过披上了东方元素的画面“外衣”而已。

创新性不足,掣肘着移动游戏和网络游戏,报告显示,这两大类游戏的主力玩家,仍然是 30 岁上下的新一代人。这一代人经历了从掌上游戏机、家用电脑到网吧、智能手机

的时代变迁,习惯了“ASDWW”的行进操作、砍怪练级加点和“Ctrl+1”组队,在他们看来,超级玛丽和如今的手机酷跑,都是跑跑跳跳吃金币,没有什么太多不同。

已经步入而立之年的 85 后一代人,支撑不起移动游戏和网络游戏产业的未来,因为即将背负家庭责任的他们,并没有多少仅存的游戏时光。影响游戏市场下一个十年的,是 95 后一代人。

“95 后”的消费者,其消费能力更强,更看重游戏体验,也重视游戏过程的私密性。目前,我国游戏机市场已有诸多“开闸”措施,在海外已经风靡了几十年的“客厅游戏”,在国内的市场正在悄然培育。好朋友在客厅里打游戏机,既能满足消费者对“重度游戏”的内容要求,又能满足玩家之间的互动性需求,这对于涉足移动、网络游戏颇深,已经乐享现有“蛋糕”的互联网巨头而言,无疑是巨大的挑战。

产经周观察