

# 拓市场 提品质 拼差异 火锅品牌“开春”很忙

□ 本报记者 卢岳

餐饮作为市场经济的重要一环,在当前消费复苏的大背景下风头尽显。

记者注意到,在餐饮市场回暖的浪潮下,火锅消费也频频成为近来的热搜“主角”。这边是高举“品质大旗”专注高端路线的巴奴毛肚火锅因“天价土豆”引发争议,那边火锅“一哥”海底捞也先后因最新财报数据和禁止顾客自带食材而登上几大社交媒体平台的热搜。

业内人士指出,火锅作为餐饮市场热度最高的细分品类,当前正伴随着新一轮消费复苏,呈现出业绩回暖、加速扩张的喜人景象,而其差异化、品质化则成为行业品牌新一轮市场竞争的核心发力方向。

## 火锅品牌大打“差异化”牌

记者看到,2月24日,海底捞披露了2022年的业绩报告——预计实现营收不少于346亿元人民币,预计实现净利润不低于13亿元,对比上年度的净亏损约41.612亿元,成功实现了“扭亏为盈”。财报数据显示,其经营状况的明显好转得益于疫情防控政策的调整以及其“啄木鸟计划”的持续推进。

事实上,海底捞的业绩回暖在当下的火锅赛道上并非个例。春节期间,随着出行、聚会等场景需求的集中爆发,火锅品牌复苏成为餐饮业甚至整个消费市场热度的“风向标”。无论是呷哺呷哺、海底捞等传统老牌,还是巴奴等近年来“搅局”的新晋霸主,亦或是珮姐、朱光玉、后火锅等流量新秀,“超预期”式复苏成为火锅行业热度的真实反应,更意味着在市场不断回温中,火锅巨头们将再次打响市场竞争夺战。

值得注意的是,为了抢夺消费者心智,各家火锅品牌在延续自身的优势同时,更纷纷打出差异化的招牌。如海底捞在公告中表示,将促进公司团建、亲友聚会等消费需求作为重要策略调整。巴奴则在加速扩张同时,进行门店模型迭代升级,如加设内置小酒馆、发力“首城首



店”。呷哺呷哺则于去年年底跨赛道推出新品牌“趁烧”,首创烧肉+茶吧+茶饮站的一站式餐饮集合店模式,跨界烧烤发力定位客单价250元的大店。

“相比起一成不变,我们确实需要更多尝试。比如更好的菜品、更多的口味、更新的业态和更优质的体验。”餐饮自媒体创始人邹艺对记者表示。

## 行业竞争进入白热化阶段

业内人士普遍认为,尽管火锅界尽管迎来不错的开局,但面对不断变化升级的消费者需求、日益激烈的市场格局,如何走好品质化的发展道路依旧是关键。

记者看到,如今除了主流重庆火锅外,老北京涮肉、港式打边炉、潮汕火锅、美蛙鱼头火锅、糟粕醋海鲜锅等类型,及近年热度颇高的青花椒、冬阴功等口味,都让消费者的选择更加丰富多元。“相比价格和服务,我更愿意为火锅本身的味道和食材品质买单”,火锅爱好者陈曼在接受记者采访时告诉记者,相对几年前人均三五十元的火锅,如今“人均火锅”破百的餐标已经被身边大多数人所接纳并认可。

“火锅赛道目前已经在产品竞争到

了白热化程度,从原产地采购、食材处理、冷链配送、保鲜技术乃至涮菜技法等专业环节入手,对火锅重新定义、升级,改变了传统观念里火锅“没有技术含量”的印象。”火锅业内人士表示,在品质为王的餐饮热潮下,样样都讲究的细节已经在原本稍显粗放的火锅餐饮中被实现,“而这种品质化升级带来的更高消费体验,也让消费者的消费热情和粘性大大提升。”

而在消费者任乙看来,如今的火锅行业在告别了呷哺呷哺时代的“性价比”,海底捞时代的“拼服务”阶段后,进入到了以巴奴为代表的“菜品品质为王”的产品主义时期,“比如一口独一无二的毛肚、一块鲜嫩香滑的鲜鸭血、一份从冰天雪地里长出来的笨菠菜,都是我会选择一顿人均百元以上火锅的理由。”

业内人士指出,随着火锅市场的持续高温及头部品牌的不断增加,行业的竞争也逐渐呈现出多元化、持续化等特点。该人士指出:“例如业内竞争关注度较高的巴奴‘碰瓷’海底捞,巴奴从一开始的跟随海底捞学习,到以爆款单品毛肚作为切入点并开创毛肚火锅品类,更喊出了‘服务不是巴奴的特色,毛肚和菌汤才是’的口号,开始和海底捞唱反调。

其中,更有《巴奴为什么能卖鲜鸭血?》一文正面“硬刚”海底捞的《海底捞为什么只卖血旺》,甚至在消费者提出两家菜品和摆盘相似时,巴奴回应“非常欢迎海底捞加入巴奴产品主义的阵营”,等,无不透露出火锅赛道目前竞争的白热化程度。

## 产品品质持续升级是核心

记者了解到,2022年9月,中国新闻网曾以餐饮低迷市场下出现的逆势扩张、排队火爆的“巴奴现象”,作为餐饮业自救新样本。而近期,伴随着新一轮消费复苏,高举“产品主义”大旗的巴奴也将迎来深圳二店和北京3家门店的开业。而此前,其因“天价土豆”事件三次登上热搜,也让包括陆新之、马光远等知名经济专家、评论员对于新消费需求下火锅行业产品品质及背后的定价和营销逻辑,有了更科学和新的认知。

根据《中国餐饮发展报告2022》显示,2022年我国火锅市场的整体规模已达到6046亿元,火锅品类门店数规模也达到了55万家。其中,门店数量超过500家的火锅品牌就有8家。更有机构预计,2025年中国火锅市场规模将达到6689亿元。

“事实上,行业的品质化升级已成定局。当下如何尽快褪去疫情带来的影响,并借助此轮消费复苏快速抢占市场,已经成为火锅品牌的共同发力点。”业内人士刘阳向记者坦言,明星餐饮黯然离场、老牌巨头风采难寻……疫情让火锅市场经历了大洗牌,但火锅市场的持续高热也无时无刻不吸引着更多入场。

该人士指出,无论是热度持久未消的巴奴对18元“天价土豆”的“不降价”回应,还是海底捞“禁止顾客自带食材”消息登榜的备受争议,“底气”已经成为火锅行业重拾信心的生动体现。“厮杀激烈的火锅市场,差异化无疑是未来行业发展的关键。但不管资源、业态、思路、概念如何变化,回归到行业本质并抓住消费者需求,在创新和差异化中保持产品品质的持续升级,依旧是市场竞争的核心关键。



今年的全国两会上,众多位来自乳业、畜牧业的代表委员们,从创新驱动、产业集群、原料供应等角度建言献策。乳业是关系国计民生的重要产业,也是农业现代化的标志性产业。2022年2月,农业农村部制定发布了“十四五”奶业竞争力提升行动方案,计划采取九项措施推动奶业高质量发展,提高奶业质量、效益和竞争力。2023年的中央一号文件也强调要坚持产业需求导向,构建梯次分明、分工协作、适度竞争的农业科技创新体系,加快前沿技术突破。目前,奶业上游仍然存在优质饲草料、优质奶牛种源依赖进口等瓶颈,面临着“卡脖子”的发展困境。同时,国内奶业供需衔接长期存在“季节性”和“阶段性”不平衡等问题。

众多专家表示,推动全程产业链发展,对乳企自身来说有利于降低生产运营成本,提高抵抗风险能力;对产业来说有助于乳制品行业行稳致远,推动实现农业振兴。在这一过程中离不开科技创新能力成果转化,在乳业整体竞争步入白热化的阶段,行业由增量竞争向技术竞争转变,科研能力将成为下一阶段企业们的核心竞争力。

在此背景下,加大上下游产业链建设、提高竞争力成为行业的共同课题。然而在各大乳企加入布局上下游产业链建设时,圣牧早已识得先机,从牧草种植到奶牛养殖,再到深加工,圣牧全程有机产业链模式已布局十余年。第一个环节“有机种植”,奶牛所需的饲料苜蓿、玉米和燕麦,其种植过程中不使用任何农药、化肥、杀虫剂等化学,而是通过牛粪还田的方式进行种植。实现了“三亩地养一头牛,一头牛还三亩田”可持续的循环方式。第二个环节是“有机养殖”。奶牛也是在天然的有机环境里生长。牛场养殖密度非常小,据内蒙古圣牧控股集团有限公司营养总监介绍,每头奶牛足有80平方米的活动空间。奶牛喝的水、床铺的舒适度、室温温度、环境噪音、娱乐设施等都有严格的标准,实现“人”性化和福利化的养殖。第三个环节是“有机加工”,加工厂内所用设备全部引进全球最先进的利乐生产体系,严格遵循有机奶的加工流程。圣牧的全程有机产业链对自身来说有利于降低生产运营成本,提高抵抗风险能力;对产业来说有助于乳制品行业行稳致远,推动实现农业振兴。在这一过程中离不开圣牧科技创新能力成果转化。

圣牧在这十余年间,通过战天斗地的精神和科技的力量,将乌兰布和沙漠的200余平方公里改造成了绿洲,种植了9700多株沙生树,圣牧基于“低覆盖度治沙理论”对乌兰布和沙漠进行大规模生态治理和沙产业建设,成为了中国有机谷——沙漠有机开创者、全球最大的沙漠有机原奶生产商。全程有机产业链助力了圣牧腾飞的发展,也为中国乳业的未来开辟了一条成功模式。

奶业振兴,是全产业链的共同振兴。建立全产业链生态圈,实现农牧业与乳业高质量现代化发展仍需要上下游之间加强互通互融。如今中国乳业面临着高端化、智能化和绿色化转型的挑战,如何落实全链创新与协同合作,将成为行业探索的方向之一。

(国兴)

奇富科技协同福建消委会等部门助力促消费、扩内需、强信心

“消费”一词在今年的政府工作报告中被提及23次,伴随着烟火气回归,恢复和扩大消费,提振消费信心被摆在优先位置。3月13日,在福州举办的2023年“3·15”国际消费者权益日公益宣传咨询活动中,奇富科技协同福建省消委会、福州市市场监督管理局、福州市消委会、福州市邮政管理局、福州市公安局刑侦支队等部门宣传“提振消费信心”年主题,着力推动消费提质升级,积极营造促消费扩内需的良好氛围。

## 个人隐私泄露引担忧 科技助力安全消费

提振信心、经济复苏是今年的主旋律,如何打造更适宜的消费环境,让消费者能消费、敢消费、愿消费?活动现场,福建省消费者权益保护委员会薛承枫秘书长表示要凝聚社会各方力量共识,着力提升消费供给质量,不断优化消费市场环境,有效激发消费潜力活力,推动消费者权益保护协同共治,打造更加安全放心的消费环境。

当前,随着数据开放流动,数据泄露、网络安全事故、个人隐私信息泄露和倒卖等乱象频发,公众对企业及机构数据保护能力的信心不足,尤其在金融消费领域,个人隐私风险的增加成为妨碍消费的一大掣肘。奇富科技信息安全专家对此表示,个人隐私数据泄露和安全漏洞是导致金融类电信诈骗高发的两大诱因,解决个人隐私泄露问题,除了法律监管,需要企业加强对消费者个人信息保护,以及消费者自我提升个人信息保护意识等各方配合,共同完成。

活动现场,奇富科技开展个人隐私信息保护常识教育,针对消费者担忧的个人信息泄露、电信诈骗风险,个人隐私边界等问题,进行一一讲解,向现场群众普及避免个人隐私泄露的注意事项,如何识别和防范山寨APP、钓鱼诈骗等,以及遭遇电信诈骗的应对和补救措施。

“个人隐私信息关系到金融消费者的财产安全,企业具有天然保护责任和明确告知使用范围的义务,要让消费者敢消费、愿消费,就要免除消费者的后顾之忧。”奇富科技相关负责人表示。近年来,奇富科技强化信息安全与数据管理建设,将个人信息保护和数据安全管理纳入公司治理、企业文化和发展战略,并从外部引入全方位的数据安全管理能力评估,收获来自国内外权威机构的数据安全能力认证。

此外,基于信息安全和智能反欺诈技术,奇富科技构建了集安全防护与智能风控为一体的反诈防护体系,全方位保障用户资金安全。截至2022年底,奇富科技累计拦截反欺诈潜在被诈骗者26802人,保护用户避免损失3.33亿元;智能风控反欺诈系统拦截涉赌人员超46万人,拦截涉赌资产约50亿元,电信诈骗案件量同比下降54.35%,诈骗财损同比下降45.98%。

## 警惕过度消费陷阱 树立理性消费理念

信用消费时代,在提振消费信心的同时也要警惕过度消费,避免落入透支消费的陷阱。奇富科技作为金融消费市场的企业主体,在为消费者提供金融科技服务的同时,也致力于传播理性消费、合理借贷的理念,共同构建科学理性的金融消费环境。

针对部分消费者陷入过度消费的误区的现象,例如看到低价促销冲动消费,以贷养贷、通过办理各种机构的消费贷款或信用卡等“拆东墙补西墙”,加重个人负债杠杆,增加违约风险等,奇富科技向现场群众普及此类行为的风险和社会危害,也总结了四大防范指南。

第一,树立理性消费观,坚持量入为出、适度消费的科学消费观念;第二,合理申请额度使用,谨记理智消费才是省钱法宝,以防因过度消费无法偿还,导致自己的征信带来不良影响;第三,安全规范使用,在日常消费过程中,妥善保管个人身份信息、支付密码及手机动态验证码等信息,对陌生号码、陌生链接等提高警惕,做到不轻信、不透露、不转账;第四,按时足额还款,养成定时查账习惯,以免因遗忘还款影响个人征信记录。

构建和谐健康的金融消费环境,不仅需要政府、企业各界协同治理,共同促进,也需要提升消费者的金融素养,践行科学理性的消费观点,共同营造诚信消费之风。奇富科技方表示,未来,将不断加强企业社会责任,助力强化消费者权益保护实践落地,持续开展多样化的消保宣教活动,增强消费者满意度,提振金融消费信心。

(三溪)

# 本来生活“95后”质检员:从不下厨却练就挑鲜货的“火眼金睛”



食品安全无小事。为了把好“从产地到餐桌”的食品安全关,本来生活做了大量工作,建成了一套覆盖产业链全链条,实现农产品360°全程溯源的严苛品控管理系统。

据悉,在这套品控系统的末端,是本来生活高度标准化、数字化的全国城市中心仓。这里不仅有独立的、具备64项检测能力的专业品控实验室,

更有环环相扣的品控岗位与操作流程,

为实现商品从入仓到出库的全时段、全链条可追溯、可定责形成了一道高效运转的“保鲜”屏障。这意味着,

仓库对每一项品控工作的时间刻

度要求极为精细。

## 聚焦质检员的“自我修养”

在本来生活华东仓工作的张悦(化名),是仓库内繁忙的身影之一。每一个寻常的工作日里,身为品控质检员的她需要参与验收、检测、巡检等各项质量检测工作。“仓库里的工作节奏非常快。”张悦介绍。虽然食品质量与安全专业毕业的她在工作中十分老练,褪去白大褂和口罩后却露出青春洋溢的面庞。

快节奏的工作压力不仅没有“劝退”这位自由奔放的“95后”,反而让她在质检员的岗位上被历练得心应手、游刃有余。“可能是我的性格更踏实吧,我享受能够用自己的专业领域,专注做事的感觉。”张悦自信又直率地分享到。“我的工作看上去琐碎但责任很重。虽然‘食品安全无小事’,但食品安全保障工作是由一件件小事积累起来的,把小事做到完美、把细节控到极致是我这份工作的价值。”

对于张悦来说,在熟练掌握各项品控工作模块的基础上,“争取早日到基地去、到上游去”,在生产环节充分发挥自己的专业知识与经验,是她看得见、够得着的职业小目标。作为用户食品安全的“把关人”之一,张悦身后背负着千万家庭对“买得放心,

吃得安心”的期待。“每每想到我的职责如此重大就干劲十足!”

## 练就挑鲜货的“火眼金睛”

早上9点不到,不少货车已经抵达仓库。从卸货开始,物流和品控岗位上的人都要“动”起来了。卸货的小车不断穿行在人群和货物之间,张悦也在这人群中。仓库的工作环环相扣,每个人的速度都会直接影响团队运转效率。张悦白天很难有整段休息时间,通常到下班之后才会逐渐放松下紧绷的神经。

当前正是本来生活旗下“本姑娘”四川春见耙耙柑上市的时间,这个爱吃的姑娘会在品控工作中对大量耙耙柑进行抽检。从不下厨的她通过标准化流程的专业培训和日积月累的反复练习,练就了一双“火眼金睛”,靠眼力观察就能把果子的水分、口感估个八分准。

张悦日常最长待的工作场所还是仓库里的品控实验室。在这里,她的

主要工作是给果蔬、肉禽蛋品等生鲜商品做包括农药残留、瘦肉精、氟苯尼考等各项指标在内的质量检测。这个笑容还略带稚气的“95后”一穿上实验室的白大褂,动作立即显得极为老练。每一项实验的固定操作平均耗时20分钟,但每一次结果都是未知的。质检员必须时刻做好准备,面对这种不确定性。“一旦出现异常值,我按照程序会立刻进行三次复检。”张悦笑着说,“我可能比用户更怕碰到不合格的产品。”

## 尽职尽责的每一步没有捷径

在本来生活仓库,品控工作以一周为一个循环单位。每周内,每一种新到货的生鲜商品都必须在入库前通过检测。周而复始,365天从不间断。对张悦而言,实验室检测工作的最大挑战在于,量大枯燥同时又要求极其实验。以水果农残检测为例,每一次实验通常需要10-15份样品,从取样开始,每份样品先切出水果表皮

3g左右,用干净的纸巾吸干水分,再放入缓冲液中浸泡2分钟。张悦手法娴熟,往往一次就可以切出3g精确重量,一点不浪费。

浸泡完成后,她将样品切成小块装进试管,滴入酶试剂和显色剂,并开始最关键的一步——等待样品与试剂发生反应。等待的时间里她也不闲着,会同步在检测仪器中输入样品的名称、供应商、检测员信息等,为出具报告提前做好准备。待试剂反应充分后,张悦还需要在试管内加入“底物”,静置足够时间后转移至特定容器再放进检测仪器,至此一项实验的操作部分才算完成。这项工作需要大量的耐心与细心——不同果蔬产品需要的试剂量也不同,部分产品在取样时由于对试剂有特殊反应还需要区别对待。尽管实验室配有详细的的操作说明,但张悦还是会把这桩桩件件熟记于心,因为“只有这样效率才是最高的”。

“忙起来的时候,节省1分钟就能多干不少事儿,而且熟记之后也更容易出错。要把好食品安全关,这里就是最重要的关口。”张悦说。完成实验检测后,张悦一边快速检查结果,一边出具报告存档。这份检测结果合格的“本姑娘”四川春见耙耙柑检测报告会被张悦上传至系统,实时更新在本来生活网APP、小程序的商品页面上,让用户实现一键查询。

正值春季时鲜大量上市,张悦一天的工作也十分充实。忙完手头的实验,她会快速清理仪器设备,然后脱下白大褂加入验收同事的队伍中——又一批鲜货抵达仓库,工作人员都在争分夺秒,力争让合格的商品早日上架,让用户尽早尝鲜。

在本来生活,和张悦一样坚守岗位的品控人员遍布供应链从前一万里到最后一公里的各个环节。“做好每一次实验,对每一个结果负责”,是他们对用户的郑重承诺。

(叶思)

乳业竞速产业链布局  
圣牧有机“先声夺人”