

# 饮食消费,新增量如何撬动

## ——疫情下浙江餐饮业个体工商户生存调查(下)

本报记者 金春华 谢丹颖 徐贤飞

杭州的消费热情被消费券“点燃”了。一组数据描述了“燃烧热值”:截至7月3日,第一、第二期数字消费券已拉动消费超30亿元。

这般“热度”可以获得感性的实地验证。6月24日20时,杭州发放今年第二期数字消费券。两小时后,记者来到滨江江庄后王路烧烤一条街,发现这里已涌入很多食客,现场飘荡着呼朋引伴声、烤肉声、开啤酒瓶声。“政策‘点火’后,怎样让市场热起来就要看我们了。”经历过第一期消费券带来的火热,店主们的信心明显更强。

城市烟火气,经济活力的风向标。刚刚闭幕的省第十五次党代会,“加大对中小微企业和个体工商户扶持力度”“千方百计助企纾困”等任务部署引发广泛关注。连日来,浙江多地多部门相继推出稳经济、促消费政策措施。省政府办公厅发布《关于扶持个体工商户纾困发展的若干意见》,省商务厅出台《浙江省促进消费复苏回暖行动方案》;金华、丽水等地开启消费促进月、促销季,鼓励零售、住宿、餐饮业企业普惠性消费;台州文旅启动六大行动,以纾困促消费……

餐饮业如何寻找新增量?政策之“火”效应如何?我们继续在浙江人一早一晚的饮食江湖里,观察消费和市场的新变局。

### 寻找增量

#### 小餐饮业暗藏机遇

最近,杭州允久数据科技有限公司一篇《疫情后,我想在杭州开一家烧烤店》的网文引发热议。文章通过分析主流消费服务平台上的数据,得出“性价比要高”“营业时间要长”等在杭州开好烧烤店的“诀窍”,也折射杭州烧烤店恢复活力的强劲势头。

很多餐饮业经营者关注到了这篇文章。烧烤店主阿豪近期有开发特色套餐、增加新营销点的想法,但拿不准消费者心态,很怕“竹篮子打水”。看到文章里用大数据分析,得出特色套餐是开店的加分项结论,阿豪不再犹豫。

随着疫情防控形势总体向好,生产有序恢复,消费市场活力正在逐步回升。省统计局发布数据显示,5月份浙江餐饮业收入尽管同比依然有所下降,但降幅比上月收窄75个百分点,呈现恢复向好势头。复杂局面中,“先寻找增量自救”成为越来越多餐饮业个体工商户的共识。

“厨艺没见长,拍照、剪视频、写文案倒是愈发熟练。”说话间,陈娜又在手机上接到一单。满满一箱油带鱼,发往江苏常州。在店铺因疫情歇业的那段时间,她靠线上卖海鲜这一“副业”撑了过来。

这是陈娜在舟山夜排档闯荡的第24个年头。风风雨雨让她深信,只会“一招鲜”并不明智,应该多备几招。两年前,这位“美厨娘”开始化身“美女主播”。今年3月停止堂食后,她的朋友圈就“爆发”:最多一天发了16条“广告”,时间跨度从零时发到22时22分。她对每条视频的质量严格把关,而且时长也不超过10秒,“拍的都是值得推荐的好货。”

辛苦付出终有所得。在同行基本没有收入的那段时间,陈娜每个月还有两三万元营业额,“基本覆盖人工成本,可以把夜排档继续开下去。”陈娜说。

如何利用外卖、预制菜等培养线上客流,已成为餐饮业寻找增量的“必修课”。6月10日,在中国饭店协会主办的“2022中国餐饮数字化产业纾困峰会”上,多位业内人士建议,餐饮企业要积极拓展线上外卖、远程点到店自提、线上商城售卖预制菜等措施。

当然,也有一些餐饮业主反映,线上的路并不好走。来自国家信息中心的一份报告数据显示,2021年我国在线外卖收入占餐饮业收入总额的21.4%。但仅靠这两成的收入,显然解决不了餐饮业面临的难题。尤其是对烧烤、火锅这类追求食用场景,以及不少讲究菜品新鲜度的店主而言,外卖更是一种权宜之计,练好“线下功夫”才是他们集中寻找增量的方向。

走进今年4月新开的杭州夜宵烧烤店“油闹闹”,记者并没有看到烧烤店常见的烟熏火燎,这里颇为“另类”:墙上画着二次元漫画,大堂中间有一个6屏拼接的超大屏,正在播放一场电竞赛……有网友惊呼:“烧烤店还能这么干净?”

“环境干净、食材干净是我们的新卖点。我们希望以此加强消费者与经营者之间的互动。”“油闹闹”老板来翎,标准的90后,直言“网络那一套熟得飞起”,但不会轻易做外卖。她专注线下体验,偶尔借线上吸引人气。这并不是年轻经营者的任性而为,嗅觉灵敏的他们已在发掘新的商机:餐饮刚性需求不会随着疫情而改变,改变的是围绕吃的场景。如今,很多人渴望重启线下社交,小范围聚餐、与短途游相匹配的“短途食”,正在燃起城市新的烟火气。

早晚之际、方寸之间,人们正在发现小餐饮业暗藏的变量与机遇。



绍兴市上虞区风情街夜市近日重启。风情街夜市共设有209个展位,集中展示展销传统特色小吃、文创产品、农副产品等。 本报记者 郑培庚 摄



兰溪网红“打卡点”游埠早茶街。 拍友 王萍 摄



夜晚,景宁畲乡小吃街热闹起来。 拍友 马宏杰 摄



杭州夜宵烧烤店“油闹闹”里一派热闹景象。 受访者供图

### 政策“点火” 精准帮扶助长“火势”

夜色越深,位于台州市区康平路上的“靴子烤羊腿”越是忙碌。“端午小长假几乎天天满座,这几天恢复到正常营业的八九成了。”店主郑伟俊笑着说,主要是政府发消费券的“功劳”。

两百公里外的金华,金磐初九牛杂面馆即将打烊。一盘点,今天又有百余名食客是被消费券吸引而来。眼下,金华有营业执照且正常营业的实体店都可报名参加全市的消费券活动。消费优惠分满100减50、40减20、20减10三档,优惠的金额由政府补贴。

记者采访中发现,很多餐饮业经营者对消费券的渴望,远超对其他政策的期盼。消费的恢复对他们而言才是长远之计。

不过,相比去年、前年,今年各地直接针对餐饮的消费券并不多。比如,5月19日中国旅游日当天,台州市级层面发放首批200万元,主要支持旅游线路产品。天台有“吃一顿饭补100”,但也是和“住一晚补100、每月发放100万元”的旅游消费券整合在一起。

在“早晚江湖”沉浮多年的经营者们倒是看得透彻:餐饮和旅游,就是一种“大河涨水小河满”的关系。一如在景宁开粉皮店的吴卫芬所言:游客来了,还怕没人来消费吗?

近日,台州、舟山、丽水等地陆续开启本地人游本地活动,本意就在于通过文旅惠民活动带动域内的文旅消费。

多位业内专家表示,在如今地方财政不断承压的前提下,如何把政策的“柴火”添准、添好、烧旺,非常关键。连锁餐饮等大企业,其现金流充足、新品类开发能力强、品牌渠道优势大,但在员工社保支出等方面压力较大。数十万家遍布浙江各地的小餐饮,大多面临现金流紧张、品类相对单一、自身抗风险能力较低等难题,期待更多更精准的帮扶政策。

不少店主享受到了减费、减税、减租等政策的“真金白银”——

陈娜的夜排档归属普陀区沈家门海鲜夜排档管理服务分中心管理,店面每个月6000元的租金,管理方已经一口气为她减免了3个月。

### 重开新局 统一品牌精细管理

似乎就在一夜之间,众多摊主发现,“早晚江湖”变了,正在重开新局。

“我侄女爱去咖啡馆,喜欢干净。现在小年轻不怎么吃大排档。”陈娜带着点嗔怪又是理解的气道。疫情悄然改变了人们的生活习惯,早年间“哪里热闹赶哪里”的风向变了。

“是的呀,现在来的主要是30岁以上的老客。”郑伟俊也为自己这一发现心中一惊。疫情“关”停不少生意,但消费的需求并未消失,反而找到了更多出口。清吧、直播间甚至野外露营地,都火上热搜;国货、潮牌乃至精心包装的水果捞、土特产,也被捧捧……烧烤店一统夜宵江湖的时代正在远去。

虽然早餐摊主们整体受影响较小,但他们也发现,简单售卖豆腐油条很难吸引新的客流。吴卫芬等粉皮店主发现,一些食客越来越讲究品质和品牌,“很多人就喜欢手工做的粉皮。我家自制的各类咸菜也非常受欢迎。”

浙大城市学院教授陈勇用“减量提档”来形容这种新趋势。他解释,当下我国餐饮业进入消费升级和供给调整的新窗口期,疫情更让窗口期凸显,消费者更青睐有特色、品质佳或者能体验的消费品——对经营者而言,眼下或是实施改变、谋求新局的良机。

记者发现,兰溪游埠早茶、嵊州小吃、畚乡粉皮等传统地域美食,正在越来越多地以统一品牌、统一运营的形式出现在世人面前。

“做传统美食的,大都是个体工商户,尽管东西很地道,但体量太小,做不出名堂,也容易受到市场影响。”景宁畲乡小吃办负责人刘建雄告诉记者。畚乡粉皮源自该县英川镇,有600多年历史,是景宁当地早餐店里的“常客”。全县如今有60多家粉皮店,去年销售额达1000多万元,但出了景宁却没什么知名度,游客来了也不一定知道。

### 延伸阅读

#### 共同努力,促进消费恢复

4月25日,国务院办公厅发布《关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的意见》,提出了20项重点举措。比如,鼓励有条件的地区对零售、餐饮等行业企业免费开展员工定期核酸检测,对企业防疫、消杀支出给予补贴支持。落实好餐饮、零售、旅游、民航、公路水路铁路运输等特困行业纾困扶持措施。随后,各地纷纷跟进。

深圳5月23日,《深圳市关于促进消费持续恢复的若干措施》发布,有9大方面30条措施。其中一项是新增1000万元“有奖发票”资金,围绕零售、餐饮、文旅、住宿、体育等领域,在全市范围内根据发票金额开展“有奖发票”活动,活动期限从5月1日起至年底。

江苏5月28日开始,江苏全省启动为期4个月的促消费系列活动。江苏将统筹

区域特色和节庆特色,开展内容丰富、形式多样的餐饮促销活动、文旅促消费活动,助推文旅消费加快复苏。

上海5月29日,《上海市加快经济恢复和重振行动方案》发布。《行动方案》共包括8个方面、50条政策措施,涉及助企纾困、复工复产等“四大板块”,涵盖社保缓缴、退税补贴、减免房租等多项政策举措。

河南6月20日,河南省商务厅印发《河南省商贸流通领域第一批促消费活动计划》,河南各地将举办100余场形式多样、内容丰富的促消费活动。其中,省级层面计划举办29场活动,包括2022黄河文化直播节暨10万主播英才计划等。在省辖市和示范区层面,计划举办76场活动。(据中国政府网及各地政府官网)



景宁近年来着力打造畚乡小吃统一品牌。 受访者供图