

上馆子花费提高两成 好吃佬胃口“小了一圈”

餐饮行业迎来涨价冲击波

晨报讯(记者汪健 林志芳)迫于成本持续上涨的压力,今年上半年,江城餐饮企业不约而同提高了“菜价”,人均“上馆子”花费提高约两成。由此,武汉市民餐饮消费量出现萎缩,餐饮业迎来了一轮因涨价带来的冲击波。

今年春节期间,江城餐饮行业集体上演涨价行动。2008年春节团年饭平均价格600多元/桌,而同样标准的团年饭在前一年标价仅为500元,涨幅约20%。

春节后,之前还处于观望期的中小餐馆也纷纷调价。记者调查发现,不少餐馆以猪肉为主料的大众菜普遍提价两成以上。在武昌中北路一大型餐馆,原价40元的椒盐排骨卖到了62元,原价8元的鱼香肉丝卖到12元;湖北财专附近的深巷子家常馆,原价6元一份的青椒肉丝、鱼香肉丝等,价格调到了8元;司门口一特色火锅店,原价48元的特色火锅,涨到了58元。

据业内人士介绍,这是武汉餐饮行业5年来最为明显的一次调价。

武汉市统计局统计数据显示,今年以来,武汉居民消费价格总水平

(CPI),比上年同期大幅上涨,4月份,上涨幅度达到7.5%,专家分析,包括餐饮消费价格在内的食品类价格,是上涨的主要推手。

武汉市餐饮协会相关负责人透露,餐饮行业调价后,大中型餐馆内的人均消费(每人每顿消费额)由2007年的35元左右上涨到45元左右。消费价格的上涨,使本地餐饮消费总量较去年同期萎缩一成左右。

“价格上涨,以后不会想吃就吃。”家住后湖的工程师蔡先生说,以往每周都和同学、朋友在餐馆搞聚会,人均二三十块钱就够了,现在至少也得花四十块钱,聚会也变成每月一次。

涨价虽然在一定程度缓解了企业的成本压力,但客源下降等影响,又反过来对行业产生一轮冲击波。光谷一酒店张斌经理表示,价格虽然上涨了二成,但与经营成本增加四成相比,餐馆的成本压力只是得到一定缓解。“但是,提价后,以白领、家庭等为主的散客消费减少近两成。”他说,目前餐馆只能大力发展团体客户来补救。

影响 小餐馆很“受伤”

晨报讯(记者汪健 林志芳)记者调查发现,餐馆涨价后市民外出就餐次数减少,一向奉行低价战略的小型餐饮餐厅,成为这次涨价最受伤的群体。

由于原料采购渠道单一,缺少营销手段,市场公关能力不足,小型餐馆在应对原料涨价只能直接提价。记者在台北路5家小型餐馆调查发现,这5家餐馆的菜谱上均能找到提价菜,有的餐馆甚至直接在菜谱上贴上新的价格标签(如图)。

部分中小型餐馆提价后的直接影响,就是上座率下降。据武昌梨园深巷子家常馆的周老板介绍,“提价后,生意下滑了三成,以前就餐时间总能翻

台,现在能满座就不错了。”他解释,家常菜本来就是以便宜实惠吸引周边市民的,涨价后,不少老顾客选择回家做饭或在学校食堂就餐。

涨价后的火锅店也受到影响。武昌东亭一路一火锅店表示,现在生意下滑了一成,为了吸引顾客,餐馆每周只好推一款限制分量的特价火锅。

大中型酒店也未能幸免涨价冲击波。5月初,海陆空酒店推出今年的第二份菜谱后,酒店净利下降三成左右。该店老板陈继雄称,为此他们将其中一家1000多平方的酒店改成只有100多平方的小龙虾专卖店,借机完成企业转型。

应对 开辟新市场 推新菜 餐厅多渠道化解涨价危机

晨报讯(记者汪健 林志芳)为了减少提价给经营带来的冲击,本地餐馆除了在提价时采取“暗涨”的方式外,还用开辟新市场、推新菜等方式留住客源。

一些大型餐馆采取了菜品替换、化整为零等“暗涨”方式。硚口美食街一大型酒店总厨透露,因猪肉价格上涨,现在顾客较难在大酒店点到椒盐排骨、红烧肉等以猪肉为主料的荤菜。不少酒店以原料基本未见涨价的海鲜菜品代替。一些酒店甚至将鸡鸭菜品一份变成半份来卖,如鸭汤过去用全鸭,现在用切成块的鸭肉,一份汤只用半只鸭即可,价格不变,也满足了顾客所需。

由于顾客对涨价特别敏感,有些餐厅开辟第二市场来拓展客户。定位

于中高端消费的巴厘烧烤,去年将人均58元的自助餐提到62元后,招致老顾客不满。为增加销量,该公司特别在中午时段推出43元的特价餐,希望通过流量来摊薄成本。该餐厅老板王春生说,下月公司盈利有望恢复到春节前的水平。凯威啤酒屋也在店内新推两种价位的自助火锅,通过拓展新目标客户“生产自救”。

还有的餐馆不断推出新菜以吸引顾客。汉阳乐福园总经理刘望明在节后向厨房部颁布了一条新制度:每月新菜出品速度从7道增加到10道,新菜优先考虑使用价格稳定的原料,新规颁布后,酒店回头客比节前多了两三成。



台北路附近一家牛肉面馆的价格表上,直接贴上新价。一碗牛肉面由5元涨到了6元。 记者 詹松 摄

趋势 早点、小吃纷纷跟涨

晨报讯(记者汪健 林志芳)除大众餐馆消费上涨两成外,江城早点、小吃也开始涨价,一些品种涨幅甚至高达四成。

近日,记者走访武昌、汉口20多家小吃店、早点摊发现,早点、小吃的价格全面上扬。在武昌梨园湖北财专小吃一条街,油条、面窝由每根0.35元涨到0.5元,小杯豆浆从0.5元涨到0.7

元,牛肉粉面每碗也上涨了1元钱。

“就算是有些品种没有涨价,分量也‘缩水’了。”附近住户卢月娇算了一笔账:一家五口,以前过早平均每个月不到400元,现在将近500元,要多花100多块钱。

在江汉路万达广场附近的快餐店,记者发现,以往5元/份

的快餐也提到了6元/份,万达小吃一条街内,以往8元/份的海瓜子等小海鲜,也分别上涨了2块钱。

但涨价对早点、小吃的经营影响并不大。香港路一湖南米粉馆的店主表示,原材料涨得猛,顾客对早点涨价比较理解,只是牛肉粉的销售减少了一成左右,生意并未受到很大影响。

市场观察 武汉餐饮进入高成本时代 低价同质竞争或将退出

涨价使本地餐馆再难以“价低”为卖点,业内人士表示,涨价可能成为一次行业洗牌的机会,低价同质竞争或将退出市场。

据了解,以往,低价同质竞争是武汉中低端餐饮企业普遍的行为,往往只要哪种特色菜一流行,上万家餐馆就立马推出,再以低价抢市场,一旦生意不好马上抽身走人,时下,餐馆为经营压力考虑,不敢随便降价,自然会卖向特色化转移。

据武汉市餐饮协会统计,

由于无法化解成本上涨的压力,涨价导致客源流失,一批规模较小的餐馆已开始退出市场。比如,今年春节,就有近半数餐馆高挂“免战牌”。业内人士认为,武汉3万多家餐馆,有2万家是小型规模,超过八成餐馆无自有房产。虽然去年武汉餐饮销售总量仍在上升,但是这都是那些有品牌优势、连锁经营的企业,涨价后,小餐馆如果没有特色,肯定是越开日子越不好过。

武汉商业服务学院陈光新

教授则很坚定地认为,过去武汉餐饮业是个低门槛、低抗风险能力的产业。此次涨价后,行业门槛抬高,餐饮业进入高成本、高投入的时代,低价恶性竞争现象将会有所遏制。

因此,从这个角度来看,此番涨价带来的冲击波将有利于整个行业的发展,特别是行业内的领导型企业,将更有精力为企业发展作远期规划,使武汉餐饮业有望摆脱“千店一面”、低价同质的竞争格局。

(记者汪健 林志芳)

餐馆着手开发端午菜

晨报讯(记者林志芳)端午临近,市内一些餐馆正着手开发端午菜,以闯入传统节令市场。

近日,光谷一酒楼正组织厨师团队,研发一组端午菜肴。“不仅要

包括鱼肉等各种材料,还要加入芥菜等端午时令菜。”据餐厅总厨张斌介绍,目前,这组菜名都要突出端午文化,比如,目前已开发的“赛龙舟”、“鱼嬉汨罗”;考虑到端午节天

气比较热,菜肴还要有滋补解暑的作用。

在研发菜肴的同时,不少酒店还开始着手制作特色粽子、制定端午促销方案。武昌中北路一特色餐

厅还表示,端午节期间,将会请传统音乐艺人在餐厅为顾客表演。

据了解,去年北京、深圳等地,已有不少餐馆打出“端午”文化牌,推出专门的“端午宴”。

业内人士认为,根据前两个小长假的情况来分析,小长假对餐饮有促进作用,这个端午节市民到外面就餐的比例应该较高,武汉餐馆可以加强这块市场的开发。