



# Food Trend Explorer

## 食尚前沿

Issue | 2009  
**2009 第一期**

# Savoury



## 武汉老字号餐饮企业 投向食品加工行业

来源：食品商务网

武汉一些餐饮“老字号”，正在以食品加工谋求转身。目前，五芳斋、德华楼等部分餐饮老字号，已引进生产流水线，将产品做成礼品包装打进超市。

昨日，在五芳斋第21届汤圆节开幕式上，五芳斋总经理张永利透露，今年将投入近千万元，再购置5台生产线。与此同时，德华楼在保留传统配方、用料的基础上，引进水磨年糕和水饺压片机等生产流水线。面临拆迁的四季美也有意建厂，工业化生产汤包等主打产品。

上世纪80年代初，武汉约有40多家餐饮老字号。90年代中后期城区改造拆迁，加上体制、负债等原因，老字号生存艰难。目前仍在经营餐饮业态的老字号不超过五家，食品加工业成老字号转型首选方向。

## 金融危机影响 深圳餐饮行业面临洗牌

来源：调味品商务网

深圳饮食行业服务行业协会有关人士介绍，每年春节前的这一两月，都是餐饮行业的旺季，大家出外就餐的需求很大，今年由于受金融危机影响，很多消费者都捂紧钱袋子，深圳餐饮行业出现了旺季不旺的现象。

据调查，深圳餐饮行业营业额下降了30%，消费者大多理性消费，人均消费也下降了10%左右，比如，原来消费80元，现在则降到60元。此次金融危机对餐饮行业中的高档消费影响很大，而中低档消费影响则相对较小。

该人士介绍，根据以往的经验，很多经营不好的餐饮店都会坚持过完春节这个“旺季”，到次年五六月份时，如果实在难以为继时再关门。而现在，经历金融危机遭淘汰的时间将会提前，一些不好的企业可能在明年元宵后就会出现危机，整个行业将面临一个重新洗牌的过程。

## 北京部分餐饮企业销售额飙升

来源：调味品商务网

2009年的第一天，北京的餐饮企业迎来开门红。

记者从市商务局和本市部分餐饮企业了解到，昨日全市平均餐饮销售额同比2008年12月31日增长18%，更有部分门店的销售额同比增长超过100%。

据了解，峨嵋酒家的销售额同比2008年增长了202%，华天延吉餐厅同比增长了170%，砂锅居双榆树店同比增长了132.8%。

此外，眉州东坡酒楼、半岛明珠餐饮、郭林家常菜方庄店等百姓青睐的餐厅1日销售额同比增长均在30%以上。

## 武汉餐饮协会 发出诚信经营倡议书

来源：调味品商务网

昨日，由武汉市餐饮行业协会发起，“鲜（现）榨果汁”的座谈会在本报召开。省质监局标准处、武汉市卫生局相关负责人、武汉市餐饮行业协会办公室、市内部分餐饮企业负责人出席。

在会上，亢龙太子酒店、三五醇酒店、乐福园酒楼等餐饮行业代表、武汉市怡浆食品有限公司、武汉世纪星龙果汁有限公司、武汉蔬果情缘食品有限公司等获得QS认证的果汁添加剂生产企业，在会上都提出了各自的意见和建议。

昨天的会议上，省质监局人士表示，此次参会的主要目的还是以充分听取各方观点为主。

武汉市餐饮行业协会秘书长涂水前昨日在与会时，发出诚信经营倡议，餐饮从业单位应如实向消费者提供产品的真实信息。并自觉接受政府部门、新闻媒体、广大消费者的监督。

他举例说，酒店在提供果汁产品时，在菜单上应注明使用的主料是什么，是否添加了其他辅料，如添加了，添加的物质也应具体注明。

这一倡议在现场得到了亢龙太子、三五醇等多家酒店的积极响应。

## 重庆市餐饮行业 逆市而上

来源：调味品商务网

“现在我最不想听见人说什么经济危机，什么风暴席卷各地。”重庆市餐饮商会会长、重庆陶然居饮食文化集团董事长严琦在接受记者采访时说：“说这种话的人是对我们餐饮业根本不了解的人，其实，这个季度以来，我们餐饮业主流餐馆的生意额一直上涨，门庭若市，哪里里有半点萧条。”

记者到重庆经济信息中心了解到的最新数据显示：2008年，重庆餐饮业的零售额突破280亿元，全年增幅达到24%。该中心负责人称，预计2009年零售额还将继续稳步增长，将达到350亿元。

严琦认为，这正是经济危机产生的结果，“好多大大小小的老板把生意放下了，可能是想避这个风暴的风头，所以，几乎每天邀约朋友或者带著家人出来吃饭。另外，不少白领工作也没有以前那么忙了，都喜欢一起吃饭来聚会，所以餐馆现在很是拥挤，比如我们新打造的生态餐饮园——陶然古镇，100多张桌子都不够，每天晚上都要翻几枱。”在严琦看来，在这次金融风暴中陷入经营困难的，多是缺乏菜式创新的企业，相互模仿的同质化竞争，让消费者没有了新鲜感，也让这些餐饮企业丧失了核心竞争力“回锅肉家家有，不创造新菜式，就算你给老客人打折，人家也会吃腻了不来

。况且现在餐饮业理念更新也那么快，以前的重庆人主要讲究吃饱，大碗肉大瓶酒；而现在，讲究的是吃健康、吃文化，还特别需要菜式的样子有视觉冲击力，特色化和个性化才是餐饮企业竞争的关键。”严琦说。

#### 储备人才伺机扩张

据严琦指出，另一个让重庆餐饮企业能从容应对危机的招数，就是下乡自建农产品生产基地。将企业原材料的第一车间放到农民的田间地头，不但可以确保原料供应，减少因原材料大幅上涨造成的成本压力，而且可以保证供应，从容应对未知的市场变量。

“我们不但不会裁员，还会多储备人才，为下一步的扩张打好基础。”严琦认为，在目前沿海餐厅纷纷倒闭，外出管理人才以及农民工陆续回流之际，正是重庆餐饮企业用最低的成本多储备人才，解决人才缺口的最好契机。“估计，重庆餐饮业人才缺口在七万人以上。”目前，严琦领衔的重庆市餐饮商会已经联手阿兴记、苏大姐、秦妈等33家重庆知名企业发出倡议，在年底前，协助三万名返乡农民工实现再就业，“仅陶然居集团一家，需要的员工可能就达千人”。

“现在每天顾客盈门，还能招聘到从各地回来的会做各种菜系的大厨师，理想地段店铺的租金也降价很多，当然是我们图谋发展的好时机。”严琦说。

## 广东餐饮行业冰火两重天

来源：调味品商务网

“高档餐饮曲高和寡，经营自然陷入困境；而对类似于麦当劳、肯德基的大众化快餐，优势在于满足人们的正常饮食需求，不需要较高的消费能力，因此经济形势不会对其产生太大的影响。”广东省餐饮协会名誉副会长姚学正指出。

相关的佐证是，大家乐和大快活最新发布的业绩报告显示，经济不景气反而给连锁快餐业带来机会。此外，麦当劳也于近日率先掀起了降价风暴，寄望带动更多的消费需求。

而据记者了解到，10月份以来，广东餐饮的营业额同比下降20%-30%。“虽然目前还没有倒闭的个案，估计春节后将会是餐饮业最困难的时候。”广东省餐饮协会的秘书长谭海城表示。

#### 高档餐饮首当其冲

对于高档餐饮，广东餐饮界的人士都表示了担忧。姚学正认为，在金融海啸冲击下，旨在提供休闲与提高生活质量的高档餐饮企业势必首当其冲，受到很大影响。“金融海啸降低了消费者的消费能

力，抑制了他们的消费欲望，经济不景气时消费者会自动降低选择标准，高档餐饮曲高和寡，经营自然陷入困境。”

广东省餐饮服务行业协会副会长张智强博士对此亦表示赞同。张志强认为，广东的中高档餐饮随中国经济的发展而发展，如果金融海啸不减退，国际商务来往减少，将直接影响到高档商务宴请。东莞餐饮业目前面临的困境便是缩影。在云集了99家星级酒店的东莞，房价并不是其主要收入，餐饮、棋牌、麻将和沐足桑拿等才是其利润支柱。然而随着东莞经济转型、外资工厂撤离，消费者休闲活动的支出开始萎缩，星级酒店的餐饮更是首当其冲。

“在这场危机中，有三类企业将更直接地面临风险：一是比较高档但没有做出品牌影响的，二是一直以来没有站稳脚跟，在盈亏间苦苦挣扎没有盈利的，还有就是原来经营成本偏高的，比如租金很贵，或者有身居高位的管理人员。”姚学正称。

据记者了解到，广州不少高档餐饮纷纷推出优惠措施吸引消费者，比如推出送券优惠，或者是特价菜单等。谭海城表示，经济不景气下，中高档餐饮风险大，但是由于年底是餐饮消费旺季，所以暂时还未看到倒闭的个案。

#### 麦当劳、肯德基变相降价

相对于高档餐饮，连锁的快餐业反而在经济萧条中保持扩张。香港快餐连锁大快活透露，将加快扩充步伐，于2010年在香港将店铺数增至100家，未来两年在内地且主要在广东市场扩充版图，将店铺数扩张至40家。

同为香港快餐连锁的大家乐目前正在广州投资1.5亿元兴建一所中央食品加工物流中心，作为华南地区的后勤基地。大家乐认为，华南地区和长三角地区是公司未来增长引擎。计划到2013年在内地的店铺数增长到250家，目前在华南地区店铺数已有50家。

连锁快餐在展开扩张的同时，也不忘通过降价来抢夺餐饮消费。麦当劳上周宣布在广州、深圳和南京3个城市“试水”，下调以牛肉、鸡肉和鱼肉为原料的三大汉堡价格，搭配可乐和薯条的午餐套餐，全部统一销售价格是16.5元，和调整前相比，均便宜了三成左右，最高降幅是双层吉士汉堡套餐，折价约32.6%。“原材料成本下降给餐饮的降价带来了可能性。”对于此轮降价，麦当劳的相关人士表示。

此外，百胜餐饮集团也表示，必胜客推出优惠午餐，目前提供从28元~42元不等的7个套餐，最高优惠幅度达到47%。而真功夫相关负责人透露，从10月下旬起，真功夫在华南地区单品优惠力度在1

3元，部分优惠套餐还可再赠送蒸蛋等单品。不过姚学正认为，像真功夫这种中偏高档的快餐企业，或许在快餐业竞争中会受到一定影响。“真功夫作为一种生活方式的概念存在，环境好，带有享受性，每种产品也都将文化蕴含其中，在快餐类企业中定价较高，消费者不一定天天都去。”

#### 餐饮企业抱团取暖

张智强认为，金融海啸对大众化餐饮如茶餐厅、中低档餐饮连锁的影响不会很大，与高档餐饮不同，消费者对其只有较低的需求弹性，其抗风险能力因而也相对较强。

然而，姚学正预计，据不完全统计，全省共有3万多家餐饮企业，因此年后可能直接倒闭的企业数目将远不止于500家。其中五分之一将面临着重新洗牌，这类企业或转变经营方式，或转业经营，才可能在这场危机中化险为夷；三分之一将受到巨大影响，其经营将会陷入严重困难。

记者获悉，广东的一些餐饮开始抱团取暖。据澳门街董事总经理廖珣此前介绍，今后将考虑联合越秀区饮食商会下属的各连锁餐饮企业，一起向酱料生产商“团购”酱醋味料，务求减少中间环节，将成本再进一步降低。同时，面对时下年青一代的食家们都喜欢上POCO、大众点评网等网站交流觅食心得，澳门街特意设立了电脑部市场调查员，专门负责监控各大食客点评网站。

此外，一些西餐的连锁餐饮店也不约而同地推出了优惠套餐。据昔士风的有关负责人表示，为了应对下行的经济形势，他们推出了适合特定消费人群的行政套餐，也在做大众化价格方面的推广，“希望通过价格方面的让利，平稳度过经济萧条时期。”该人士称。

#### 机构观点

##### 新式“快餐”连锁仍将快速扩张

国信证券近日的一份研究报告认为，在经济不景气的大环境下，物美价廉的新式快餐连锁反而可获得迅速扩张的良机，其优势主要表现在两方面：

1. 价格优势：相关企业仍能通过新开店铺实现较快的外生性增长。麦当劳、味千、真功夫、必胜客等快餐类连锁，人均消费额大多在20-40元，这一消费层次受到的波及将会小得多。
2. 菜单价格下调：食材成本有望下降，部分企业毛利率将会上升，单店盈利或将显著上升，带来内生性增长。预计2009年国内食材价格将会出现同比负增长，而味千等餐饮企业，由于菜单的价格粘性，下调菜单价格可能性不大，因而，毛利率将会出现上升。

## 2008年餐饮行业产值将超过15万亿元

来源：调味品商务网

中国烹饪协会会长苏秋成透露，今年我国餐饮业产值将达15390亿元，这较去年上涨26%，延续了我国餐饮业产值连续18年实现两位数高速增长的纪录。“保持高增长得益于行业元素的不断丰富，”昨日，中烹协业内专家接受记者采访时表示，除餐饮业拥有巨大的市场需求外，近年来煤炭、房地产等商家的介入为餐饮业保持高速增长注入了实力。

中烹协副秘书长乔杰昨日接受记者采访时表示，在金融危机袭来的经济背景下，我国餐饮业仍保持高位增长，与煤炭、房地产等具备一定经济实力的商家介入经营不无关系；另外，风险投资不断青睐中国餐饮企业，也让本土主营餐饮业的企业具备更强的实力从事经营，目前拥有资金实力的餐饮企业已介入食品加工销售，乃至商业地产出租等业务。他说，如今的餐饮企业已经不单是以销售菜品为生，更多元素的资金来源、经营策略都让餐饮企业不断壮大，使餐饮产值逐年盘升。

“民间统计，我国饮食有菜品6万道，主食4万款，”专家表示，丰富的饮食文化同样蕴含了无限商机供企业挖掘。具备了一定实力的企业纷纷举办各大菜系美食节，不但为市场提供多元饮食、美食文化，同时也被商家用以优化菜品结构。

苏秋成表示，餐饮业已经成为我国服务业的支柱性行业，在扩大内需、吸纳就业等方面正发挥着重要的作用。明年，餐饮消费会继续成为拉动消费需求快速增长的重要力量，尤其是大众化餐饮，在金融危机席卷全球的情况下，仍将成为拉动内需的“先锋”。

## 日本市场流行芥末酱油

来源：调味品商务网

说到日本料理，人们都会想到生鱼片、寿司，它们都是日式食品的代表。不过，在食用的时候，它们都需要搭配芥末和酱油，芥末和酱油在日本的饮食中举足轻重，中国俗语说，“无酒不成席”，而在日本若是没有了芥末和酱油，日本料理也是不成席。

而最近，日本市场上出现了二合一的芥末酱油，一瓶300毫升的芥末酱油的价格一般是200日元（14块人民币），所有超市都有卖，其口味不仅适合于传统的食用生鱼，还与蔬菜色拉、火锅、凉拌豆腐都很配。芥末搭配酱油的比例经过调配，口感更比自己调制的要更鲜美。大多数日本人家餐桌上都放一小瓶芥末酱油，不仅用起来方便，用的机会也更多了。

芥末酱油如此普及，与日本人爱吃生的食品是分不开的。酱油一直是调味佳品，而日本营养专家指出，之所以用芥末搭配生鱼片，就是因为芥末所含有的杀菌成分能够杀死大肠菌、黄葡萄球菌

等细菌，并抑制食物中霉菌和其他有毒细菌的生长。另外，据日本食物营养研究所的数据显示，芥末还能抑制引发癌症的物质活动，以及抑制肝脏内酸化酵素的活动。目前，有些抗菌药中已加入了芥末成分。此外，日本人对芥末如此青睐，还与日本潮湿的岛国气候有关，居于潮湿地的人爱吃辣，可以抗寒除湿。芥末、芥末酱油之于日本人，就好比辣椒酱之于四川人，大蒜之于北方人，是调味需要，也是因居住环境和饮食文化而来的民间智慧。

中国人吃的芥末大部分都是绿色的，在日本，除了这种普通的绿芥末以外，还有一种黄色的芥末，二者的功用有所不同。一般来说，绿色芥末的口感比较辣，用来吃生鱼片；黄色芥末则口感柔和，因此用途广泛，煮菜、炖菜都可以放一点，就连吃炒面和肉包子，有些人也要抹上黄芥末。

## 经济不景气 午餐肉再次畅销美国

来源：调味品商务网

英国媒体日前撰文说，由于经济疲软，美国老百姓日子也不好过，过去在苦日子才受到欢迎的午餐肉又开始畅销。

文章说，过去，美国人曾靠一种经过加工的粉色肉罐头——“斯帕姆午餐肉”渡过难关。而在过去3个月中，“斯帕姆午餐肉”销量增幅超过10%。为满足需求，生产商霍梅尔食品公司不得不让工人加班加点。

一罐12盎司的“斯帕姆午餐肉”售价大约为2.4美元，而且保质期长。正如该商品广告语所言，这是一种“带暂停键的肉”。想要减少开支却又希望在餐桌上摆上肉的消费者特别钟情这种“曾帮助盟军打赢二战”的食品。

在“斯帕姆午餐肉”销量增加的同时，使用食品券的美国人数量也达到创纪录的水平。美国政府公布的数据显示，9月份使用食品券的人数超过3150万人，比去年同期增加17%。

文章介绍说，在上世纪30年代“大萧条”时期，霍梅尔食品公司创始人之子杰伊·霍梅尔发明了“斯帕姆午餐肉”。它由火腿、猪肉、糖、盐、水和马铃薯淀粉制成，呈砖形，少量的保鲜剂使“斯帕姆保持了漂亮的粉色”。

## 中洋快餐鏖战武汉

来源：调味品商务网

昨日，全国规模最大的中式快餐品牌真功夫在武汉的首家分店在佳丽广场开业，世界排名第三的披萨品牌棒约翰也宣布将在本月入汉，业内人士称，两大快餐品牌不约而同把武汉视为其进军华中中的桥头堡，预示着江城中高端快餐市场渐入佳境。

起家广东的真功夫主打美味营养的原盅蒸汤蒸饭，目前已布点北京、上海、广州、深圳等23个城市，据介绍，真功夫明年将陆续在汉开设多家分店，并以武汉为跳板开拓华中六省市场；棒约翰也表示，未来将在汉开5家分店。而自去年以来，武汉更是先后有一茶一坐、星巴克等外来餐饮品牌来汉跑马圈地。

眼下，武汉快餐市场已有肯德基、麦当劳、必胜客、永和大王、永和豆浆、大娘水饺、味千拉面、德克士等上百个外来品牌，其中不少品牌最近都透露了在汉拓展计划。越来越多定位中高端外来品牌进驻，加上率先进驻的肯德基、麦当劳等不断推出新品加速本土化，武汉本土的味添面馆、小乐川、金童子也开始在这一市场占据一席之地，中洋快餐武汉市场的争夺战已愈演愈烈。

武汉餐饮协会会长刘国梁认为，武汉餐饮业近几年均保持每年两位数的增势，市场空间很大，是众多餐饮企业觊觎的大市场，预计未来的武汉餐饮市场，特别是快餐市场将有一场大战，并将持续细分。