

南京大牌档“傍”非遗“寻根”

老字号餐企纷纷向年轻化转型,新派餐厅却开始给自己增添历史厚重感。3月11日,南京大牌档在2017年春季新品发布会上宣布,与百度外卖合作启动“春芽公益”计划,并将“春芽公益”计划捐赠所得用于非遗的保护和传承工作。有业内人士认为,现在餐饮企业都在想方设法把品牌与某种文化相结合,让消费者感受到餐饮企业向外传递的文化。在餐饮消费越发多样化的当下,南京大牌档“傍”上非遗的做法有利于激发消费者的好奇心和同理心。但同时,对于非遗文化这样比较小众的文化而言,地方文化差异也可能会影响此类餐饮企业的规模化发展,掌握好“度”十分重要。

南京大牌档“傍”上非遗

本次南京大牌档新发布了10款春季新品,包括9道菜品和1道饮品,基本上全部采用春天的应季时令食材,并采用传统的烹饪技法。据南京大牌档相关负责人介绍,本次南京大牌档春季新品种的部分菜品及菜品名称是由南京大牌档的会员及粉丝征集票选出来的。南京大牌档市场总监王海琦在接受北京商报记者采访时表示,今年南京大牌档的春季新品主题仍选择与地道的南京小吃相结合,通过传统烹饪技法呈现时令食材则是为了能够留住南京小吃的老味道,将南京大牌档的老味道逐渐打造为南京的一张美食名片。

资料显示,南京大牌档创始于1994年,最近两年开始在全国快速布局扩张,目前在9个城市开设了37家直营门店。去年12月,南京大牌档走出国门,在新加坡开设直营门店。

此外,在本次新品发布会上,南京大牌档还与“秦淮灯彩”国家级传承人顾业



亮、“南京云锦”国家级传承人周双喜等非遗传承人签署保护和传承非物质文化遗产的倡议书,并与百度外卖合作启动了“春芽公益”计划,即3月15日-6月15日,百度外卖用户每点一份春季新品,南京大牌档将捐赠1元钱,作为支持非遗传承的启动资金。

休闲餐饮借文化差异化竞争

现如今,餐厅不仅仅是为消费者提供餐饮服务的场所,也是集饮食文化、休闲娱乐、地方特色等于一体的展示窗口。据介绍,南京大牌档门店的装修及服务等方面体现了南京传统茶肆的特点,在产品、菜名等细节方面也体现出金陵文化的身影,这也是让南京大牌档开启外埠门店扩张后受到当地消费者关注的原因之一。

有业内人士认为,对于游客而言,饮食是能够直观了解当地文化的窗口,游客每到一个城市,最先了解的基本就是当地的美食,这种需求也推动了一些本

地生活服务O2O平台相继推出各地美食榜单。在这种场景下,一些将品牌本身与当地传统文化相结合的餐饮品牌就更容易成为游客选择的目标。另外,对于本地消费者而言,在各类休闲餐厅遍布商圈的当下,具有特色的餐厅总能吸引消费者的注意,加之消费升级的影响,消费者到餐厅消费,不仅需要品尝美食,也需要体验环境以及餐厅营造的文化氛围,这些都是能够吸引消费者到店消费的重要因素。

中国食品产业评论员朱丹蓬表示,在商圈餐饮发展愈发成熟的情况下,商圈餐厅的同质化问题也越来越严重,品牌之间都在不断探索差异化的方式,除了在产品、定位等方面寻求差异化,餐饮品牌嫁接地方特色文化也已经成为商圈中的休闲时尚餐饮寻求品牌差异化的方式之一。

“寻根”亦不能“忘本”

在朱丹蓬看来,近年来兴起的快时尚休闲餐饮品牌数量虽然很多,并且以

新颖的模式及创意菜品吸引了众多的年轻消费者,但是在众多的快时尚休闲餐饮品牌中,能与中餐饮文化相结合的却并不多见,“这些餐饮品牌虽然在产品、装修、服务等方面新颖时尚,但是却没有文化根基,这样的品牌很容易被模仿复制,为了能够让品牌本身更具备市场影响力和竞争力,这些品牌只能通过背后资金的支持快速扩张,尽可能保持领先优势,但这样的方式并不是长久之计”。

在创新餐饮迅速走红餐饮市场之后,餐饮品牌不约而同开始寻求中餐的文化根基,并将这些文化元素转化为自身的品牌特色。除了以金陵文化以及南京茶肆文化为代表的南京大牌档外,在北京城,局气、那家小馆、小吊梨汤等新派京菜品牌也开始成为年轻消费者了解北京胡同文化、茶馆文化的餐饮窗口。杨继兴臭鳊鱼亦在门店及产品融入了更多的徽派文化元素,助力徽菜及徽派建筑文化的传播。此外,今年北京烹饪协会、北京市餐饮行业协会相继启动了弘扬京菜文化相关项目。

对此,有业内人士认为,餐饮品牌与餐饮文化的结合,是餐饮企业提升品牌附加值的重要手段,通过在餐厅装修、产品等方面融入地方特色文化元素,让消费者在餐饮消费的同时,也感受到餐饮文化的魅力。对于餐厅经营方面而言,具有文化特色的餐厅及产品也是有效营销工具。另外,餐饮品牌与文化的嫁接也有利于餐饮品牌获得地方政府的支持和背书,有利于品牌的传播推广及长远发展。但同时,餐饮品牌本身的主营业务仍然是最重要的,如果过分强调自身打造的文化背景而忽略了产品本身就是本末倒置,餐饮产品最重要的就是好吃及高性价比,如果餐厅连自身的“基本功”都做不到,消费者并不会为餐厅中体现的文化元素买单。北京商报记者 徐慧 郭诗卉

关注

收入到手仅五成 餐饮人呼吁降低社保负担

一名实际到手月薪不足3500元的基层员工,餐饮企业支付的人工成本却将近7000元。今年两会期间,多位人大代表、政协委员以及餐饮行业人士都发出呼吁,降低劳动密集型企业的人力资本负担。

根据政府统计数据,全国餐饮从业人数在2016年已达到35799亿元,庞大的数据意味着餐饮业已成为国民经济的重要组成部分之一。与此同时,餐饮行业的劳动密集型属性意味着人力成本是餐饮企业的主要开支。根据业内人士提供的数据显示,餐饮企业在支付一名实际到手月薪不足3500元的员工工资时,所需支付的人力成本要远高于这一数据,多支出的这一部分成本占据了企业实际支付成本的近五成。其中绝大部分便是来自于社保费用、公积金费用、残保金费用、工会费用和职工教育经费等。而且对于规模大的餐饮企业来说,由于部分费用是按照人头缴纳,导致餐饮企业规模越大,人数越多,相应的负担也就越重。

不仅如此,对于餐饮企业内的员工来说,也无法得到与自身劳动相符合的收入。尽管餐饮企业的人力成本支出较高,但员工在扣除所需支付的五险一金等相关费用后到手金额与企业实际支付的成本并不吻合。企业在支付高额人力成本后也难以进一步为员工增长薪资,因此餐饮业人士认为,适当降低社保公

员工月度费用明细

项目	金额(元)	备注
月基本工资	3000	-
加班费	827.59	每月4天休息,其余4天计加班费
奖金	300	-
五险(单位)	1070.22	-
公积金(单位)	360	按照12%缴纳
残保金/月	63.75	按照1.7%安置残疾人,缴费按照2015年单位平均工资计算
培训费	30	-
住宿(月)	400	-
餐费(月)	600	-
工会费	82.55	工资总额的2%
职工教育经费	61.91	工资总额的1.5%
合计	6796.02	

备注:另有一次性成本费用包括:工服费120元/人,体检费120元/人

积金的缴费比例,将这一部分降低额度转移到员工的实际到手薪资增长中去。

对于餐饮企业所面临的一系列问题,包括北京嘉和一品餐饮管理有限公司董事长刘京京在内的多位餐饮业界人士建议,将政府征收的各项费用比例降低,在2016年北京市养老企业缴纳比例降低1个百分点的基础上进一步出台针对劳动密集型行业的社保比例,并且对安置就业人数较多的企业给予一定的就业安置补贴。同时,针对餐饮业这样人

员流动性大的行业,建议允许在试用期按照最低标准缴纳社保以缓解企业压力以及制约人员的非正常流动。此外,对于劳动密集型企业的基层员工,建议按照实际工资基数缴费,而不是参照社会平均工资被动拉高缴费基数。再有,目前来京务工人员较多,全国社保信息联网,建议允许已在原籍参加社保的外来务工人员不在北京重复缴纳全险。

北京商报记者 徐慧 实习记者 薛晨/文 贾丛丛/制表

资讯

“优质服务商店”再添30家餐厅

北京商报讯(记者 徐慧)近日,由市商业联合会、市旅游行业协会、市私营个体经济协会共同开展的北京市“优质服务商店”评选活动公布第二批名单,全市共有160家商店入选,其中包括蜀国演义黄寺店等30家餐饮店。

此项活动的开展,旨在促进北京市商业服务业规范发展,构建诚信兴商、优质服务的良好氛围,为消费者提供优质诚信、便捷安全的购物环境。去年公布的首批优质服务商店共有123家。

据了解,获评北京市“优质服务商店”的企业在基础设施、诚信经营、服务品质等方面都有严格要求,如购物环境整洁,能够提供中、英双语服务;坚持明码标价、明码实价、价质相符、童叟无欺;对待本地和外地、境内和境外消费者一视同仁,百问不厌;严格执行《商标法》、《产品质量法》、《反不正当竞争法》,不经销假冒伪劣商品和“三无”商品等。

对于入选“优质服务商店”,蜀国演义董事长瞿传刚表示,作为一个在北京发展16年的品牌,蜀国演义坚持为顾客提供体验式个性化服务,不求中规中矩,但要让顾客感到真挚热情。蜀国演义将秉承对川菜的全新认知,打破所谓菜系分化,变中国的为世界的,在食材多样化、洋为中用等烹饪实践方面不断探索。