

转型
面对面

口水油盈利说纯属伪命题

——专访中国烹饪协会火锅委员会主席汤庆顺

“不使用口水油,将无利可图”,深受口水油事件影响的浙江温州大龙燚火锅负责人余建华在接受庭审时这样表示。那么火锅行业真如余建华所说,只有使用违法手段才能盈利吗?就此,汤庆顺在接受北京商报记者专访时表示,就利润而言,火锅是餐饮业中利润相对较高的一个业态,基本保持在10%左右,火锅企业不存在无利可图的情况。相反,由于利润高、门槛低,火锅成为最受餐饮创业者青睐的品类,新品牌层出不穷。而随着火锅店硬件条件的改善以及人们饮食习惯的改变,火锅业传统的淡旺季差距越来越小。

使用口水油是个别行为

汤庆顺认为,余建华所称的“不使用口水油,火锅店将无利可图”的说法并不成立。“火锅作为快餐里的正餐,利润率基本上在10%左右,这在餐饮行业中是比较高的。”汤庆顺介绍,目前在三线城市,火锅业客单价一般在30-40元,大中城市的客单价在50-100元,品牌火锅的客单价都在100元以上,所以把利润不高作为使用口水油的理由过于牵强,除非是企业自己的经营有问题。

在分析口水油形成的原因时,汤庆顺表示,当前存在一个回收口水油的利益链条,把本应回收用于一些非食用用途的油脂,经过不法商贩的倒手、加工,又重新流回餐桌。而由于成本较低,一些小企业为了降低成本、获取更多利润而使用口水油。而要想解决这个问题,餐厨垃圾处理是核心,需要建立起一条餐饮垃圾和口水油处理的链条,将剩余的残油利用到

工业领域,既能节能减排,又可防止食品卫生事件的发生。

从火锅品类看,北京和内蒙古等地的清汤火锅很少用油,而四川、重庆一带的麻辣火锅用油较多。但随着火锅业的发展,人们除了追求老油的口味,更关注健康。“所以近十年来,麻辣火锅使用老油的很少了。”汤庆顺表示,“使用口水油企业多数是刚进入火锅行业的门外汉。当然也不排除一些人唯利是图,对这样的企业要坚决打击。”

在口水油事件发生后,成都大龙■餐饮管理有限公司就发布声明称,中止与违规加盟店特许经营合同,并收回大龙■商标使用权。该公司一位负责人告诉北京商报记者,温州大龙■火锅是大龙■火锅的加盟商,在温州共有两家店面。“对加盟商进行了培训,并不定期检查,杜绝类似事件发生。”

火锅是创业重要选项

汤庆顺表示,火锅已经成为餐饮业中“双创”的重要业态。



“火锅不用厨师,只要选好食材,并将食材加工成合适的形状,并勾兑或研发好调料,或者直接使用一些大品牌的调料即可。”

当前火锅业整体实现了大众转型、结构优化与动力转换,同时火锅业态发展也比较稳定。汤庆顺告诉北京商报记者,今年5月,中国餐饮百强即将揭晓。从数据上看,火锅企业在百强中的名额基本保持在30%左右,销售额也占有1/3。从火锅业的消费结构看,2016年人均消费占有率最高的是60-80元,占到42%;80-100元的占22%,人均消费超过100元的占13%。

“原来火锅存在淡旺季,天气热了,吃火锅的人就少了。但近几年,火锅淡旺季差别已经不大。”汤庆顺表示,“随着空

调等制冷设备的广泛应用,天气对火锅的影响越来越小。而且夏天白领在办公室很少出汗,吃一顿火锅,可以痛快地出汗排毒。从医学的角度讲,夏天吃一些羊肉等食品温补也有益健康。此外,火锅的品类也增加了,鸡火锅、鱼火锅、菌火锅的比例不断增加,成为消费者的重要选项”。整体来看,火锅标准化程度高、人力成本低、容易快速复制,而“互联网+”也推动了很多新概念火锅的涌现。

弘扬“京菜”先要做好传承

除了担任中国烹饪协会火锅委员会主席之外,汤庆顺的另一个身份是北京市餐饮行业协会会长。谈到2017年北京餐饮业的发展,汤庆顺表示,根据“2017年北京市商务工作会议”的精

神,协会将把工作重点放在“京菜”的推动上,提升“京菜”、提升品质,并且严把食品安全关。

汤庆顺表示,在过去的几十年中,北京成为了一座移民城市,随之而来的是全国各地的餐饮品牌和菜品进入北京,北京也成为全国餐饮的中心。但在这个过程中,北京当地的“京菜”市场份额却被挤占了。

“餐饮是有地域特性的,人口流动,但餐饮习惯很难改变。在第一轮的改革中,北京的餐饮经济和餐饮文化以融合为主,但“京菜”受到挤压。“京菜”能够诠释京味和北京文化,如果外地游客到北京,吃不到北京特色的餐品,就很难品味到北京的文化和特色。”汤庆顺表示。

北京有3000年的建城史,800年的建都史,在悠久的历史长河中,北京创造出了极具特色的饮食文化,像八大楼、八大春、八大居、八大堂等,然而现在已所剩无几。汤庆顺表示:“重振‘京菜’风采,最重要的是做好传承,再加上现在的模式和方式,将‘京菜’发扬光大。”

在汤庆顺看来,传承“京菜”文化,树立榜样非常重要。这些榜样能够让其他企业学习借鉴,学习它们的管理和对餐品精益求精的精神。2017年是餐饮业发展的关键之年,无论是餐饮业的安全还是餐饮经营理念,都要继传承、搞创新、求发展。北京市餐饮行业协会将集合更多的资源,围绕餐饮促消费这一首要任务,助力京城餐饮市场更好、更快地发展。

北京商报记者 徐慧 李振兴

资讯

中烹协成立30周年系列活动将于5月举办

2017年是中国烹饪协会成立30周年。为纪念和展示中国烹饪协会和餐饮业30年的辉煌历程和成就,促进中国烹饪事业和餐饮行业的发展,中国烹饪协会将于5月7日下午在北京亮马河饭店举行庆典活动,包括中国餐饮业30年发展变革解析、中国餐饮30年系列表彰颁奖以及文艺演出等内容。

当天上午,中国烹饪协会将召开第六届会员代表大会第二次会议,听取协会“脱钩”工作报告、审议通过协会新《章

程》、《会员管理办法》、《会费管理办法》、《分支机构管理办法》等,审议关于确立伊尹为中国烹饪始祖的议案,以及关于确立会歌、会旗和中国厨师节标识的议案,审议表决增补理事名单。同期活动还包括,5月6日上午举办的2017(第十一届)中国餐饮产业发展大会,开展“品牌深耕、生态融合”主题讲演和聚焦对话,发布2016年度中国餐饮百强企业;5月6日下午举办的2016年度中国餐饮十大品牌颁奖盛典。

北京商报记者 徐慧

第七届北京酒店用品展将于6月举行

经北京市商务委批准,由北京市餐饮行业协会、北京恒辉国际展览有限公司举办的“第七届北京国际酒店用品博览会”将于2017年6月21日-23日在北京举行。

据了解,此次展会专门拟定针对重要买家的邀请计划以及配套服务,同时专门针对华北餐饮酒店行业的特点来进行推广。尤其是在媒体宣传方面,除加大网络、报纸平台的宣传投放外,还与多家专业餐饮酒店媒体进行合作。主办方负责人张学祥表示,长远

的目标是把北京国际酒店用品博览会打造成北方地区最好的酒店及餐饮业展览盛会。

据悉,第七届北京国际酒店用品博览会得到中国饭店协会、中国烹饪协会、北京市旅游发展委员会、北京市旅游行业协会、天津市烹饪协会、河北省饭店烹饪行业协会、内蒙古烹饪餐饮饭店行业协会、新华网、中国经济网、北京商报等国家级、省级行业组织和权威媒体的大力支持。

北京商报记者 薛晨

聚焦

越南菜品牌“越品”获百福控股战略投资

近日,以越南菜为核心产品的深圳越品餐饮管理有限公司宣布获得弘毅投资旗下香港上市公司百福控股(01488.HK)战略投资。百福控股此前已连续投资和合谷、遇见小面、西少爷、好色派沙拉等多个连锁品牌。

越品成立于2013年3月,目前旗下经营两个连锁品牌——越小品与美奈小馆。其中,越小品侧重越南汤粉、小吃以及饮品等轻快餐;而美奈小馆则升级为正餐,提供越南特色海鲜、小吃、汤粉、特色小炒、沙拉等越南料理,以“法式环境+越南菜品”的卖点吸引了诸多城市白领。

越品创始人郭斌曾从事过十几年的西餐行业。“越南料理在全国没有一家知名的连锁品牌,这个市场空白正是越品诞生的原因。越南料理的健康与清爽,也一定会成为众多品质消费者的选择”。郭斌在西餐领域的经历也为越品打上了深深的烙印。不同于越南菜本地平民化的定位,他选择用西餐的方式来做越南料理:做精制餐,有刀叉,有红酒,有摆盘,给消费者带来多维度的就餐享受。

弘毅投资董事总经理王小龙认为,越南美食看似小众,实则属于大中

餐领域,随着健康、清淡、轻餐饮概念的兴起,正越来越受到城市消费者的青睐。

“中国目前正在经历着新一轮的消费升级,在餐饮行业体现得尤为明显。越南餐厅以其独特的口味、健康低卡的食材、原生态且异域风情的环境,吸引着越来越多的城市中产阶级;而这种品类独特、个性鲜明、具有可复制性的连锁品牌符合弘毅餐饮板块的投资战略。越品的产品、模式以及品牌形象都做到了相当高的水准,具备成为越南菜品类冠军的潜力,我们希望通过弘毅百福的助力,让其发展得更快、更好”。

据王小龙介绍,百福控股作为弘毅投资的餐饮投资管理平台,致力于通过长期、大量、反复的投资,争取在五年内打造成香港最大的餐饮上市平台,在十年内实现“百福万店”的目标,并推动中餐品牌走向世界。

谈到与弘毅投资的牵手,郭斌表示,“越品正进军广州、上海等核心城市,有了弘毅投资及百福控股的坚强后盾,越品的发展必定会大大提速,向着国内越南料理第一品牌的目标迈进”。

北京商报记者 徐慧