

散乱不适宜 包装成趋势

洛阳特色餐饮

亟待“快餐式整合”

核心提示

到一个城市游玩,“赏美景、品美食”已成为大众的共识。就洛阳而言,汤、水席、浆面条等特色饮食品种丰富、久负盛名,正逐渐向品牌化方向发展。然而业内人士表示,洛阳特色餐饮虽好,但需要针对外地游客进行整合包装,使其成为我市一张“舌尖上的名片”。

1 人群不同需求各异

说起洛阳特色餐饮,汤总让人津津乐道。

今年4月底,知名主持人孟非在微博上晒出自己在洛阳喝牛肉汤的照片,迅速引起人们关注,短短几天就有3.6万余人点赞,近1万人转发。照片上,孟非在街边坐着小板凳、依着小桌子……

在这条微博的评论中,许多人为洛阳牛肉汤叫好,称其“味道鲜美、汤汁香醇”。不过也有人说:“孟非怎么就在街边坐着喝汤,洛阳汤是不是需要上点档次?”

家住老城区金业路的史木法刚刚退休,每天早晨跑步去喝汤成了他雷打不动的习惯。牛肉汤、羊肉汤、驴肉汤、豆腐汤……他挨个品尝。“三五块一碗,再加一个火烧,蹲在门外喝一碗,能精神一天。”在他看来,正是洛阳汤价格便宜、分量十足的平民化特点,使其成为洛阳百姓的最爱。

也有人持不同观点。不少品尝过洛阳汤的外地年轻游客说:“汤味确实很美,就是对喝汤的环境不太习惯,如果能像目前流行的中式快餐店那样,就好了。”

“这并不矛盾,洛阳的汤针对不同人群有不同的定位。”已经经营14年驴肉汤生意的陈垂杰说,既要有上档次的汤品满足外地游客,也要有平民化的门店满足本地百姓。



关注餐饮市场新变化

2 提升档次品牌化经营

其实,针对不同人群对美食的不同需求,洛阳特色餐饮也正在发生着变化。

本月初,广东清远的姜文华时隔8年再次来到洛阳,他对洛阳美食最大的感受是档次提高了。“洛阳美食味很美,但以前给我的感觉就是环境不太好,品尝美食的心情也打了折扣。”他

说,不过这次,在大型商业综合体、商圈、连锁店等处都品尝到洛阳汤、水席、浆面条、锅贴等洛阳美食,而且店面装修的档次也提高了,环境干净整洁,给他的印象非常好。

在“汤圈”里摸爬滚打14年,陈垂杰最大的感受就是,洛阳的汤馆正朝品牌化方向发展。“以前,一条街上能有大大

3 “快餐式整合”是出路

不过,在市河洛餐饮文化研究会会长陈玉田看来,洛阳特色餐饮存在的最大问题是较为散乱,缺乏整合营销,没有针对外地游客包装成旅游餐饮产品。

“我以前去过成都,那里的小吃非常有名。当地一些商家将龙抄手、饺子、蒸糕、珍珠圆子等几十种特色美食打包整合,推出了特色美食套餐。在一个店里就能吃遍所有的成都小吃,以此吸引外地游客。”他说。

陈玉田表示,洛阳特色餐饮完全可以借鉴其成功经验,将锅贴、烫面角、萝卜咸食、粉条蒸肉、焦炸丸等特色进行“快餐式整合”,推出量少种多且精致的套餐式产品,以吸引外地游客。

对于洛阳的代表餐饮水席而言,也可以进行“快餐式整合”。陈玉田说:“目前的洛阳水席多是量多、散乱。但对于目前所占比例较大的情

况,许多小的店面被淘汰,只剩下了有着较好口碑、有一定品牌影响力的店。”陈垂杰说。

在诸多本土特色美食中,人们更愿意去品尝知名度较高的品牌特色美食,如铁锅羊肉汤、横水卤肉、小街锅贴、新安烫面角等,其品牌影响力逐渐增大。

侣出游、家庭自驾游群体,如果两三个人来洛阳想品尝水席就面临这种难题——点的菜多吧,吃不完;点的菜少吧,好不容易来一次不甘心。”因此,水席店可以将菜的分量减小,将牡丹燕菜、连汤肉片、洛阳熬货、假海参等经典菜肴组合成套餐,让外地游客能够多品尝一些菜品。

本报记者 郝洋 见习记者 陈曦 文/图

闫露明: 脚踏自行车 骑出创业路

【创富主角】

闫露明,26岁,酷爱骑自行车运动。2012年,闫露明骑自行车跨多个省、区前往西藏,此举让他成了圈里的名人。随后,他凭着对自行车的了解,经营了一家自行车行。

【创富过程】

■两次骑行让他小有名气

闫露明之前在苏州市工作,在此期间他爱上了骑自行车。

“苏州喜欢骑自行车的年轻人很多,圈子氛围非常好,我成了他们中的一员。”闫露明说,可是父母牵挂他,希望他回家工作。

闫露明觉得既然要回洛阳,不如在这之前骑车远行一次。2012年5月28日,闫露明开始了自己的征程。他穿越江苏、浙江、西藏、青海、甘肃、河南等12个省、区,骑行11066公里回到洛阳。他的这次骑行,在洛阳车友圈里引发不小轰动。

2013年5月11日,闫露明和车友从山东出发,骑行至抚远、漠河等地。

由于爱好骑行,加之对自行车又比较熟悉,闫露明认为自己已开一家自行车行,不仅能结交更多车友,还可以创业。

■俱乐部式车行吸引众人

2013年8月,闫露明的车行开业,其创建的绿色领骑俱乐部同时成立。车行开业当天,吸引了我市500余名车友前去祝贺。

闫露明说,无论做任何生意,人气很重要,目前俱乐部的会员已近600名。

“除经营生意外,我还要筹备俱乐部的活动。”闫露明说,每周二、周四晚上要组织车友在市区骑车夜游,周末组织大家到周边县(市)区骑行,有时候还会策划一些到开封、西安等地的骑行活动。虽然每天很忙碌,但生活很充实。由于自己在圈里积累了一定口碑,车行的生意不错,旺季每月能卖出40多辆自行车。

闫露明说,车行申请了微信公众号,一旦有活动,就通过微信发给大家,以实现口碑相传。

另外,闫露明根据自己的经验,购进各种性价比高的骑行装备,俱乐部会员均可享受八折优惠;即便不是自家店的客户,只要车子有问题,都可进店免费维修。

■还想开家骑行装备专营店

“洛阳的自行车行基本以卖车为主,以卖各种配套装备为辅。随着后期市场成熟,我打算开家骑行装备专卖店。”闫露明说,目前洛阳的骑行对装备要求并不高,更注重性价比。不过,他也发现不少车友开始对附加装备的要求越来越高。

闫露明说,开网店也是后期要做的事,现在的自行车装配起来很方便,稍微懂点技术的人都可以装成整车。网上各种品牌自行车的销售店非常多,等车行生意量达到一定程度时,闫露明准备开一家网店。

【创富点评】

■涉足爱好领域 创业更易成功

洛阳商业联合会副秘书长付王鹏:开车技术好的人可以去当私人教练,摄影水平高的人可以到影楼做摄影师。其实,除专业技术外,个人爱好或特长也能成为创业的金钥匙。例如有些女性特别喜欢化妆、搭配各种服装,可以开一家形象设计室;有些年轻妈妈喜欢在家自制各种蛋糕,可批量加工特色美食。这都能成为创业的闪光点。 本报记者 王蕾 文/图



闫露明和他的车行



通信服务 私家车售后服务 邀您来“打分”

本报讯 昨日,从市消费者协会获悉,我市从即日起开展服务领域消费者评议活动,通过问卷形式征集消费者对通信服务、家用轿车销售及维修等领域的意见和建议。

此次调查评议活动将持续至8月中旬,其间,将发放4000份调查问卷。

此次调查评议的内容主要包括:电信服务是否存在套餐陷阱,是否存在收费混乱问题;家用轿车销售及维修是否存在加价提车、捆绑销售(代上牌、代理保险)问题;相关商品、服务提供商是否存在虚假、夸大宣传,以不实信息误导消费者,故意隐瞒与消费者健康、安全关系密切的信息等问题;相关商家是否为消费者提供完善的消费争议解决机制,是否存在对消费者的合法诉求拖延解决或无理拒绝等情况。(王蕾 董德莹)

商家积分规则不可随意变

【投诉】

“商家承诺在店内消费1元就可积1分,我已经消费了500元,积分规则却变了。”从今年年初开始,胡女士常去市区某蛋糕店内消费。她说,第一次消费时,对方给她办了张积分卡,积累到500分就可兑换一份礼品。

当胡女士的消费额满500元时,蛋糕店的服务人员说,由于系统问题,积分卡内没有累积积分,不过可以重新补录。按照店内的新规定,每消费5元才能积1分。因此,胡女士的积分卡内只能补录100分。

对于商家的做法,胡女士不能接受,于是向工商部门投诉。

【维权】

工商部门调查后发现,相关蛋糕店对于积分卡的积分规则以口头方式告知消费者,未出示文字形式的细则,胡女士所持积分卡上也没有标注有关积分规则的信息。

经工商部门调解,商家同意为胡女士的积分卡补录500分。

【提醒】

市工商部门工作人员表示,如今很多商家采用会员卡积分的方式吸引消费者多次消费。部分商家制定积分规则时考虑不充分,开始实施后才发现成本压

力过大,临时改变规则以减小压力。

工商部门提醒,消费者在办理积分卡时,可以让商家将其承诺写下来,并让其签字、盖章。另外,消费者也可让商家在积分卡上标注具体规则如积分是否有有效期、积分到期不使用是否自动清零等。

此外,商家与消费者就积分达成协议后,任何一方不能随意更改。如有新的积分规则,只适用于新办卡的客户。

本报记者 王蕾

