

四川团餐特色化发展战略实施研究

郑伟¹

(四川旅游学院, 四川 成都 610074)

【摘要】：大众化餐饮消费时代, 民众日益注重时尚、快捷、特色化的团餐产品。四川团餐要想在竞争激烈的团餐市场中脱颖而出, 就必须避免低端化、同质化, 突出差异化, 实施特色化发展战略。要从产品、管理、服务、企业文化等全方位挖掘特色、凝练特色、打造特色, 形成特色优势, 不断推动四川团餐持续快速发展。

【关键词】：四川团餐 特色化 战略

【中图分类号】：F27 **【文献标识码】：**A

1 中国团餐及其发展历程

团餐指为各种团体组织提供用餐的一种餐饮服务模式。它具有菜品供应集中、服务时间短暂、消费人群固定、产品价格较低等特点, 是民众日常生活的主要饮食方式之一, 是中国餐饮行业的重要组成部分。随着经济与社会生活水平的提高, 团餐在中国经历了一个从无到有, 从小到大, 从同质化到特色化的发展历程。

改革开放之初, 团餐主要以单位食堂的形式呈现, 以吃“大锅饭”为主, 团餐主要实施体制内经营管理, 菜品单一, 创新性、特色化不强。同时, 在单位食堂之外, 部分餐饮企业开始制作、销售价格低廉、食用简便的盒饭, 受到许多上班族的喜爱, 但盒饭基本上是小作坊生产, 不成规模, 食品卫生条件差。

20世纪90年代以来, 中国团餐迎来了快速发展期。打破计划经济的束缚, 众多专业化的团餐企业应运而生, 团膳的概念已出现, 更加注重消费者的营养健康。团餐改革步伐不断加快, 团餐市场化、社会化、企业化成为发展趋势。

进入21世纪, 中国团餐步入创新繁荣期。团餐企业规模化、产业化、标准化程度越来越高, 品牌效应显著, 出现了一大批知名团餐企业集团, 如:千喜鹤、德保膳食、健力源、快客利等, 他们引领着团餐行业的发展。

如今, 中国团餐市场规模已达万亿, 约占全国餐饮总收入的三分之一, 还在以每年两位数的速度增长。中国团餐在现代化、规模化、标准化发展的同时, 愈发追求特色化, 努力打造营养、健康、时尚、个性的团餐食品, 注重满足消费者多样化的饮食需求。如:大学食堂的黑色料理, 地方特色美食航空餐, 小吃化团餐等就是典型代表。四川团餐要想加快发展必须要顺应团餐特色化发展的趋势。

2 四川团餐实施特色化发展战略的必要性

¹**基金项目：**本文为四川省哲学社会科学重点研究基地——川菜发展研究中心项目“四川地区团餐发展基本现状及对策研究”的阶段性成果(CC17G07)。

作者简介：郑伟, 男, 四川旅游学院烹饪学院副研究员, 主要从事饮食文化及餐饮管理研究。

2.1 大众化餐饮消费时代,民众餐饮消费需求趋于个性化、特色化

团餐作为社会服务业,始终树立“顾客至上”的经营理念,将顾客的饮食需求爱好作为企业发展的根本方向。当前,大众化餐饮消费正旺,民众不再满足于吃饱,而更加追求吃好、吃出营养健康,吃出文化品位,吃出个性特色。各种社会团体营养需求不同,口味各异,饮食消费心理有别,必然推动着团餐聚焦目标客户群,实施差异化经营,设计开发更多特色化团餐产品。

2.2 四川团餐同质化现象比较严重,产品创新性、特色化不强

四川团餐作为全国团餐版图的重要组成部分,近几年来,得到了较快的发展。据中国饭店协会提供的行业报告数据显示,2017年,四川餐饮收入达2487.8亿元,同比增长12.4%。其中,团餐发展速度最快,营业增长速度近30%。在看到发展成绩的同时,我们更应保持清醒。四川团餐基础薄弱,起步较晚,品牌影响力较低。据调查,中国团餐100强中,四川本土只有1家,成立10年以上的团餐企业仅占团餐总数的10%。实力的差距限制了四川团餐规模化、特色化发展,导致四川团餐产品较单一,同质化严重。

同时,四川团餐市场主要由全国大型团餐连锁与本土团餐企业构成,大型快餐连锁店将发展重点瞄准东部经济发达省份,往往全国统一开发、推出团餐产品,不太重视挖掘四川团餐特色。四川本土团餐企业由于规模小,现代化程度低,综合竞争力弱,在努力降低经营成本的同时无力进行产品创新、升级,导致团餐产品品质较低,更新换代滞后,团餐服务与环境很难上水平。

2.3 特色化是四川团餐打造品牌文化,提高企业核心竞争力的需要

中国团餐市场竞争日趋激烈,四川本土团餐竞争力较弱,如今,很难通过大规模连锁,粗放型的增长来提高团餐实力。大众餐饮消费进入品质化、个性化时代,四川团餐只有不断迎合民众消费心理,狠抓产品质量,推动内涵式发展才能在竞争中决胜。特色化是四川团餐内涵式发展的方向,四川团餐要充分挖掘利用本土资源优势,有效与四川文化元素相结合,实施错位发展,建立本土特色团餐品牌,才能真正提高企业核心竞争力,顺应中国团餐发展趋势。

3 四川团餐特色化发展措施

3.1 开发创新更多团餐特色产品

产品特色化是四川团餐特色化发展战略的核心内容。四川团餐要开发特色餐饮品必须与消费者的饮食需求相结合,必须与四川资源优势相统一,才能使特色餐饮品有市场活力,保持持久竞争力。

一是实施精品路线。民众对团餐传统观念认为:团餐档次低,品种单一,口味平淡,只能满足日常饮食的需求,与美食差距较大。当今团餐企业谁能打破民众对团餐的传统认识,开发、推出精品团餐、美味团餐,谁就能抢得团餐市场先机。四川团餐可努力向小吃化方向发展,将四川品类丰富、风味独特的特色小吃融入团餐产品开发,满足民众对四川小吃的饮食需求。四川团餐还可以充分利用网红短视频,打造网络爆款美食,推出节日特色美食,将某一款餐饮品做精做细,突出特色,快速提高团餐品牌的影响力。

二是实施差异化路线。大众化餐饮消费时代,民众的饮食需求千差万别,丰富多彩,四川团餐要开发特色餐饮品一定要瞄准目标消费群,挖掘他们差异化的消费需求,开发出更多个性化团餐产品。如,学校要重点设计学生特色营养餐,医院可推出病人康复营养餐,部队团餐要满足士兵大运动量训练后体力恢复的需求,会议团餐要体现营养丰富,方便快捷的特点。消费者的特需是团餐产品特色的前提与基础,团餐产品特色是实施差异化战略的必然结果。

三是实施融合发展路线。四川团餐可与川菜文化相结合,打造特色川菜团餐产品,建设川菜团餐品牌,如:四川顺心团餐企业

主打川菜牌,致力于做川派团膳,形成了产品特色,发展态势良好。四川团餐可与地方特产相结合,打造各地美食团餐,如可设计:剑阁豆腐特色美食团餐、安岳柠檬特色美食团餐、眉山东坡特色美食团餐、自贡盐帮菜特色美食团餐等,满足消费者对四川地方美食的追求。四川团餐还可与川茶、川酒、川剧、大熊猫文化、天府文化、四川旅游文化等有机结合,在餐饮品的设计、生产、包装、销售等各环节充分融入四川文化元素,真正体现团餐的四川特色,凝练四川团餐特色品牌。

3.2 努力实施团餐特色管理与服务

管理与服务是团餐企业发展的动力因素和保障条件。四川团餐要积极探索并推行科学的管理与服务模式,建立现代企业管理制度,实施精细化管理。在此基础上,努力实践特色化管理与服务,增强企业的人文关怀,进一步拉近企业与员工、企业与客户的感情,这对提高四川团餐的凝聚力和向心力,凝练企业特色文化,推动企业持久发展具有重要作用。

当前,员工频繁流失是制约团餐企业发展的突出问题。四川团餐可以在人力资源管理方面多创新、出特色,来有效预防员工流失。如:不断加强员工的培训,提高员工的职业能力,来缓解员工的职业压力。实施岗位流动机制,预防员工职业倦怠。建立健全员工晋级与薪酬制度,扩充员工的提升空间,帮助员工实现职业理想。定期举办联谊活动,让员工感受到企业对其的关心,感受到企业大家庭的温暖。对员工的特色管理能够使四川团餐留住人才、聚拢人才,提高企业的生产效益。

特色化管理还可以运用到企业生产经营方面。四川团餐可以改变传统手工作坊式生产模式,建立中央厨房,实行统一生产、运输、销售;加快建立健全团餐企业标准体系,实施标准化管理;突出企业经营特色,瞄准目标客户消费群,形成特色经营优势。特色管理能够形成企业竞争优势,提高企业生产效率,也是四川团餐扩大对外影响力的重要因素。

现代社会,消费者非常注重团餐服务,优质、便捷、温馨的服务是吸引消费者进行饮食消费的主导因素之一。四川团餐要不断提升餐饮服务水平,形成企业的服务特色,注重对消费者的关心,增强消费者愉悦用餐体验,这样才能不断扩大市场,赢得消费者的口碑。

一是餐厅装修硬件服务方面突出特色,可以有效融入四川元素,体现四川文化特色;可以打造成主题餐厅风格,注重色彩、音乐、灯光及餐饮器具的整体搭配,做好和谐统一,主题突出;还可以充分利用人工智能技术,推出智能机器人餐厅服务,满足消费者猎奇心理。

二是在消费软服务方面突出特色,餐饮服务人员要对消费者态度友好,真心服务,将消费者当做朋友,及时提供用餐帮助。同时,要经常给消费者一些额外的惊喜,比如:过生日时寄送生日卡片,节假日用餐实施打折销售,实行菜品免费品尝等。

另外,还可以运用现代化信息手段,开发功能齐全的团餐 APP,消费者能够进行网络点餐、消费,能够及时了解团餐企业文化、美食推荐、美食导航、进行美食点评等,不断提高消费者时尚便捷的用餐体验。

3.3 凝练、打造四川团餐企业特色文化

文化是团餐企业的精神与灵魂,是团餐企业凝聚力和创造力的基因,是团餐企业长久发展的根本保障。

首先,四川团餐要全面、深入认识企业文化的内涵。企业文化不仅仅只是一句企业口号或宣传语,它是一个多元化、系统化、整体性的概念,包括了企业愿景、企业精神、企业价值观以及服务理念、经营理念、质量理念、人才理念、培新理念、行为准则等等。四川团餐要全面整体把握企业文化,努力使企业文化各要素有明确、统一的精髓,与企业精神相一致,能够成为企业全体员工的道德规范和行为准则。

其次,四川团餐打造企业文化可与时代精神相结合。时代精神是民众思想的主旋律,具有强大的号召力和凝聚力,是企业文化的根本发展方向。四川团餐文化要坚持以习近平新时代中国特色社会主义为指导,努力践行社会主义核心价值观,坚持“创新、协调、绿色、开放、共享”的发展理念,弘扬大国工匠,才能使企业文化真正融入时代精神,顺应社会发展趋势,保持旺盛的生命力。

同时,四川团餐企业打造特色文化要与四川文化结合起来。四川文化是千百年来四川人民勤劳和智慧的结晶,是中华文明的重要组成部分,具有鲜明的地域特色和文化识别性。四川团餐文化一定要突出四川特色,要从“创新创造、优雅时尚、乐观包容、友善公益”的天府文化中汲取营养,要与“开放包容、崇德尚实,吃苦耐劳、敢为人先,达观友善、巴适安逸”的四川人文精神相一致,这样四川团餐企业文化特色就能鲜明表达出来,能够满足四川民众的文化认同与期许。

最后,四川团餐特色文化打造要与企业品牌建设结合起来。品牌是企业文化的内核,四川团餐企业要注重打造企业特色品牌,利用现代传媒手段加强品牌的宣传和营销,实施错位发展,做好人无我有,人有我优,人优我特,让特色品牌成为企业发展文化特色的根本保障。

参考文献:

- [1]雷敏.团餐占我国餐饮市场三成份额\[N\].中国食品安全报,2016-5-12(B04).
- [2]中国饭店协会.中国餐饮业2018年度报告\[EB/OL\].<http://www.chinahotel.org.cn/forward>,2018-05-10/2019-9-12.
- [3]杨铭铎,郑雪.中国团餐企业区域分部的现状及影响因素分析与对策思考\[J\].扬州大学烹饪学报,2014,(1):40-43.