

日前,经国务院同意,国务院办公厅转发了国家发展改革委《关于恢复和扩大消费的措施》(以下简称《措施》)。《措施》围绕稳定大宗消费、扩大服务消费、促进农村消费、拓展新型消费、完善消费设施、优化消费环境6个方面,提出20条具体政策举措。其中,扩大服务消费中包含扩大餐饮服务消费。为此,《江南游报》邀请了味庄(传统餐厅)、玖间堂(特色餐厅)、喜闻乐见(生活综合体)、绿城吉祥里(商街运营商)的负责人,分别谈谈他们在扩大餐饮服务消费方面的实践和探索。

解读国家发展改革委《关于恢复和扩大消费的措施》之二 从味蕾到生活,餐饮消费走向新场景

◎ 记者 王珏



传统餐厅:守正创新促消费

发言人:杭州知味观味庄餐饮有限公司总经理 董顺翔

味庄是一家传统品牌餐厅,一直秉持守正创新的理念推动着餐厅和市场共同进步。这几年,由于疫情的影响,和大多数餐厅一样,知味观味庄也面临着消费疲软的情况。如何迎接机遇和挑战,响应《关于恢复和扩大消费的措施》,味庄将进行多方面的尝试。

首先,作为一家餐厅,其核心是菜品,本质是服务。我们将精益求精做好传统名菜,将传承做到极致,保持传统优势,同时大力投入创新开发,结合新的食材、新的设备、新的烹调方法不断推出具有显著创新性的高品质、高感官、好口味的精致菜肴。服务上在保持原有精准技能传统服务的同时着力于结合新品菜肴、宴会性质、主题情景等元素开发定制型个性化服务,融亲情、规范、优质、专业于一体,以期赢得消费者的认可和青睐。

在这个基础上,我们要提升餐厅的文化底蕴。依托市、区两级两个大师工作室为落脚点和抓手,结合时令传统节气,实施相关文化挖掘,强化文化营销。同时,强化“G20峰会宴”“联合国特使和特使夫人宴”“西湖情·亚运梦专题宴”“味庄特色金牌美食宴”“味庄西湖茶宴”“宋韵·绝代风华宴”等味庄专

属特色宴席及高品质外派服务的品质和文化内涵延展,提升产品附加值,再造企业就餐环境、服务体验、服务品质等方面的全面提升,推动对客服务及客户体验再上新台阶。

当然,我们更要紧跟时代的步伐。以服务亚运为契机,抓科技与智能手段赋能不放松。以“数·智餐饮”为先导,深度融入智慧赋能、科技赋能和大数据赋能的理念,深耕新形势下企业经营招工用人难、劳务费用大、生产科技含量低、大数据精准分析等难题破解,积极引进先进的生产设备、生产工艺、操作流程和管理理念,强化企业管理,开源节流。同时,依托微信、大众点评、I商旅通、抖音、快手、美团等平台,进一步扩大营销力度和品牌影响力,以线上带动线下,提振经营业绩,提升客户回购率。

最后,健康是餐厅最好的护城河。我们将进一步从食品采供源头、生产加工、储存销售、日常管理流程上从严管理和监督,确保食品健康绿色。以大众原材料集中采购、民间传统养殖优质食材源头采购、绿色有机食材基地采购的方式甄选各地质优、价廉、有资质、可溯源的健康好食材。



特色餐厅:以文化的概念做餐饮

发言人:杭州玖间堂文化创意有限公司总经理 杨传禹

玖间堂这几年做了很多貌似和餐饮不相关的事情。

比如,我们设有“艺林三友书画工作室”,常年都有各种形式的艺术展览在空间内展示;我们有“墅园文澜讲堂”开展以文化、艺术、美学、生活相关的各类主题讲座;我们有“墅园书屋”以诗书的形式串联客人之间的生活。

但其实,这些不相关又是与我们的餐厅紧密结合的。我们希望通过传递生活的理念,让餐厅成为生活的场景之一。

关于在现阶段促进餐饮消费,我们依旧希望通过生活理念的抵达,实现消费与市场的抵达。我们将积极发挥玖间堂的原有优势,结合当下时代的热点和消费痛点,积极探索

新的文化动能。

首先,我们将着力打造大运河文化带的文明实践新品牌,为运河文化景光带建设添辉加彩。我们将开展“墅园春暖,运河情深”书画展、“颂运河”书画展、“祁门香,运河情”主题讲座、“礼食双筷制,文明好习惯”主题讲座,还有开发“运河菜”等。

其次,我们将重点打造宋韵文化主题餐厅:将宋韵文化融入到我们的品牌、文化、环境、菜品中去,把宋韵文化的文化精髓全方位的带给每位顾客,推出系列展览、讲座和活动,开发宋韵文化菜品、小食及周边文创产品。

简而言之,我们将继续通过文化赋能,延展餐厅的消费场景,用理念引导消费。



城市综合体:打破餐饮的概念重塑餐饮空间

发言人:喜闻乐见城市综合体总经理 赵宇鹏

如何促进餐饮消费是我们这几年一直在探索的话题。这次国家发展改革委出台《关于恢复和扩大消费的措施》,我认为是餐饮改革的一次机遇。

“民以食为天”,餐饮服务消费在人们日常消费中占据着重要甚至是首要地位。近年来,消费者的需求越来越趋向多元化,餐饮空间也随之衍生出了诸多新型业态。传统经营模式下单一功能的餐饮空间显然已经无法满足当代消费者的体验需求,就餐空间与餐饮服务已经成为了当代消费者生活方式的重要组成部分,这就要求餐饮空间既可以满足基本的用餐需求,又可以满足更高层次的精神性消费需求,同时也要拒绝同质化,从自身品牌特点出发打造品牌专属体验感,让消费者获得更好的沉浸式餐饮服务。

餐饮基点是服务,人们对于餐饮服务要求从最基本的菜品、质量、价格等扩展到空间布局、氛围体验、附加属性等更为综合性的场景之中。作为美好

愿景的载体,新型餐饮空间的首要任务就是突出品牌的独特性,找准市场定位。以见涨Upot重庆火锅的经营方式为例,在体验感上,品牌以空间审美为核心,通过再设计让老旧的工业材料与精致优雅艺术空间碰撞出别样的韵味,为消费者打造一个带有社交属性的高辨识度用餐空间,同时也能满足其在自媒体时代的打卡需求。在菜品特色上,见涨Upot重庆火锅区别于市面上大多数的火锅锅底,以健康饮食为宗旨,坚持做对身体无负担的“轻松火锅”。在人文关怀上,餐厅定位为宠物友好餐厅。宠物背后也是一种“情感经济”,反映着人们的内心诉求,是年轻一代的生活方式、消费理念和行为模式的重要影响因素。在空间定位上,餐厅位于艺术商业综合体(喜闻乐见)里,依托于场景内丰富的艺术形式与多元场景,与之同步进行展览、市集、音乐会等形式多样的周期性文化活动,旨在以艺术文化为纽带建立一个更加开放、更有活力、更具凝聚力的综合空间。



商业街运营者:多方融合,以多元场景促消费

发言人:绿城小镇集团吉祥里项目负责人 杨大伟

祥符桥传统风貌街区是按照“保护性开发,传承历史文化”的理念进行改造的,是对城市街巷生活的新一轮探索,将以餐饮作为生活的日常场景,空间、文化、生活及产品等全维度赋新,全力打造杭州首个城市更新的样板项目。

面对国内消费新形势,我们做了很多的分析和研究,结合《关于恢复和扩大消费的措施》,我们认为关于餐饮多元化运营部分可以进一步的进行活力激发。通过做到“空间融合、业态融合、时间融合”,让历史的记忆与现代的生活方式给予餐饮新的消费场景。

不可否认,餐饮集合是带动流量的一个路径,在这个流量基础上,通过街区空间的灵活性和可渗透性,满足全时段的商业、文化活动。同时,以综合商业和文化活动反哺餐饮消费。

不同地域的风味美食,不同文化的生活体验,不同理念的美学碰撞,这是时代的消费新像。我们将赋予历史沉淀的空间以现代的商业内容。烟火气在沿街飘散的烘焙香气中,也在漫步街里时遇见的百态生活。

总之,我们认为促进餐饮消费,需要多方融合,以多元化的场景带动新的消费浪潮。