

安徽去年餐饮收入超过北京、上海

市场风景：“开店潮”“关店潮”并行



新年刚过，家住合肥市蜀山区大溪地的小杨就已经忙碌起来，面对安徽日益红火的餐饮业，他也想来“分一杯羹”，做“共享厨房”将市民所需要的各种蔬菜、配菜直接送到家。虽然这个在北上广很常见，但在合肥市场还是空白。来自中国烹饪协会的统计数据显示，2017年，安徽省餐饮行业仍然不失活力，安徽餐饮收入1225.2亿元，同比增长10.6%，无论增速还是总量都超过了北京、上海等一线城市。2018年，安徽餐饮行业还能独领风骚么？有哪些元素正在托起整个市场？市场星报、安徽财经网(www.ahcaijing.com)、掌中安徽记者在寻找答案。

■ 记者 任金如

市场潜力： 营业收入超北京、上海

“民以食为天”，安徽人能吃能喝，已经成了不少机构的“共识”。来自安徽省银联的春节消费数据显示，今年春节，安徽省银联交易总金额达到220亿元，较去年同期（除夕至初六）增长11.74%。从消费结构看，节日购物、团圆聚餐、旅游出行和文娱活动是今年春节黄金周消费的四大主题。从具体增速来看，餐饮和购物类消费增速居前，春节期间，银联用户购物类消费金额同比增长43%，餐饮类消费金额同比增长近五成。

安徽餐饮的影响力已呈爆发式增长趋势，记者从安徽省烹饪协会了解到，继2016年度安徽餐饮业营业收入首次迈进“千亿俱乐部”之后，2017年安徽省餐饮收入成绩也“不俗”，总收入1225.2亿元，同比增长10.6%，无论增速还是总量都超过了北京（总收入1028.8亿元、同比增长7.7%）、上海（总收入1025.4亿元、同比增长7.9%）等一线城市。经过几年的转型发展，餐饮的全行业发生了根本性的改变：高端餐饮进一步缩减，完全面向市场的大众化餐饮迅猛发展，

百姓消费成为主流，新兴餐饮业态和经营模式不断涌现，无论是商业综合体还是商业街，餐饮已经成为带动其他业态发展的第一大产业。

特色餐饮： 网络配送，引发“创业潮”

不少“门外汉”已经开始准备在安徽的餐饮市场中“捞金”，一直在金融市场中扑腾的小杨就是其中一员。去年从某事业单位离职的李先生今年也有类似的想法，准备进军特色餐饮界，将食材销售、餐饮体验融为一体，销售一些特有食材烹制的佳肴，来吃饭的顾客不仅可以在店里吃特色佳肴，还可以把心仪的食材买走。

互联网的技术发展已经让更多的人有机会进入各行各业，哪怕只做6平方米的餐饮门店，也能在市场上占有一席之地，昨日，安徽大尺度网络传媒有限公司负责泛客云商项目的一位工作人员告诉记者，现在的餐饮品牌发展模式已由“大而全”演变至“小而精”，借助网络各种营销手段，哪怕是方寸小店，一个月的网络客流量在两千人以上，足以支撑它的发展了，这种新型发展模式更有利于一些特色餐饮在本地落地生根、蓬勃发展。

区域商圈： “僧多肉少”，门店更新快

但不可否认的是，在一些区域，餐饮市场已经进入“僧多肉少”的局面，省城某位从事小龙虾的餐饮人哀叹，去年，他在一个新的商业综合体里开了一家新店，开业几个月根本没有盈利，再加上进入龙虾淡季，所以他选择关门歇业；然而临近元旦，商场物业却要求他必须照常营业，不管有没有生意，他觉得好无奈，一开门就意味着多好几万的人工成本。

餐饮可以盘活新商圈或者商业街的人气，但激增的各种购物中心和商业街让餐饮业入驻的优势越来越少：高入场成本、经营时段受限、客流被稀释……“以前都是餐饮企业希望能蹭商业中心或者商业街的人气，发展到今天，商业中心反而将吸引人流量的重任放在了餐饮企业身上”，去年撤出合肥新地中心的某餐饮老板哀叹，开业之初，为了集聚人气，他也联合团购网站推出了大力度的促销活动，人气爆棚，一些食客甚至守着上午十点钟购物中心开门就在门口坐等排队，下午2时多还有人等在场外。然而促销一结束，客流便急剧下降，之后上座率不到五成。无法存活下去，只能关店走人，这已经成了省城不少餐饮人的“现实之痛”。

主流餐饮： 同庆楼等华丽“转身”

近几年来，随着合肥各大购物中心的遍地开花，越来越多的餐饮品牌与合肥人相遇。可某些高端餐饮业态彻底败走合肥，倒逼着合肥本地的餐饮品牌努力“华

丽转身”。合肥首家营业面积达8000平方米的大型社会餐饮酒店西湖蓝宝酒店，在2017年1月底贴出通告，称因装修将停业超过3个月，未来将一改此前宴会厅不接散客的模式，进一步向大众餐饮突围。安徽知名的餐饮企业同庆楼已经发展出多家子品牌，如同庆小笼、九月山等，从消费档次、菜系等，均区分于主营产品。更接地气已经成不少本地餐饮企业的不二选择，专营徽菜的徽宴楼原来定位高端，之后陆续推出多个子品牌，相比徽宴楼的门店，这些新品牌的门店消费平价了不少。

还是看好餐饮市场的明天，老乡鸡创始人束从轩说：“老乡鸡一直以直营方式经营，未来5年，店面要发展到1600家。”他们的主要市场还集中在安徽、江苏、湖北，新的城市可能也会去。2017年，老乡鸡营收将近20个亿元。2018年，老乡鸡有了资本的加持，会嫁接更多的资源。未来，老乡鸡会更加重视系统建设。比如说物流配送、生产、财务等要全面打通。

市民烦恼： 用餐高峰期，一座难求

随着越来越多的大品牌企业进入安徽，进入合肥，排队吃饭也不再是一线城市所特有的风景，省城饕餮食客老刘告诉记者：“尤其是节假日，在合肥，像海底捞、外婆家这种知名餐饮门店，排队一个小时基本上都是正常现象”。而在中国烹饪协会副会长冯恩援看来，假期用餐时间高度集中，且多以多人聚会形式，就餐时间长，是一座难求的根本原因。除此之外，像外婆家这种知名餐饮企业，茶香鸡、虾爆鳝、龙井虾仁、西湖醋鱼等招牌菜也是吸引人流量的重要原因，门店客流大多增长在10%左右。

与家庭聚餐、旅游餐饮升温相比，网络订餐也开始成为更多人的用餐选择。据美团外卖发布《2018国人新年味报告》显示，春节长假期间外卖总订单规模较去年同期大幅增长171.53%，其中除夕当天成交单量是去年的3.02倍。其中，超过3.8万用户在春节七天长假每天都订购外卖，这一数量是去年的3.99倍。而安徽人外卖订购量也增长了三成。

市场前景： 鼓励发展无人餐厅

来自中国烹饪协会的权威预测，2018年，随着消费结构不断升级，全国的餐饮消费需求更趋品质化、精细化、体验化，中高端需求再次细分至超高端、高端、中高端、中端，既注重消费场景和菜品精致美感，又能够达到宴请、聚会双重体验的模式开始受欢迎。休闲简餐成为新时期极具发展潜力的业态。而且，作为餐饮业不平衡不充分发展领域，社区餐饮、老年餐饮、团餐、农村餐饮一直是业内短板。2017年，团餐率先试水，高铁用餐打破垄断，联合社会餐饮推出互联网订餐服务。虽然团餐、农村餐饮等市场规范化发展还有差距，但具有强劲的发展潜力和市场活力。

而互联网信息技术正在为餐饮智能化提供更坚实的技术支撑，最近，口碑、德克士等纷纷推出“无人餐厅”，饭美美推出“自动售饭机”，不断开创智能餐饮新零售时代。安徽也已经出台扩大和升级信息消费的意见，实施信息消费体验工程，让更多的无人餐厅出现在安徽的城市和乡间。

