

美食 体验报告

巴西烤肉大对决

戈拿旺PK富丽客

本期主角:巴西烤肉

初尝理由:

冬天是储存能量的季节,人体对于蛋白质和脂肪的需求增加,烤肉自然成为冬日里补充身体所需又能满足口味需求的上选。在烤肉领域里,有走在时尚前沿的韩式烤肉,也有坚持传统正宗的中式烤肉,还有热情洋溢的巴西烤肉。将烤肉与自助餐结合,加之平易近人的人均消费,让巴西烤肉成为节假日亲朋聚餐的不错选择。本期北京商报记者就来到备受网友喜爱的戈拿旺以及富丽客,开启冬季烤肉之旅。



服务品质

戈拿旺演出与观众互动

| | 戈拿旺 | 富丽客 |
|------|--------------------------------|--------------------------------|
| 等位服务 | 没有设置等位区,无需排队 | 等位区成顾客吸烟区 |
| 点餐环节 | 可在超过60种的餐品中自助挑选,餐前餐后结账皆可,酒水需另点 | 下午5:00开餐,餐前买单,用餐后取发票,自助产品超过50种 |
| 餐中服务 | 自助区补上菜品速度快,对顾客需求回应速度快,服务热情 | 服务员不主动引座,上烤肉速度慢、顺序杂乱无章 |
| 餐后结账 | 现金、刷卡、支付宝 | 现金、刷卡 |
| 体验指数 | ★★★★ | ★★ |

周三晚上7:30到达戈拿旺巴西烤肉崇文门店,有接待人员引座,并告知自助餐区的位置,还为顾客外套罩上罩子。自助区有专门服务员介绍餐品,并协助消费者拿餐具。补上菜品以及上烤肉的速度都非常

快,服务员每桌都会询问消费者是否需要,上烤肉的顺序也十分规律。对顾客要求及时回应,服务态度十分热情。餐中还会有舞者表演南美的舞蹈并与顾客互动,虽然表演时音乐有些嘈杂,但也让餐厅的气氛

更加热闹。

周六下午5:00到达富丽客巴西烤肉长虹桥店时,餐厅上座率很高,在前台付费后领取餐具,然后顾客自行寻找座位,很多餐桌上都放着“预留”的桌签。服务员聚在一起玩手机、看电视,对寻找餐位的消费者视而不见,直到用餐的人员越来越多,他们才让出餐位。自助餐区没有提供帮助的服务人员。用餐过程中收空盘很及时,但上烤肉的速度非常慢,而且上烤肉的顺序杂乱无章,不是重复询问同一桌,就是顾及不到部分餐位。

点评:虽然富丽客以价格便宜招徕了众多消费者,但是餐厅对服务人员疏于管理,致使服务方面缺陷明显,大大降低了消费者的用餐体验。

硬件环境

富丽客布局拥挤混乱

| | 戈拿旺 | 富丽客 |
|------|---------------------|-------------------------|
| 餐厅评级 | B★★ | 未公示 |
| 餐位数 | 二楼大厅共30桌左右 | 大厅共有近50桌 |
| 停车位 | 门口付费停车 | 附近停车场 |
| 环境设施 | 异域风情浓郁,餐桌较小,表演时过于嘈杂 | 餐厅的门头很小,电梯年久失修,桌椅摆放拥挤混乱 |
| 体验指数 | ★★★★ | ★★ |

戈拿旺巴西烤肉崇文门店在街边看起来非常抢眼,餐厅内部的装修颇有丛林风情,还挂有多国的小国旗,异域风格浓郁。虽然餐桌较

小,但整体布局十分有序,顾客之间几乎不会相互干扰,只在演出的时候有些过于嘈杂。

富丽客长虹桥店的门头简易且

非常小,进去之后是一个昏暗的电梯间。电梯很脏,一副很久没有维护过的样子,运行速度慢,不时还会发出怪声。餐厅的装修风格很像西式快餐店,但桌椅摆放十分杂乱,取餐区和用餐区没有明显的分隔,环境十分局促。因为消费者走动多,地面需要经常打扫,地板湿滑。此外,富丽客的酒水并不用单点,所以有很多喝酒的消费者,环境非常嘈杂。

点评:相对于富丽客的杂乱,戈拿旺明显更有序,取餐区与用餐区之间也有明显的分隔。自助餐区有很多小孩在取餐区与用餐区之间乱跑,地板湿滑很有可能造成事故。

菜品特色

富丽客寿司有异味

| | 戈拿旺 | 富丽客 |
|------|------------|----------|
| 招牌菜 | 巴西烤肉、自助餐 | 巴西烤肉、自助餐 |
| 菜品价格 | 98元/位、酒水单点 | 68元/位 |
| 优惠情况 | 团购优惠 | 团购优惠 |
| 体验指数 | ★★★★ | ★★★ |

戈拿旺崇文门店的自助取餐区摆放着超过60种餐品供顾客选择,菜品主要以西餐为主,也有一些独具特色的菜品,如香蕉露、含羞草金枪鱼芝士焗饭、苹果慕斯等。各色美食没有根据菜系或特色分区摆放,而是混放在一起。菜品比较新鲜,尤其

是三文鱼十分抢手,饮品的种类也很多,但是酒类需要单点,另外付费。烧烤的品类十分丰富,口味也很多样,肉类也比较新鲜,但是翅中没有熟透。

富丽客长虹桥店的自助取餐区也有将近50种餐品,菜品中西结合,

中餐居多,不同类别的菜品摆放在不同的区域,顾客可以根据需求很快找到自己所需要的菜品。但是部分菜品的食材不是很新鲜,寿司吃起来有种很奇怪的味道。富丽客的烤肉味道也很一般,而且品种很少,就三四个个人来来回回送一样的烤肉。

点评:戈拿旺的食材更新鲜,品类也更丰富,烤肉的味道很好,非常受欢迎。富丽客的优势则是将不同品类的菜品分开摆放,一方面方便消费者选取,另一方面也更利于统一品类菜品的存放。

北京商报记者 徐慧 实习记者 郭诗卉

· 资讯 ·

三庆园打造京味儿文化体验中心

北京商报讯(记者 徐慧)在前门大栅栏,一个用现代审美打造的传统文化体验中心即将诞生。12月10日,在北京老字号协会支持下,由北京大栅栏商贸有限责任公司、北京三庆园文化发展有限公司联手举办的三庆园项目推介会隆重举行。重建后的三庆园致力于打造最具京味儿的文化旅游体验中心,消费者在这里可以看传统戏剧、品京味美食、购北京特产、赏非遗文化。

据介绍,创建于1796年的三庆园是老北京七大戏园之一,具有深厚历史文化底蕴。2013年开始启动翻扩建改造工程。重建后的三庆园地上、地下各两层,营业面积近6000平方米。按照计划,1/3为传统戏楼,1/3为特色餐饮,1/3为非遗体验和特色商品。目前整体的土木工程已经完工,招商正全面启动,预计最快明年三月对外营业。

北京三庆园文化发展有限公司董事长李永生表示,三庆园将突破单一京剧艺术文化产业模式,走复合型文化产业之路。“三庆园将紧紧依托传统商业文化资源和戏曲文化资源优势,建立以文化为龙头、以商业为基础、以观光旅游为特色,文商旅有机结合的京味儿文化购物体验中心。”据介绍,三庆园还与相关机构达成初步意向,有望成为中国传统文化教育培训基地,戏曲学院的演出和实习基地,以及西城区中小学社会大课堂的区级资源单位等。

永和大王20年坚守认真味道

北京商报讯(记者 徐慧)12月10日,一碗融合了酥嫩牛腩、香醇汤底和劲道宽面的新品“御品红烧牛肉面”亮相永和大王20周年庆典,为“认真才够味”品牌理念提供了最佳诠释。永和大王总经理尹晓非表示,未来将把认真的态度融入品牌和服务当中,因为餐饮在百花齐放后,最终还是回归本质。

1995年,永和大王在上海开设第一家门店,经过20年来用心经营,迄今已在全国40个城市拥有超过300家门店,累计售出现磨豆浆3亿多杯,每天为超过20万名顾客提供放心地道的台式风味美食。永和大王也从经营豆浆、油条为主的早餐店,发展成为主打台湾风味美食、提供全天候服务的中式快餐领先品牌。除了以认真的态度推出现磨豆浆、无明矾油条外,更开发了御品红烧牛肉面、葱香鸡丝饭等全新产品,收获了包括“C-BPI中国中式快餐连锁行业品牌力指数第一名”、“食品健康七星奖”等在内的多项荣誉。

尹晓非表示,实体餐饮必须引入互联网等新潮元素以跟上时代步伐,但仅有新元素是远远不够的。尝鲜之后,消费者也会做出比较和评价。靠新奇总会有过时的一天,餐饮最终会回归本质,也就是口味、价格、服务、环境、便利性这些基本元素。只有全力以赴、认真制作美食的餐厅,才能长久赢得消费者的芳心。

大饭工作室推名厨菜品

北京商报讯(记者 徐慧 实习记者 周宁)日前,大饭工作室联合到家美食会举行了一场主题为“遇到最饭儿的你”线下品鉴会。品鉴会上展示了出自名厨之手的“麻辣羊尾骨”、“丹麦卤猪蹄”以及“川香麻辣虾”。据了解,大饭工作室集中了蝎梁府、龙岗酒楼、鱼尚调等各大餐厅主厨的作品。

大饭工作室创始人李晓楠介绍说,作为《名厨》杂志前主编,他希望能够建立一个平台把那些在后厨工作的厨师们推到大众面前。通过这个平台,大饭工作室经过严格品控,不断将最新的流行元素在菜品中及时体现,还要将出自名厨之手的菜品进行包装,向消费者传递制造者的讯息。大饭工作室希望能够做餐饮行业价值整合者、链接者、生态主导者。

大饭工作室目前仅和到家美食会平台合作,由到家美食会提供餐品销售及配送,未来不排除与其他第三方平台合作的可能。由于大饭工作室的产品目前是由各个厨师在其所在餐厅利用厨房的空闲时间制作完成,目前所售的三大品类均采用限量形式进行售卖,提前预订,批量配送。之后到家美食会将上线一套预售系统,用户可随时进行产品订购。

李晓楠表示,未来大饭工作室将会发掘更多的名厨,主要把工作放在产品的研发上,希望能够为消费者提供更多名厨的新作。此外,扩大产品覆盖面也是未来工作的重点。