大酒店家常宴

酒店转型：冰火两重天

高第街56号港式餐厅杆石桥店每天来吃饭的人总是排排的还要等座位

4月1日晚上七点多，皇宫大酒店硕大的停车场上空空荡荡，就餐的车辆比以往少了很多

□本刊记者

“高”处不胜寒

2013年1月20日，中共中央办公厅发出通知，要求各地区各部门贯彻落实习近平总书记厉行节约、反对浪费的重要批示。一时间，一场厉行节约、反对浪费的行动在全国展开。

在中央八项规定之“厉行节约、反对浪费”的餐饮新风下，受冲击最大的莫过于那些高档酒店。

据济南市有关专项行动的现场检查结果显示，大型高档酒店(会所)会议和就餐的订单明显减少，营业额同比减少60%左右，高档酒店遭遇“严冬和春寒”。

面对强劲刮起的“餐饮新风”，舜和国际酒店受公务接待减少的影响，日均营业额从50万元下降到20万元左右，每天亏损10万元以上；军悦大酒店自政策出台后，有机关事业单位的7个年会全部取消，企业年会也有退订现象……。皇宫餐饮集团总经理张友和坦承，酒店约三分之一的客源来自单位团体，目前这一部分消费减少得很明显。

以鱼翅皇宫、鱼翅皇为代表的高端“皇字号”以前是济南人轻易不敢进的高端奢华酒店，人均消费五六百元很正常，一桌动辄上万元也不稀奇。包括后来又开的鹊华居和皇家花园也是如此高端，那时的皇宫集团，甚是张扬。

鱼翅皇的繁华遭遇“严冬和春寒”，对此，皇宫餐饮集团一位老总王永远说：“由于‘鱼翅’、‘皇宫’这样的字眼跟当前政府倡导的清廉节俭之风格格不入，十几年打造起来的金字招牌不再是招揽客人的法宝，反而成了负累。在公务接待和私人聚会中，一些人开始主动回避鱼翅皇宫等高档酒店。”

皇宫餐饮集团总经理张友和坦言，建店之初，本想做成“济南市民的食堂”，但后来由于各种原因及丰厚利润的诱惑，酒店不知不觉中向高端消费提升。在年初开始的严控公务宴请的消费环境下，皇宫大酒店受到了一定程度的冲击。

新大明湖的扩建开放，吸引了很多高端酒店沿湖开店，如湘鄂情怀、净雅、微山湖鱼馆、鹊华居、润泽园等很多大型品牌餐饮。但之前位于这个区域的“湘鄂情怀”却悄然停业关门了，至今，尚未营业。原店面门口醒目显现着硕大的“招租”电话。究竟是经营不善还是另有隐情？

一位烹饪协会的副秘书长认为，高端酒店遇冷，如果不采取降价、转型、真正亲民等措施，一个高档酒店就可能三个月后倒闭。

“餐饮新政”去除了公款吃喝的风气，逼迫这些“吃惯皇粮”的大店转型。

明湖路上的湘鄂情怀关门停业待租售

恒隆广场茉莉餐厅门口等座的食客

转身遇到“亲”

公款吃喝减少了，酒店降价促销了。事实证明，高档酒店的革新转型，只有真正降低身段“亲民”，才会充实新客源，面子消费正渐渐被摒弃，大众消费则开始红火。

之前对普通市民一直有神秘色彩的南郊宾馆也开始直面挑战，大胆尝试由政府公务接待向社会商务接待转变。

“这是我们酒店转观念、走市场，面向大众的一个重要举措。我们保证服务质量不打折，把老百姓当做贵宾来接待。”济南南郊宾馆总经理马玉科表示。

据了解，针对不同的消费者需求，南郊宾馆推出了多种不同价位的活动套餐。如：踏青赏花休闲娱乐一日游，48元/位，含电影、游园、游泳三项内容；588元的两日双人游，含豪华标准间一间，欢迎水果1份、自助早餐2位、自助午餐2位、电影2人次、游泳2人次、游园2人次、垂钓7折优惠。

天外村酒楼为体现更亲民的价格，推出了三款家庭欢聚经济套餐，其中现价288元的3-4人桌餐，包含两道凉菜和软炸虾仁、胶东鱼锅、蒜香小堂排等五道热菜和三鲜水饺一盘；天外山庄的“实惠渔家乐”一款5-6人的桌宴，现在仅需299元，可谓实惠丰盛。

丽天大酒店现在的亲民特色是自助火锅、家常菜，推出性价比高的菜品菜谱，以中低档大众消费为主。二楼零点厅推出每日三款特色特价菜，让您用最少的钱，吃到性价比最高的菜品；野菜美食节还可让您品味大自然的新鲜；特价宴会套餐、火锅套餐，满一千元即送自助餐券。

采访中，记者还了解到，山东新闻大厦推出的4人家庭套餐现价仅有280元！包括精美双味碟、椒盐大虾球、新闻果木烤鸭、土豆炖排骨、特色砂锅焖鱼、水果拼盘等，节假日通用！还真是挺实惠！

吃饭已经融入了百姓生活的方方面面，很多事情都会跟吃饭牵扯上，很多事情总要放在饭桌上才能进行。餐饮最终的本质是吃，消费者在餐桌上最关注的，还是能花不贵的钱吃到自己想吃的饭。做到做好了这一点，一个餐厅、酒店才会有持续的生命力、才会不断发展。

擅打大众牌

餐饮业个人消费的时代已经来了。对此，有业内人士指出，个人消费将是未来餐饮市场的主流。谁能控制成本，最大程度让利顾客，谁就能赢得未来的大众餐饮市场。

3月29日中午，杆石桥高第街56号餐厅已是座无虚席，还有一些等待翻台的顾客。

“在这里消费的基本全是大众消费者，既有各种白领、蓝领，也有周边商户人家的宴请，还不乏一些附近的学生和老外。”该店的李总这样说到：“高第街的菜一直都很平民化，港式口味多年来很受各类食客的喜爱。”

不止高第街56号港式餐厅，老牌坊的鲁西南味、城南往事的济南味、还有皇城根的老北京味....这些大众消费的亲民特色餐厅，不同风味菜肴体现了它亲民的口味和价格，多年来始终深受百姓喜爱。

无独有偶，茉莉餐厅、巴山夜雨酒楼等，这些原本就亲民的大众消费品牌餐饮，从春节前后至今，生意始终火爆。恒隆广场里的茉莉餐厅，几乎每每去都会看到火爆的等座场景，其亲民美食的吸引力可见一斑。该店品牌经理张小姐说：“茉莉的港式融合菜定价合理，很是亲民。连‘那一年秋天的茄子’、‘江雪糖醋小排’、‘爱情麻辣烫’等菜品的名字都让人感受到了不一样的亲民饮食文化。”

这些座无虚席，常有等座翻台的亲民餐厅，常有一二十元左右的菜品及10元以内的小菜，还有那些可点半份的特色菜品、半价菜品等，这才是亲民的大众消费。

对此，山东凯瑞酒店管理有限公司董事长赵孝国说：“禁止的是餐桌上的腐败和浪费，而不是大众百姓的正常消费。”凯瑞旗下的全国50多家门店的数据显示，今年前两个月，销售额同比上升了近60%。在赵孝国看来，餐饮的本质就是让老百姓吃好，他最初就把旗下的各个品牌餐厅定位于亲民，十几年来，大众消费的价格始终没变，但菜品的升级、制作、口味却始终在不断创新、升级。

天外山庄推出的亲民套餐受到大众关注

八方评说：亲民不简单

亲民不是喊口号

被过去公务宴请“宠惯”了的这些高档酒店，能不能好好的放低身段，不仅仅是把几个单品菜价降低，不仅仅是喊出一句亲民的口号那么简单。

◆对于皇宫餐饮集团也开打“亲民牌”，食客也是众说纷纭。

张先生：皇宫大酒店目前均价1800元左右的婚宴，还说什么亲民？相当一部分婚宴其实并不太注重菜品本身的品质、营养的搭配以及饮食的安全，似乎更多的是“面子”、“礼尚往来”等人情方面的因素。

刘女士：最近全家去皇宫大酒店吃了一次，环境挺高档的，就是有点小贵呀，如果是没钱的主还是少去吧，平时的话谁吃得起呀。称鱼的时候服务员报的斤两比实际重的太没谱了，一下就被我们识破了……不诚信。

孙小姐：其实皇宫的菜，味道一般，没什么特别的，特色菜一个没记住。菜品摆得都跟盆景似的，但真心吃不太饱！

刘先生：听说皇宫大酒店的厨师和服务员大裁员，厨师又换了吧？一些吃顺嘴的菜味道又变了，菜品和服务和净雅这些品牌还是差距非常大的。

◆消费者点评山东舜和国际酒店：

宋先生：这家的价格有点小贵，但是请客还是挺好，不过也没有太多特色。喜欢吃剥身拼盘，就是价格高，不适合工薪族消费。朋友婚礼、商务用餐什么的又去过几次，菜的口味普普通通。

张小姐：有128.168.198套餐，点的328套餐，量少，味道也一般，没有那种唇齿流香的感觉，但是环境确实很好，就是价位不太适合家庭聚会，点了几个菜没有一个记得住的。

潘小姐：从环境到饭菜，从装修到服务，很气派，就是上菜速度有点慢。松鼠桂鱼！点菜的时候服务员姐姐说问问厨师能不能做，不能的话就清蒸，最后上来的是松鼠桂鱼！就是没松子……

◆食客评说湘鄂情怀：

马先生：我喜欢吃辣，过去常去大明湖边的“湘鄂情怀”，后来发现怎么关门停业了呢？后来改去湘鄂情怀体育中心店，这里停车还算方便，但是菜的味道真的一般，不如以前吃的，双色鱼头感觉不好吃，价格还有点贵，服务员比较少，服务也不太好，最后一个菜上的非常慢。

孙小姐：和朋友团购去的“湘鄂情怀”，总体来说一般，鱼头没有入味，有土腥的味道，看样子不像新做的，剁椒的颜色都那样了！还有，服务员根本不上心，再一个是团购的更不上心，我和朋友都很失望。

专家阐述转型经

面对大酒店的遇冷转型，纷纷开打亲民牌这一行业现象，可谓是众说纷纭。“外行看热闹，内行看门道”，看看我们的有关专家又是怎么说的。

●济南市旅游局局长王铁志：以前，星级酒店或多或少有些“高高在上”，像济南，驻地机关单位多，高端酒店是“皇帝女儿不愁嫁”，现在不行了。加强营销对高端酒店是必修课，“节俭亲民”将成为大酒店转型的契机。个人消费具有广泛的大众基础，高档酒店转型才会有长远的发展。

●山东大学旅游管理学院副教授王晨光：要解决大酒店和老百姓的疏离感，降价或者采取其他应急措施或许会有效果。而背后更需要解决的是市场定位问题，要对市场有一个更全面、客观的了解，将酒店的受众由高端群体转变为普通市民，给普通市民一定的消费空间。

●山东旅游学院烹饪系副主任赵建民：首先是要主打种类丰富的平价菜品，减少高价菜品的数量，在价格上做到亲民，让大多数消费者能够消费得起。高档酒店要转变以往高端、高档的定位，多增加一些团购、会员优惠等面向大众的促销活动，通过宣传，向市民传递一个明确的信号，高档酒店也能让你在这里花不多的钱，吃得一样好。

●中国烹饪文化大师、中国高级美食营养师孔润常：高端酒店并不是以后就不经营高端餐饮了，而是要转变经营理念，注重食物的本质。要坚持精品菜肴的核心价值，即好吃养生。高端菜品不只是燕翅鲍参，而一定是好吃的、味道纯正的，营养搭配全面均衡的，而且是有文化的、时尚的。