



铃木食堂PK有薰一心

清淡日式火锅成年轻人新宠

本期主角: 日式牛肉火锅

初尝理由:

热气腾腾的火锅给冬天增添了不少暖意,而随着消费者对于健康餐饮的需求日渐旺盛,火锅市场的产品和形式也更加丰富。日式牛肉火锅作为日本料理中较受欢迎的一个品类,也成为火锅爱好者的新宠。本期北京商报记者体验了两家以日式牛肉火锅为特色菜品的日料店,发现两家门店都较受年轻消费者的青睐,产品结构也与其他主打刺身、寿司的日料餐厅有所差异。



◀ 铃木食堂
▼ 有薰一心



服务质量

	铃木食堂(北新桥店)	有薰一心(对外经贸店)
等位服务	无需等位	无需等位
点餐环节	服务员会介绍菜品的分量及店内的特色产品,并根据用餐人数给出点餐建议	消费者用纸质菜单点单,服务员对菜品介绍较少,对店内的招牌、特色菜品也不是非常了解
餐中服务	上菜速度较快,餐中对于消费者的需求能及时响应	餐中服务有滞后的情况,需要消费者反复催促
餐后结账	现金、刷卡、微信、支付宝等	现金、刷卡、微信、支付宝等
体验指数	★★★★	★★★

有薰一心(对外经贸店)非用餐高峰仍服务滞后

上周二晚上6:30左右到达铃木食堂(北新桥店),门头设计简洁,但辨识度不高。店内上座率超过八成,几乎都是年轻消费者。一进门,前台服务员热情招呼并引导消费者入座,消费者也可自行选择想坐的位置。空出的餐桌上摆好了菜单及酒水单。服务员能认真回答消费者对于菜品的问题,并会根据消费者的需求提出一定建议。上菜速度很快,对于消费者用餐过程中提出的需求能及时响应。

上周四晚上6:00左右到达有薰一心(对外经贸店),店内的上座率不高,只有3桌客

人,服务员引导消费者入座后送来菜单,点单过程中发现,服务员对店内的产品并不是很了解,对于记者一行人的咨询不能及时回答。上菜速度也较慢,不同菜品之间间隔过长。在有顾客用餐的情况下,服务员经常聚在一起聊天,对于顾客餐中服务需求响应不及时。

点评:服务及时、态度热情周到、满足消费者的基本需求,这是每个餐厅都需要具备的基本条件,服务滞后的餐厅,即使产品足够新颖也将降低消费者的用餐体验。

铃木食堂(北新桥店)小餐桌略显局促

铃木食堂(北新桥店)的装修装饰十分简洁,主要是以木制材料为主,既有传统的日式特色,也融入了很多时尚新鲜元素。店内灯光以暖光灯为主,并用灯光对不同的餐位进行区隔,加上热气腾腾的火锅,店内的气氛显得格外温暖。但是受制于餐厅面积过小,铃木食堂(北新桥店)的餐桌很小,餐位之间的间隔也很小,消费者之间的干扰较大。用餐高峰时段,店内的气氛十分嘈杂。

有薰一心(对外经贸店)店铺的位置比较偏,但是门头的设计相较于铃木食堂更加容易辨识。店铺内部的装修也添加了很多日式

餐厅的元素,店内的餐位设计有散桌也有隔间雅座,消费者之间的干扰较小,门店的过道较窄,店内的动线设计并不是十分流畅。此外,门店内设置了铁板烧操作台,是对外开放的,部分餐位的消费者可在用餐过程中观赏铁板烧厨师操作表演。

点评:国内消费者对于日料产品的接受程度越来越高,对于产品的甄别能力也越来越强,而餐厅的服务、环境及产品三要素都将影响消费者的用餐体验,餐厅本身在追求新颖产品的同时也应该注重餐厅的服务和环境。

铃木食堂(北新桥店)产品聚焦程度更高

铃木食堂的产品并没有嫁接过多的日料餐厅常见的产品,主要产品是以火锅产品为主,产品的聚焦程度更高,北京商记者在铃木食堂用餐过程中发现,由于店内提供的日式牛肉火锅分量较小,有很多独自前来的消费者用餐。除了日式牛肉火锅外,铃木食堂主打的金枪鱼沙拉以及铃木肉饼的分量很大,食材也很新鲜,产品的卖相也很抢眼。

相比铃木食堂,有薰一心的产品则更加丰富,除了日式火锅外,还兼具日料餐厅常见的寿司、刺身以及铁板烧产品。有薰一心的火锅分量较大,菜品也比较丰富,汤底相比铃木

食堂更加清淡,火锅中的牛肉和蔬菜都很入味。此外,刺身、寿司类产品食材也很新鲜,铁板炒乌冬面的口味、品相以及乌冬面的口感都很值得推敲。

点评:相比于在火锅领域享有“霸主”地位的川锅,日式牛肉火锅比较清淡,荤素搭配也比较合理,分量一般能满足1-2人用餐。在口味方面不如川锅的刺激,但却吸引了越来越多的年轻消费者青睐,也说明年轻消费者对于火锅的追求不再只是传统川锅的口味,而是开始倾向于更加清淡、健康的火锅类产品。

北京商报记者 徐慧 郭诗卉

菜品特色

	铃木食堂(北新桥店)	有薰一心(对外经贸店)
招牌菜	铃木肉饼、金枪鱼沙拉、日式牛肉火锅	日式牛肉火锅、刺身、寿司
菜品价格	铃木肉饼49元、日式牛肉锅45元、金枪鱼沙拉38元	日式牛肉火锅52元、三文鱼刺身寿司拼盘88元、铁板炒乌冬面32元
人均消费	75元/位	80元/位
优惠情况	未见相关优惠信息	大众点评闪惠优惠
体验指数	★★★★☆	★★★★★

资讯

京津冀年货大集拉开帷幕

11月22日,由北京市商务委主办、北京烹饪协会承办的“2016北京国际美食汇·餐饮品牌美食节暨京津冀年货大集活动”拉开序幕,活动一直持续到12月底,将为广大消费者带来京津冀三地丰盛实惠便捷的消费盛宴。活动采取互联网宣传推广+主会场品牌展售的方式,线上线下融合,全渠道经营促进消费成为本次活动的最大亮点。

互联网宣传推广活动,前期已经将征集的60多个品牌企业近万家门店的优惠营销信息进行整理、宣传。主会场恒基

中心品牌展售活动,突出京津冀美食特色,将天津、河北的名优特产也邀请到这里,搭建和打造京津冀三地餐饮食品业互通交流平台,为广大市民提供便捷实惠的消费新体验。来自北京、天津、河北的60家优秀品牌企业,上千种产品在这里展售。北京的全聚德、东来顺、吉野家、护国寺小吃等给大家带来了品牌特色产品和花样繁多的老北京小吃;天津天士力帝泊洱集团等品牌企业向消费者介绍速溶普洱茶等多种大健康系列产品。

北京商报记者 徐慧

多品类创新火锅亮相火锅节

2016北京国际美食汇暨第五届北京餐饮文化促销季美食嘉年华浓情火锅节活动日前在北京银座和谐广场购物中心启动。本次活动由北京市商务委主办,北京市餐饮行业协会承办,活动历时3天,期间消费者能够品尝到参展火锅企业带来的丰富的火锅产品。

活动现场,十家火锅企业带来了他们各自的明星产品供消费者品鉴。有老北京铜锅涮肉薛家营火锅,创新制作的羊蝎子火锅和烤羊蝎子的老冯羊蝎子火锅,正宗川味的九宫格老街

火锅,方便快捷的靓健小火锅,以及年轻人最爱的红裕云鼎麻辣烫,大兴的匹夫涮肉,还有打边炉、张老坎、儒宴火锅等,种类丰富,让现场试吃的消费者大呼过瘾。

北京市餐饮行业协会秘书长贺保贵表示,举办此次火锅节是为了建立火锅企业与社区居民之间互动沟通的桥梁,让消费者直观地看到火锅产品的制作过程以及火锅食材的品质,让消费者吃到更加安全、卫生、健康的火锅。

北京商报记者 徐慧 郭诗卉