# 高端餐饮降“虚火”

本报记者 李予阳

最关注

来自商务部的调查表明，今年一季度社会餐饮业整体增速出现回落，降幅较大的正是高端餐饮业。与之相反，百姓消费的大众餐饮业上升势头良好。从这里可以看出，中央反腐倡廉的举措并未抑制消费增长，反而灭掉了餐饮服务业消费的“虚火”，让这一行业的发展与消费结构相匹配。

高端餐饮业需要转型，并不是说社会不需要高端的消费与服务，而是要摒弃铺张浪费的作风和从中牟取的暴利，让餐饮回归文化与享受，让服务提高生活的品质，这才是餐饮业转型发展的方向。

重庆一家五星级酒店的自助餐厅打烊前，厨师在查看当晚菜品剩余情况。

新华社记者 李 健摄

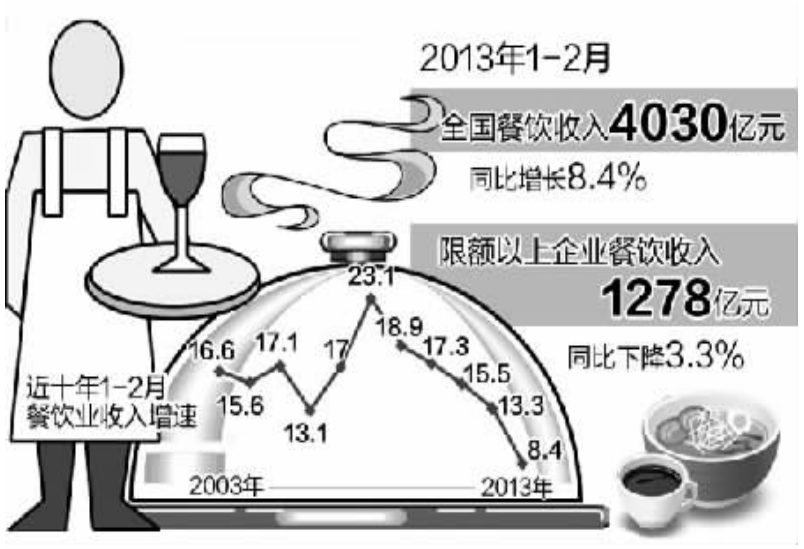
## 数据：高端餐饮显颓势

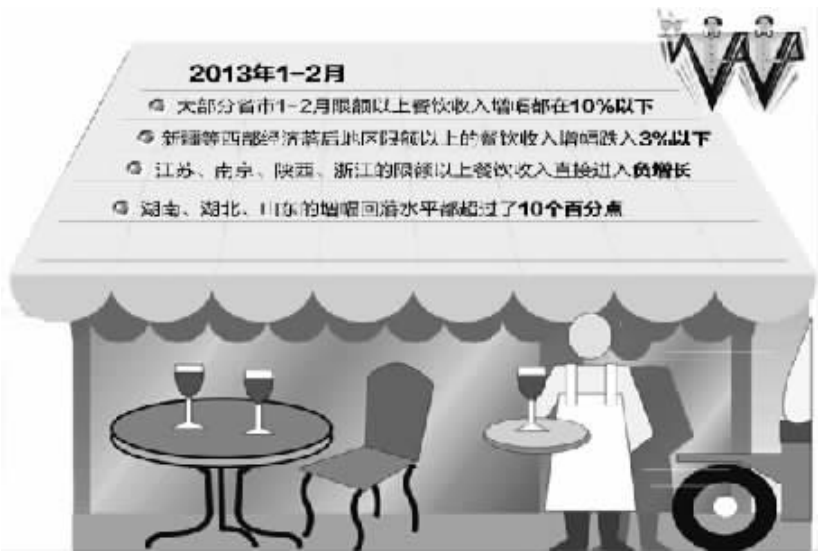
家住北京丰台区的周先生常年从广东运送鲍鱼、海参给京城的各大高档餐馆，生意一度十分火爆。但是近几个月来，由于生意清淡，周先生干脆在3月底卖掉了在北京的住房，打算回广东老家转做其他生意。

中国烹饪协会4月10日发布的数据显示，今年一季度中高端正餐消费下滑明显。国家统计局发布数据显示，今年1至2月，我国限额以上企业的餐饮收入为1278亿元，下降3.3%，出现中国餐饮业改革开放以来的首次负增长。3月份，限额以上同比下降1.1%。调查显示，在很大程度上是高端餐饮市场表现惨淡拖累了限额以上餐饮企业的增幅。湘鄂情日前发布2013年一季度业绩预告显示，一季度将亏损5500万元至7000万元，而上年同期该公司盈利4623万元。

据商务部的抽样调查，自从中央“八项规定”和“厉行勤俭节约，反对铺张浪费”要求出台以来，高档餐饮企业营业额方面，北京下降了35%，上海下降超过20%，而各种奢侈菜肴也均有不同程度的下降。

中国烹饪协会会长助理边疆接受记者采访时表示，大量政务酒宴订单的流失是目前导致高端餐饮市场惨淡最为直接的原因，但却并非是决定性因素。税费逐年上升，经营成本的上涨才是目前高端餐饮行业经营困难的症结所在。公务订单的流失只是让目前高端餐饮行业的困境彻底凸显而已。这也倒逼餐饮行业苦练内功，降成挖潜，向管理要效益。专家指出，高端餐饮需要正名。随着人们收入水平的提高，高端化依然是餐饮业的一个发展方向。中央八项规定遏制的是公款吃喝，所谓公款指的是滥用财政的钱。节约只会遏制浪费，而不会伤害消费，也不应影响正常的商务往来。那种为了面子以追求稀缺性食材为导向的高端餐饮并不健康。餐饮企业应转变发展思路和方式，进行服务转型，回归高端餐饮的本质。




## 调查：多措并举谋转型

面对增速下滑，成本上涨的大环境，高端餐饮企业积极寻求转型，通过降低开店速度、缩小单店面积、适度降低价格、提升增值服务、加大营销力度、调整菜品结构等措施来突围。

不少地方的高端酒楼开始“放下身段”，主动开发中档和平民菜系，并推出取消包厢最低消费、允许自带酒水等举措，希望从大众市场中挖掘利润增长点。

在北京，常胜鲍鱼、顺峰、吴裕泰官府菜等高端餐饮企业开始销售茶点和中午的白领工作餐。一向定位中高端市场的湘鄂情集团股份有限公司董事长孟凯表示，将集中开拓朋友、家庭聚会、婚宴、寿宴等大众消费市场，推出就餐免费KTV、不就餐KTV只是钱柜的半价；同时一些餐厅还进行会议出租等。全聚德董事长王志强也表示，公司正在从客源结构、销售策略、菜品置换、服务转型各方面研究制定符合市场未来消费需求的措施，通过积极转型来适应未来市场的变化。直隶会馆两三年前在河北已推出面向大众市场的“直隶味道”品牌，今后将重点发展。宁波慈溪的一家星级酒店，则将一楼近2000平方米的大堂改为24小时的餐饮超市，提供10元至50元不等的多种套餐，平均每天营业额可达五六万元。

还有部分高端餐饮企业充分发挥高端餐饮厨师烹饪技能优势，开展上门服务，让顾客不出家门就能享受到高端餐饮的优质服务。还有一些高档餐厅将餐厅特色产品转化成可外卖的半成品。不少高端餐饮店自3月份以来的“外卖”服务非常火爆。

通过浏览国内的美团、拉手、糯米等团购网站可以看到，湘鄂情、顺峰、俏江南、东来顺、全聚德、鲍鱼公主等京城高档餐饮企业都开始开展团购业务，折扣基本都在3折到4折，部分套餐能打2折。

部分定位政务接待的高端餐饮通过套餐的产品模式，吸引朋友聚餐、家庭聚餐和情侣用餐。王品集团的人均消费近400元的王品牛排生意一直不错，关键在于采取了适合商务的用餐方式。调查显示，在一家餐厅提供的菜肴中，只有20%的菜肴经常被消费者惠顾。但餐厅为了满足其余80%菜肴的小众需求，往往需要准备足够的原材料。采取套餐形式供应后，餐厅可以集中精力将有限品种的菜肴做得更加精致更加有特色，同时又能降低原材料库存率和采购成本。

## 专家：放下身段育品牌

中国烹饪协会会长助理边疆认为，“放下身段”是近期高端餐饮企业不得不为之的一种营销策略。但高端餐饮不能靠降价来实现转型。大多数高端餐饮都面临着“船大难掉头”的困境，要在短期里完成战略调整和经营突破并非易事。高端餐饮前期硬件投资较大，人员工资、房租成本较高，不同消费群体的消费需求差异较大，高端餐饮若转向中低端市场，高端环境及服务也可能造成中低端客人的不适，难以吸引中低端客户，同时也将流失高端客户。因此，高端餐饮转型难度高、风险大。

有关专家认为，高端餐饮转型靠降价不是终极办法，更不是要混淆定位挤占大众化餐饮的空间，否则一旦转型未来想要回归高端将有很大难度。因此，转型要回归高端的本质，把注意力从原来对金字塔尖的关注转到关注高端客户需求上来，在质量、营养、服务、环境等方面下功夫。高端餐饮所呈现的服务和品牌与长期品牌培育的战略思路和消费者的品牌认知密切相关，而且也是中华饮食文化的重要体现，可以打开眼界，开发国外高端旅游客户等新的群体。

“反对浪费、反对公款消费，绝不等同于反对发展高端餐饮。”边疆认为：“还是要在特色上下功夫。随着国内居民收入水平的提高和消费升级的实现，消费者必然有改善型餐饮甚至享受型餐饮的消费需求。企业还是要从关注消费者餐饮需求的角度去看餐饮发展的内涵与方向，抓住新的市场机遇。”

据悉，中国烹饪协会联合国内39家省级餐饮行业共同组织主办的“大众美食促销季”活动已拉开帷幕，通过为消费者提供直接的惠民服务，推动餐饮企业多渠道转型升级。

# 公共服务平台为中小流通企业搭桥

**本报讯** 记者李予阳报道：由商务部、财政部联合启动的中小商贸流通企业公共服务平台（以下简称服务平台）建设试点取得初步成效。受到中小微企业、行业组织、金融服务机构及社会各界的欢迎和好评。

长沙、南京、南昌、临沂等10个试点地区成立专门领导小组，配套资金政策支持服务平台建设，并在各类商圈、专业市场、行业协会共设立80多个联系点，连接5万多家企业和400多家服务机构，开展各类服务对接活动20余场，一批企业和银行实现对接，落实了融资贷款。各试点地区组建或改建了事业机构中小商贸流通企业服务中心，配备专职工作人员，成为联系中小商贸流通企业和社会服务机构的桥梁和纽带。还以服务中心为主体，整合服务资源，集成支持政策，落实服务场地，辅以在线服务系统，搭建起公共服务平台，成为面向商贸流通领域为中小企业提供各类服务的载体。各地严把服务机构资质审查关，选择一批运作规范、经验丰富的金融机构、高等院校、科研院所、专业服务商充实服务力量，并通过建立服务对接、服务评价和激励机制，一方面向中小商贸流通企业推荐资质信誉好的服务机构，一方面向优质服务机构推荐需要服务的中小商贸流通企业，逐步培育了一批专门关注、研究、服务于中小商贸流通企业的专业服务力量，中小商贸流通企业服务队伍基本形成。针对普遍存在的中小企业信用等级不高、抵押资产不足等困难，各地积极拓展企业融资渠道，帮助小型微型商贸流通企业解决贷款难问题。各试点城市已累计落实银行贷款13亿元，受惠企业近万家。

国务院印发的关于支持小型微型企业发展，以及支持流通产业发展的文件中，再次明确提出要加快服务平台建设。下一步，商务部将争取加大财政支持力度，扩大服务平台建设试点范围，在部分有条件地区启动省级试点，探索建立融资风险补偿机制，逐步建立部、省、市三级联动的服务体系。

# 让大商场亮起来

本报记者 陈 颐

“我们需要为顾客提供独特且极富魅力的消费体验，让人们在流连之间感受到舒适和愉悦，进而增加购买的欲望。”上海新世界百货经理王颖女士对记者说。随着网络购物越来越盛行，百货业主们首先要解决的问题是如何吸引顾客回到商场，并尽可能长时间地留下来，而明亮的照明、丰富的色彩是给顾客留下良好购物体验的重要因素。

如何让商场“亮起来”是王颖和她的同行们关注的重要课题，亮起来，不仅仅是店堂的明亮，更是通过灯光充分体现出商品的色彩和质感。飞利浦的研究显示，通过改善商场的照明氛围能延长消费者的停留时间，并带来销售业绩的切实增长。据飞利浦照明中国商务总监朱文沁先生介绍，创新的LED照明方案，可以使商品在消费者面前得到最佳的呈现，并营造出让人舒适和愉悦的购物环境。

近年来，随着LED照明科技的迅速发展，使灯光在营造氛围、创造魅力空间上的特质不断凸显，令光影的呈现更加丰富和生动。2012年，飞利浦在为新世界百货13家现有分店及2家新店提供专门的LED照明解决方案，以满足各个百货店内实际的环境和设计需求。王颖表示：“飞利浦LED照明方案不但很好地满足了店内的照度需求，且与我们的装饰风格完全融为一体，改造后的百货店以丰富的购物空间、精致的细节设计和令人舒适的光影效果，提升了百货店环境的吸引力和特色。”

从节约能源的角度来看，在百货行业，50%的能源成本都和照明相关。因此，采用更加优质高效的照明解决方案是降低百货店运营成本最行之有效的手段之一。朱文沁介绍，飞利浦为新世界百货提供的LED照明产品采用了业内先进的LED模组，保证了高质量照明和光色的一致性；其不但在节能方面表现突出，实测节能率超过55%，并且使用寿命长。仅以北京新世界百货为例，其通过此次照明升级，一年可节省电费近200万元。

据了解，在此次新世界百货照明升级改造项目的合作过程中，飞利浦还创新地引入了合同能源管理模式（EMC），通过与深圳协鑫智慧能源有限公司合作，为新世界百货节省了可观的初始资金投入。据王颖介绍，通过采用合同能源管理，新世界百货不需要承担节能实施的资金，并可以更快及长远地降低能源成本，有效落实节能减碳。单是过去一年，15家分店便节省总共超过55%的电费1000万元，效果十分显著。

# 提高现代物流业增长质量

何黎明

观潮

经济全球化时代，世界经济竞争已经进入供应链竞争阶段，企业间的竞争将发展为供应链与供应链之间的竞争。物流企业要充分发挥自身优势，打通产业链上下游，探索与制造业、流通业、金融业等多种产业的融合渗透，促进生产方式转变和流通方式转型，提升物流业对整个供应链的掌控能力

2013年我国物流业发展进入新阶段，面临新机遇。要把握扩大内需特别是消费需求的战略机遇，在有效满足消费需求、降低流通成本、提高流通效率中发挥物流业更大作用。要把握创新驱动的战略机遇，鼓励企业加快技术创新、服务创新和模式创新，形成科技进步和管理创新的新动力。同时，要把握开放型经济的战略机遇，打造国际物流服务网络，为其他产业“走出去”提供物流保障。更要推行绿色物流、循环物流、低碳物流，走出一条可持续发展的道路。

降低全社会物流总成本、提高物流运行效率是发展现代物流业的中心工作。物流企业应从单一功能、比拼价格的传统物流服务商向系统集成、合作共赢的供应链管理服务商转型，提升企业核心竞争力。引导行业从成本驱动、速度优先的粗放式发展方式向创新驱动、效益优先的集约化发展方式转变，提高物流业发展的质量和效益。

现代物流业的核心理念和强大生命力在于整合。要把握制造业产业升级、流通业体制改革和新型城镇化加快推进的机遇，坚持整合分散的物流资源，打破上下游物流瓶颈的整合思路。立足于物流功能整合和信息整合，实现产业链上下游供应链整合，提高资源利用效率，改造传统物流运作方式。

物流企业要抓好战略管理，顺应市场需求，收缩竞争力不足的战线，调整业务结构和组织架构。要聚焦细分市场，明确自身定位，强化与核心客户的联系。要抓好服务管理，注重服务的精细化、高端化、个性化，推进精益物流服务模式。

多业联动，促进融合发展是现代物流业的发展趋势。经济全球化时代，世界经济竞争已经进入供应链竞争阶段，企业间的竞争将发展为供应链与供应链之间的竞争。物流企业要充分发挥自身优势，打通产业链上下游，探索与制造业、流通业、金融业等多种产业的融合渗透，促进生产方式转变和流通方式转型，提升物流业对整个供应链的掌控能力。要始终坚持以最终客户需求为中心，加强与客户企业的联系合作，拓展物流外包的广度和深度，为整个供应链创造差异化竞争优势提供重要支撑。

物流企业要密切关注新兴技术、新型能源、节能减排、物流信息化等领域科技发展的新动向，积极参与试点示范，加强科技转化力度。特别要关注物联网在物流领域的应用，积极开发基于物联网的先进服务模式。要充分利用现代先进信息技术，打造公共物流服务平台。通过绿色物流技术改造传统运作模式，实现绿色环保与效益提升协调发展。

（作者系中国物流与采购联合会会长）

本版编辑 徐 涵 童 娜

制 图 夏 一