

是回归 还是退化

周口餐饮业平民化道路之痛

□记者 梁照曾

餐饮业的平民化,被视为餐饮市场的一种理性回归。餐饮价位降低、饭店身段放低、经营更加亲民,让各种流派的餐饮美食能够走入百姓家,是好事,符合市场规律。从行业角度来说,这是餐饮业融入多元化市场竞争的一种内在机制的调整和改变;从消费市场来说,这是发展机遇的创新和消费潜力的再次提升。但是在这种市场变化的背后,业界应该警惕餐饮业在研发过程中产品品质的下滑。

从周口近 3 年来的餐饮业发展状况来看,周口餐饮业在市场调整中,新格局雏形已逐渐形成,转型后的高端饭店仍是市场主力,如雨后春笋般的特色美食店成为市场新军,两者拥有不同的消费群体,谁也不敢小视谁,市场实力在伯仲之间,共同组成中端

餐饮业的强大阵容。

餐饮,既是一种单纯饮食生产供求的社会元素形式,也是一种文化的传承和创新,因此它是一种独特的生产力,也体现了生产关系独特的社会特性。餐饮业中,身负这种使命的是中高端餐饮店,因为这些中高端餐饮店具有这方面的创新实力和能力,同时也是中国传统饮食文化传承的主流载体。

然而,在现实中,中高端餐饮店因其运行成本较高(商铺租金、薪金、食材价高),同时又要追求中低端平民化的消费走向,让很多饭店陷入两难境地。一部分饭店维持中高端美食风格,承受收不抵支的经营困局,难以生存,还有一部分饭店选择将餐饮成本降低,以大众宴席招待的餐饮路子养店。这是当前周口中端餐饮业的一大现象,他们在较高

的店铺租金、人员薪酬“水涨船高”的情况下,只有降低餐饮成本,才能获得利润空间。

以大众宴席养店这一情况的出现,也就意味着这些饭店的产品品质无法得到保障,在产品创新、文化元素的塑造上,也就显得力不从心。现在,当你走进周口一些过去颇有特色的饭店,点几道很地道的佳肴,你会发现今昔相比,产品大为缩水,而且餐饮文化的味道越来越淡、品质越来越差。

在当前餐饮回归平民化的道路上,周口的很多餐饮业主还处于迷乱中,市场还处于深度调整期,他们无法找到自己在市场中的位置。或许,这种现象绝非周口一地如此,餐饮业主对市场的摸索还需一段时日,但是在这种平民化的道路中,餐饮业在阵痛中还是要注重品质的保持和创新,这是餐饮的灵魄。

周口啤酒风向标

- 1.哈尔滨啤酒
- 2.千岛湖啤酒
- 3.雪花啤酒
- 4.百威啤酒
- 5.崂山啤酒
- 6.青岛啤酒
- 7.燕京啤酒
- 8.金星啤酒
- 9.华雪啤酒
- 10.劲派啤酒

周口啤酒风向标依据每款啤酒获得票数排序,每周一更新,本期啤酒票数排名截至 8 月 2 日 22 时。投票方式:啤酒名称(全称)+理由(20 字以内)发至 13839412578,或关注“周口酒水”微信平台回复投票内容。

现在流行啥啤酒
请看啤酒风向标

皇宫国际婚纱摄影

尊贵 高端 潮流

电话 8662666

中州大道与步行街交叉口二楼

周口首届“微情书”征文大赛火热征集中

□记者 黄佳

本报讯 爱情,是每个人心中最纯真最美好的情感,有人习惯了将爱流露于行为,有人习惯了将爱埋藏在内心深处,但多年之后依旧保留着最初的美好。把爱形成文字,无论时过多久,依然保留着最初的心动。

“微情书”,简洁明快,质朴纯真。当飞鸿传书不再被花前月下的情侣们青睐,当冗长而

陈旧的表达方式即将退出流行舞台,由周口报业传媒集团主办、周口晚报时尚消费周刊承办,美国威世顿净水器、周口元朝牧场牛奶、维纳斯摄影协办的周口首届“微情书”征文大赛隆重开启,现火热征集中。周口首届“微情书”征文大赛启动以来,备受全城瞩目,征文数量众多,许多商家打电话咨询相关事宜。

“微情书”顾名思义短小情书,这些征稿

中,大多以诗歌的形式赞美爱情的纯真与美好,或现代诗,或古体诗,其中不乏经典之作,让人印象深刻。

此次活动招商范围涵盖白酒、啤酒、鸡尾酒、饮料、水、茶行、婚庆礼仪、婚纱摄影等行业。届时,主办方将评出佳作奖 30 名,8 月 20 日举行“微情书”征文大赛颁奖典礼,同时,还将招募百名单身青年男女参加当日交流互动游戏,体验时尚健康的交友方式。

陈州府酒



人祖圣地

电话:15896760188

白酒消费呈高龄化趋势

无论消费者群体还是户均消费,白酒均呈现出不同程度的降幅。过去 3 年间,每百户居民中,便有 4 户居民没有再购买过白酒,白酒消费每况愈下。调查显示,白酒重度消费者呈高龄化趋势,年轻消费群增长乏力,而重度消费者低收入化倾向显著,产品结构升级受困。

央视市场研究(CTR)旗下的中国城市居民调查公布的数据显示,酒类消费者中,白酒消费者占比 39.4%,葡萄酒消费者占比 47.8%,啤酒消费者占比 83.1%,洋酒消费者占比 19%。

白酒作为一种大众型快消饮品,健康的消费者结构应该是呈抛物线形状的,即 25~44 岁社会主流消费者的占比最高,45 岁之后,随着年龄的上升,消费逐渐下降,这也是几乎所有快消品持续发展的共同规律。然而研究发现,当前白酒的高龄化重度消费者仍占主流。白酒的重度消费者(每天至少喝 1 次白酒,下同)中,53%的重度消费者年龄在 45 岁以上,只有 47%的年龄在 45 岁以下。而对照啤酒、葡萄酒和洋酒的消费者结构,重度消费者全部集中在 45 岁以下(各类酒品的重度消费者中 45 岁以下人群占比:啤酒为 70%、葡萄酒为 73%、洋酒为 91%)。

除高龄化外,低收入化特征也非常明

显。在白酒的重度消费者中,44%的人属于社会底层(消费力处于社会总体人群中最低的 40%的一群人)的消费者,只有 36%的比例属于社会中上层人群(消费力处于社会总

体人群中最高的 30%的人群)。而啤酒、葡萄酒和洋酒的重度消费者中,社会中上层人群占比分别达到 46%、65%和 69%。

(据《北京日报》)



新闻 热线

8599369 8599368 8599376

就餐时不给发票;菜品中有异物;
被迫接受最低消费;油烟扰民;
假冒伪劣酒水;服务态度恶劣;
强制使用一次性消毒餐具;
.....

发现以上情况,请拨打监督热线电话,我们将在第一时间关注您的呼声,通过记者的调查与呼吁,引起有关部门的重视,让您的合法权益得到维护。

时尚消费微信公众平台



扫“时尚消费”微信平台,获取最新活动资讯。

周口酒水微信公众平台



扫“周口酒水”微信平台,获取最新活动资讯。