

对中西部欠发达地区县域餐饮业发展的思考

——以洛阳市伊川县为例

马雅方, 荣 荣, 廖 菲, 曲凌雁

(华东师范大学 现代城市研究中心, 上海 200241)

摘要:我国广大欠发达地区拥有巨大的潜在餐饮消费市场,但现代餐饮业才刚刚起步,产业化水平低,经营理念落后。本文对具有地域代表性的伊川县的餐饮业进行了深入的研究,总结了其餐饮业发展现状及其存在的问题,并提出了品牌战略和农—餐—游一体化等发展思路,对广大中西部欠发达地区县域餐饮业发展具有普遍的适用性。

关键词:餐饮业;县域;农餐对接;农餐游一体化;品牌战略;欠发达地区

中图分类号:F719.3 **文献标志码:**A **文章编号:**1671-1807(2013)07-0038-05

目前,我国扩大内需的方针和发展服务业的相关政策为餐饮业的发展创造了良好的环境。另外,国家对中西部欠发达地区产业结构调整战略的重点落脚于发展高效农业及加工业和发展特色旅游业,而农业及农产品加工业和旅游业与餐饮业有着最为密切的联系,支撑与带动并举。同时,伴随着产业的梯度转移,广大欠发达地区经济呈快速增长态势,城市化进程也在不断加速,潜在餐饮消费市场将逐渐显现。综上,餐饮产业现在正处于发展的黄金时期,欠发达地区应不失时机牢牢地抓住机遇,抢占高地,大力发展本土餐饮业。

1 餐饮业对欠发达地区经济发展的作用

科学发展餐饮业,对于提高人民生活质量、扩大市场消费、拉动相关产业、增加社会就业、提升地区形象、促进城乡和谐等具有十分重要的作用。它的发展和繁荣不仅能给地方带来巨大的经济效应,更可贵的是社会效应和产业效应。而其投资少、产出高、增长快、贡献大的特点,使其成为欠发达地区在产业结构调整,大力发展服务业战略中的重要突破性行业。

1.1 餐饮业拉动农畜业和食品加工业

在广大的欠发达地区农业和畜牧业仍占有较大比例,农畜业、食品加工业是餐饮业的上游产业,对餐饮业的发展具有强大的支撑作用,同时餐饮业的发展也可促进农产品、畜牧业产品及其深加工产品的销售。而且现代农业竞争力不仅取决于初级农产品的质量,更取决于整个产业链条,整个生产体系的发达

程度。食品、餐饮是大多农产品的最终指向,下游的食品餐饮产业蓬勃发展,将通过产业链传播到上游农业,带动其一体化发展。

1.2 餐饮业拉动旅游业的发展

在旅游发达的国家和地区,旅游业总收入一般30%左右为旅游餐饮收入,从全国来看,目前我国国内旅游和入境旅游10%左右的收入来自于旅游者在餐饮上的消费,并且呈现上升的趋势^[1],旅游餐饮正在逐步成为现代旅游经济的重要支撑点。再者,饮食具有地域性、民族性、民俗性等人文特性,在旅游营销中扮演重要角色,特色餐饮的成功塑造有助于为地方增添新的旅游亮点。特别是随着舌尖上的中国的风靡,“为食而游”更成为当下最盛行的旅游潮流之一。一些以地方饮食文化为特征的餐饮、购物、娱乐的形式,如饮食一条街、小吃一条街、饮食文化节等也都取得了不菲的效果。新兴的休闲餐饮、绿色保健餐饮、主题餐饮、节假日餐饮等,也广受大众青睐,对旅游业的兴旺功不可没。

1.3 餐饮业带动地方就业

欠发达地区城市化水平普遍偏低,随着土地制度改革、农业现代化、城乡一体化,农村剩余劳动力将更多地被释放出来,农民就业将是广大欠发达地区面临的突出问题。餐饮业是劳动密集型的传统服务业,能吸纳庞大的就业人群,是安置就业的重要渠道^[2]。据测算,餐饮业每年至少新增岗位160万个^[3],并且还存在常态化用工荒的现象。并且,餐饮业还可能通过

收稿日期:2013-04-25

作者简介:马雅方(1988—),女,河南郑州人,华东师范大学,硕士研究生,研究方向:产业经济与城市发展。

品牌推广向外扩张,从而实现本地餐饮人才输出,在更大的空间内创造更多的就业机会。再者一般的餐饮服务门槛低,投入少、就业多,并且对就业人员要求低,特别适宜于欠发达地区广大的低学历人员和农村剩余劳动力等群体,这对于解决当前日益突出的就业矛盾和“三农”问题具有重要的现实意义,对城乡和谐和城市化进程推进有着显著的保障作用。

1.4 餐饮业的繁荣发展有助于提升地方形象

餐饮业作为最基本的服务部门,是一个重要的生活环境和投资环境产业^[4],餐饮业的发达程度,某种程度上是地区经济活跃程度、市场繁荣程度、人民群众生活丰富程度的重要标志^[5],将直接影响外界对一个地区的主观印象。另外餐饮文化因为其外显性、直观性、主体市民化等特点也使其成为城市性格、文化气质的表征之一。并且餐饮品牌的建设,已经从企业品牌发展到街区品牌、城市品牌,成为城市确立特色文化,树立城市形象的重要载体^[6]。故餐饮业的发展已经与城市整体形象的塑造紧密联系在了一起,成为城市名片的重要标签。例如,成都凭借其繁荣的餐饮业和其美食之都的称号,使其宜居宜游的城市形象深入人心,提升了城市品位,实现了城市增值。湘鄂菜的兴起,使长沙、武汉这类城市的形象更加丰富饱满,品牌效应更加凸显,获得了更高的知名度和美誉度。

2 欠发达地区餐饮业发展中存在的问题

伊川县属河南省洛阳市,城市化率低于全国平均水平,拥有广大的农村地区,第一产业占据较大份额,大多农民仍从事传统的农业活动;工业发展仍处于初级阶段,以低端粗放型的加工制造业为主;服务业发展相对滞后,以传统的基础服务部门居多;区位优势不明显,对外联系相对闭塞,属于典型的欠发达地区,在中西部中小城市中具有一定的代表性。以下将主要根据对伊川实地考察的一手资料,对欠发达地区餐饮业发展中存在的问题进行归纳总结。

2.1 餐饮业市场规模小、产业化程度低

在对伊川的调查中,现有的 300 余家餐饮网点中,限额以上餐饮企业只有 4 家,其余的除个别引进的连锁店以外,以家庭作坊式的个体餐饮经营户为主,消费市场仍局限于当地,每年接待的人群中本地居民在 80%至 90%以上。可见,伊川的餐饮业发展仍处于初级阶段,餐饮市场以中小型餐饮单位为主,具有一定规模的餐饮企业数量不足,对周边地区没有足够的辐射力,就餐群体依然局限于当地群众,整个行业仍停留在自给自足、封闭发展的传统模式之中,消费市场以内生为主,规模小,拓展难。

2.2 缺乏规划,布局散乱,基础设施及环境建设滞后

伊川餐饮业的分布相对比较散乱,没有特定的餐饮集聚地,缺少一个规模较大、特色突出、具有良好品牌效应的小吃街、美食街或美食城。个别餐饮业较为集中的街区也是自发形成,缺乏统一规划管理,卫生条件差,鲜有绿化,缺乏停车位等基础配套设施。餐馆的卫生条件、室内装修摆设与周边较发达地区差距明显,这对伊川餐饮业提升竞争力,吸纳外部市场造成强大的阻力。其实这也是广大欠发达地区在发展服务业中的通病,内部市场支撑不足,但碍于发展理念陈旧、文化观念落后、基础设备不足、环境卫生恶劣,而难以与发达地区接轨,开拓外部市场困难重重。

2.3 服务意识淡薄,管理理念落后

在欠发达地区,餐饮业工作人员的受教育程度普遍偏低,文化素质不高,又缺乏专业的上岗培训和绩效考核,造成服务意识淡薄,服务质量欠佳。另外,欠发达地区对高素质人才缺乏吸引力,造成上层的专业管理人才匮乏。多数餐厅仍保留着传统的家庭运营模式,现代经营管理理念缺乏,现代企业开拓意识不足,“小本生意”的观念根深蒂固,大多数老字号仍未跳出传统操作模式,一间小作坊、一手技术、一种配方等等,一直停留在小富即安的认识水准上,安于现状,固守陈规,鲜于创新,不求提升,包装营销更是罕见,即使“壮大”,也只是简单分家、另立门户,实现了量的增加而非质的提升。深巷飘香,观念陈旧^[7],品牌意识薄弱,难以满足时代发展的需求。这在某种程度上也说明了为什么味千拉面活跃在城市繁华商业中心风姿卓越,但兰州拉面却安于角落夹缝求生,河南烩面更是久处深闺鲜有人识。

2.4 本地餐饮行业空心化,外来餐饮企业迅速入侵

伊川餐饮市场近几年不断扩大,但本土特色美食并没有得以发展,并且日益销声匿迹,本土餐饮企业更是在外来竞争的挤压下日趋萎靡。相比之下,众多知名餐饮连锁企业快速入驻,轻松占领市场。特别是一些川湘粤连锁餐馆纷至沓来,几乎已占据餐饮市场的半壁江山,在中高档区域几乎占据主导地位。首先,外来企业入侵挤压了市场空间,影响本土企业发展壮大;其次,菜系迈向多元化、菜色走向多样化的同时地方特色却日益稀释化,地方美食被人遗忘,逐渐消亡。再者,本地餐饮发展中存在普遍的盲目扎堆跟风现象,缺乏创新,缺乏品牌意识,不利于本土餐饮业的长远发展。

2.5 忽视了对本地优良食材的餐饮开发

伊川是农业大县,生产多种优良特色农产品,例

如声名远播的鸦岭红薯粉条和伊川小米,规模生产的良种牛羊等。它们都在区域内享有很高的美誉度,但与此相关的特色地方美食却鲜有耳闻,这表明伊川的餐饮业还仅仅停留在餐饮这一个环节,上游的农产品生产,下游的餐饮供应、餐饮研发之间极度缺乏合作,各个环节还处于离散的发展状态,本土优质食材的潜在价值被忽视,单单地作为初级产品销售,极度缺乏纵深开发,既影响了农业的升级,又不利于餐饮特色的打造。

2.6 经营业态相对滞后,无法满足多元化需求

对伊川市区 239 个餐饮个体进行的调查显示,以中高档消费为主的酒店餐饮和以便民消费为主的大众餐饮占据了总量的 91.2%,仍是餐饮市场的主体,而当下流行的美食广场、休闲餐厅、主题餐厅、音乐餐厅等相对匮乏,总体上餐饮行业的档次和类型表现的较为单一。但当代社会,消费者对于餐饮消费的需求已不再仅仅是传统的饱腹等生理需求,而日益转向多元化,个性化,重视对环境、身份、品位、文化等精神层面的满足与体验^[8];餐厅的功能也不再仅仅停留在提供饮食上,而逐渐走向多样化、综合化,被更多地赋予了聚会、商务、休闲、娱乐等特性。并且伴随收入差异、目的差异、需求差异引起的消费者分流,餐饮市场必然更加细分化、立体化。而伊川的餐饮业业态却滞后于发展潮流,忽视了对特定群体的划分,针对性较弱,层次性、特色性、差异性更是十分欠缺,难以满足消费者多元化的需求。

3 欠发达地区餐饮业发展的建议性思路

餐饮业属于传统服务业,它的发展空间与地方特定的人口规模、经济状况、发展阶段等因素密切相关^[9]。所以发展餐饮业不能一哄而上,批量复制,必须因地制宜,扬长避短,科学规划。如前所述,欠发达地区由于其落后的经济条件、较小的城市化率和低级的发展阶段等,发展初期普遍存在先天的需求不足、投资无力等障碍,所以必须实行外向型的餐饮发展战略:一者要引进来,通过环境整治、基础设施建设、人才培养与引进,提高服务品质等从软硬件上来接轨周边优越地区,吸引外来人群的消费;二者要走出去,即借助品牌优势,通过连锁扩张,使本地企业打入外部市场;三者要承接外包,融入大区域内的餐饮业产业链,在各个环节上寻求发展机遇,实现从点到链的延伸;四者要积极与其他关联产业融合协作,联合外拓。在此基础上,本文重点提出两大发展战略。

3.1 全方位实施品牌战略,以品牌为支点撬开外部市场

21 世纪餐饮业的竞争是品牌的竞争。一个地区或是一个企业要想在餐饮市场中开疆辟土,就必须积极创造和发展品牌。只有形成了品牌,企业或地区才注入了核,才能拥有持久的生命力,在餐饮舞台才会占据一席之地。

3.1.1 强化意识,守护品牌

首先,要实行品牌定位,将地区的老字号、特色店、以及特色品种进行定位,突出餐饮企业个性,细化市场,改变“千店一面”的状况,并通过实行“名菜、名点”的“标准化”,提高企业品牌的稳定性和美誉度。再者,要将地方“老字号”作为城市宝贵的文化遗产加以保护,并通过特定的基金项目进行扶持,重视发挥“老字号”的品牌号召力,防止“老字号”“零价值”现象的出现^[10],对濒危的老字号餐饮个体,要加大政府扶持,借助现代的品牌运营手段加以拯救。最后,对新进的餐饮单位,要加以引导,杜绝盲从,鼓励创新,强化其树立自我品牌的意识。

3.1.2 特色文化,搞活品牌

文化是品牌的灵魂之所在。品牌文化的塑造就是一个铸魂的过程,有了魂,品牌才有了神韵,才能释放出活力。对地区来讲,铸魂就是要将本土最灿烂的特色文化巧妙地植入餐饮业的脉络之中,力求以文化养性,提升气质,以品牌传神,散播精神。川菜火锅有巴蜀文化、羊肉泡馍有三秦文化,麦当劳也有美国快餐文化,它们通过文化展示了其历史沉淀和智慧结晶,使品牌变得更为厚重饱满。广大欠发达地区,经济虽然落后,但文化却极为深厚,要把文化当作宝贵的战略资源去审视,加强挖掘、收集、整理、筛选、提炼、创新、策划、整合、包装、营销,使特色文化与当地美食有机结合,形成成熟的地方产品,推向外部市场。

3.1.3 科技创新,发展品牌

品牌的发展要与大众需求相结合,一来要紧随“食尚”,二来最好能引领“食尚”,当然最终的落脚点还在于与时俱进、科技创新。四川设有专门的川菜产业技术创新联盟^[11],麦当劳更是通过科技创新不断本土化从而成功融入地方市场,实现品牌全球扩张。所以一个品牌想保持持久的活力,科技创新是必不可少的。对于欠发达地区,创新要全方位,做到粗菜细作,名菜精做,提高菜品的技术含量和文化含量;通过翻新原料、调料,变换装盘形式,提供精细化服务等推出新菜品;迎合发展潮流,主打绿色健康牌,做到绿色田头到绿色桌头,打造特色的饮食养生菜谱;建立名厨、名师等技术创新人才的人事档案,增强管理,防止人才流失;细化市场各类人群,开发主题多样、风格各

异、形式多变的休闲娱乐餐饮形式。

3.1.4 连锁经营,提升品牌

从全国餐饮发展的走势来看,餐饮业将从开放走向整合,垄断竞争步伐加快。它的一个重要标志是有实力的企业和品牌的连锁发展。欠发达地区要认真借鉴连锁扩张的模式,选出本土一批在有较强生命力和竞争力的优秀品牌、知名品牌,进行重点扶持,把培育大而强的大型连锁餐饮龙头企业作为餐饮业发展的突破口。通过加盟连锁或特许经营,实现标准化、规模化经营,真正融入到现代产业体系中去。

3.1.5 强强联手,创造品牌

首先,对地域特色菜品和名优小吃进行全面地调查、系统地挖掘、并分门别类地进行整理,建立地区美食档案。然后邀请专家指导,根据营养搭配或种类搭配,选其精良者,经过各种优化合理配置,合为一体或嵌套组合,创造出一个或几个新的餐饮品牌。通过这种捆绑式地组合创新,增强整体的竞争合力。

3.1.6 加强宣传,打响品牌

“好酒也怕巷子深,好店也怕无人识”,在这个信息爆炸的时代,宣传对一个品牌的成败至关重要。特别对于欠发达地区,因其多处于内陆闭塞地带,与外界缺乏广泛交流,鲜于被媒体所关注,必须通过大力的自我宣传,才能走出深闺,被外界所认识,所了解,所接受。故餐饮的发展一定要加强策划,精心“包装”,注重宣传,特别要善于利用活动或大事件来造势,如举办美食节、烹饪大赛、餐饮论坛等,从而扩大影响,提高知名度,打响品牌。

3.2 加大餐饮业与农业和旅游业的合作,探索“农餐游”一体化的运行模式

餐饮业是传统的服务业部门,它的发展受制于地区的整体经济水平,而欠发达地区自身存在的先天不足,更是决定了餐饮业无法独自担当推动经济发展的主角。故地方应把餐饮放在整个经济的全局考虑,不能就餐饮论餐饮,要注意到餐饮业与其他行业互为依托,互为促进的关系。农业和旅游业与餐饮业联系最为密切,所以餐饮业在发展中要一手拉着大农业,一手挽着旅游业,齐头并进,协作发展,打造地方特色的“农餐游”一体化的运行模式,通过三者之间的有效衔接,实现优势互补,品牌共建,互为带动,联合竞争。

3.2.1 推进餐饮产业链建设,促进农餐对接

中国饭店协会发布的《2012 中国餐饮业发展报告》中显示农餐对接,成为我国餐饮发展的主要趋势。据目前调查显示,我国有约六成大型餐饮企业,其主要食材由固定的农产品生产基地直接供应。农餐对

接实现了产销一体化的运行模式,有效解决了农产品只产不销的问题,是实现农业现代化更为有效的途径,并迎合了现在餐饮业“生态、绿色”的诉求。故欠发达地区要主要餐饮业产业化与农业现代化的有效结合,协同并进,推进产业链的整合。在近期,可把广泛的离散农餐个体通过“农户—农业合作社(农业企业)—餐饮协会—个体餐饮经营户”这样一条链条承接起来,以此疏通农餐之间的供应渠道,加强个体间的信息交流^[12]。而对于更长远的目标,还是要加快培植或引进餐饮和农产品联动的大型餐饮企业,以市场需求为导向,以大型餐饮集团为依托,把农业的种养殖加工与餐饮销售连为一体,实行区域化种养殖,一体化经营,社会化服务,真正通过餐饮产业化带动农业现代化,以农业现代化支撑餐饮产业化。

3.2.2 借助承接大区域餐饮产业链部分环节的外包业务,融入区域餐饮产业体系

欠发达地区在大餐饮、大农业的发展中很难一蹴而就,但可以通过从产业链的个别环节做起,实现从点到链的延伸。借助农业生产优势,承接外部餐饮企业的原料供应,建设专业化的农产品生产基地、餐饮原料配送中心;借助廉价的劳动力和接近原料产地的优势,建立餐饮业专业人才培养中心,引进大型餐饮企业的中央厨房入驻。通过外包环节的发展,为地区产业发展积累经验,夯实根基,营造良好的餐饮产业环境,协助本地餐饮企业借梯登高。

3.2.3 以特色农副产品为依托开发品牌美食,以品牌美食为跳板,拉动农副产品的产业化发展

农业与餐饮业有效衔接后,可借助品牌共享来互为带动。如上海通过“绍兴鸡”、“金陵鸭”的标准化、工业化生产,建立了专门的鸡、鸭养殖基地,促进了鸡、鸭养殖业的发展。川菜近些年走向全国,川味调料成为一项新兴的产业,取得了可观的经济效益。周黑鸭、九九鸭脖这些知名品牌的扩张,使武汉盛产的鸭、藕真正走向产业化。地方名特农副产品成就了地方美食,而地方美食的发展壮大,又反过来带动了地方农副产品的产业化。所以,欠发达地区要着眼于脚下,善于利用本地特色农副产品开发美食,并抓住几个名气较大,基础较好,风味较成熟的风味食品,培育出工业化、标准化程度较高的品牌,以此实现农副产品从生产到加工再到销售的产业化发展,增加农副产品增加值。

3.2.4 加强餐饮业与旅游业的合作,大力发展旅游餐饮业

要充分发挥旅游业与餐饮业的互为带动作用。

一方面,把餐饮业打磨成旅游亮点,以味之名增添旅游业的吸引力;另一方面,借助旅游市场拓展餐饮客源市场,并根据旅游客源市场需求,及时调整产品结构,丰富餐厅层次与类型,满足不同档次、不同旅游目的、不同来源地、不同旅游方式的旅游者的餐饮需求。响应“旅游休闲时代到来”的呼声,重点发展以休闲娱乐为主题的餐饮形式,如与休闲农业相结合,打造特色农家乐等。

参考文献

[1] 张广瑞,刘德谦. 2011 年中国旅游发展分析与预测[M]. 北京:社会科学文献出版社,2011.
[2] 全国餐饮业发展规划纲要(2009—2013)[EB/OL]. <http://wenku.baidu.com/view/cd5b4a0dba1aa8114431d995.html>
[3] 梁达. 餐饮业助推经济增长[J]. 金融与经济,2007(3):8—9.
[4] 张世尧. 从战略高度认识餐饮业的重要地位与发展趋势[J]. 商业时代,2003(17):4—5.

[5] 陈云川,何稼静. 餐饮业发展战略研究综述——以四川省为例[J]. 经济研究导刊,2008(14):239—241.
[6] 杨柳. 中国餐饮产业发展报告 2011[M]. 北京:社会科学文献出版社,2011.
[7] 黄维. 21 世纪的餐饮产业[J]. 中国烹饪,2007,35(27):10—11.
[8] 张蕾,张新建. 我国餐饮业发展现状及趋势[J]. 行业研究,2009(7):28—29.
[9] 王冬梅. 欠发达地区加快发展服务业的几点思考[J]. 商业经济,2009(8):118—119.
[10] 万杰民,李旺林. 打造武汉餐饮品牌拉长餐饮产业链——关于武汉餐饮业发展的调查[J]. 武汉商业服务学院学报,2003(3):4—5.
[11] 练红宇,刘婕. 川菜的特色发展与对外融合研究[J]. 成都大学学报,2010(4):29—30.
[12] 彭磊,孙开钊. 基于农餐对接的农产品流通创新模式研究[J]. 财贸经济,2010(9)105—107.

The Research of Catering Industry in Middle and Western Developing Area

——Taking Yichuan county as an example

MA Ya-fang, RONG Rong, LIAO Fei, QU Ling-yan

(The Center for Modern Chinese City Studies, East China Normal University, Shanghai 200241, China)

Abstract: In the broad developing region as the biggest potential market in our country, the modern catering industry has just started and both of the advantages and disadvantages have existed. The article takes Yichuan County as an example, based on the data of investigation, analyzes and summarizes the present situation and the existence question of catering industry in developing areas, and proposed the constructive suggestion for the catering industry development in developing areas.

Key words: catering industry; Yichuan; the link of agriculture tourism and catering; travelling catering industry; brand strategy; developing area

(上接第 25 页)

[4] 陈信伟,姚佐文. 安徽省 R&D 投入及其结构与经济增长关系的实证研究[J]. 技术经济,2011(2):16—22.
[5] 胡贝贝,朱云鹃. 皖江城市带科技人才资源现状与对策分析

[J]. 科技与产业,2012(7):139—143.
[6] 王奋,赵宏宇. 科技人力资源区域集聚能力的实证研究[J]. 中国科技论坛,2006(3):137—144.

Comprehensive Evaluation of R&D Ability of the Cities in Wanjiang Economic Region Based on Principal Components Analytical Method

LU Yuan¹, ZOU Xiang²

(1. Business School of Anhui University, Hefei 230601, China;

2. Economics School of Northeast University of Finance and Economics, Dalian Liaoning 116000, China)

Abstract: Select the indicators which reflect R&D ability, compare and analyze the R&D ability of nine cities in Wanjiang Economic Region based on principal component analysis method. The results show that Hefei, Wuhu are obviously superior to the other seven cities, the whole status of each city R&D ability is out-of-balance. According to the above condition, provide the political measures and suggestions that aim at improving the R&D ability of the cities in Wanjiang Economic Region, promoting the economic of the region coordinated development.

Key words: Wanjiang economic region; principal components analytical; R&D ability