

“节俭风”劲吹,圣诞晚宴变“淡”

各酒店力推“个人自费”;酒店餐饮从业者坦承,洗牌已开始

本报记者 王震 孙丽娟

往年,各酒店都要推出价格不菲的圣诞餐,今年却大不同:“节俭风”劲吹,一些酒店的圣诞餐已成过去。从业者坦承,酒店餐饮洗牌已开始。

“圣诞”晚宴变“淡了”

商家最爱过节,圣诞离我们虽远,但不妨碍各大商场一如既往借“圣”造势。但酒店的“圣诞经济”却发生了从内容到形式、从营销手段到定价策略的彻底变化。

“今年只准备举行简单仪式,比如扮圣诞老人发糖,不再办晚宴。”丽园大酒店的宋经理一语概括了今年的“圣诞餐”。宋经理介绍,去年圣诞节前,18个包间天天爆满,今年最多一天不过14桌,还包括50-60元工作餐。

阳光大酒店也同样低调。“去年这时,12个包间已被订,今年到现在只订出一个。”餐饮部刘经理坦言,圣诞节订餐不理想,至于元旦大餐、年夜饭,更不见单。

以往,威海卫大厦每年都在12月24日、25日举办圣诞晚宴,圣诞

策划投入达20万元左右,投入大,回报也多,能吸引很多客户。但今年威海卫大厦只在24日承办圣诞晚宴,策划投入仅10万元左右,连续举办5年的圣诞点灯仪式取消。唯一不变的是,今年,大厦圣诞晚宴还是每位1088元或1188元,而且已预定出85%的餐位。

更有酒店退出本年度“圣诞晚宴”。市区昆明路一酒店大堂,连圣诞树都没有,冷冷清清。前台一工作人员说,今年不接受圣诞节订餐。

圣诞餐总量下降,消费者也变了。丽园大酒店宋经理介绍,以往,圣诞晚餐主要是单位买单,“多是单位聚餐”,而今年九成以上是家庭聚会、朋友宴请、生日派对等,“都是个人自费”。



▲在阳光大酒店内,酒店推出优惠活动吸引顾客。记者 王震 摄

回归大众消费才是生存王道

餐饮业大环境不景气,各酒店除降价,还想尽各种招数“取悦”消费者,其中最吸引顾客的莫过于菜品创新。以阳光大酒店为例,他们今年推出了“绿色、养生、健康”为主题的圣诞大餐,打乱菜系、增加品种、荤素重新搭配,推出特色餐饮。

“节俭风”下,各酒店的存在必要性显露出来,不得不走大众路线,服务普通百姓。市区某酒店的酒水定价策略发生改变,酒水

利润由原来的20%-27%降至现在的17%以内,市区某酒店则从今年7月开始推出“平价酒水”,酒水价只在市场价基础上加价10%。

以往“禁止自带酒水”、“开瓶费”、“包厢服务费”等要钱项目,纷纷不见了踪影,有些酒店不仅允许客人自带白酒、红酒,甚至允许顾客自带啤酒、茶水。“菜品的利润低,酒店主要挣酒水的利润,以前酒水利润最高能达到近半。现在允许客人自带酒水,这在以

前是不可能的”。

一酒店经理说,现在不仅允许客人自带酒水,甚至还会主动赠送酒水。他坦言,餐饮业洗牌已经开始,酒店要想活得好,就得回归市场原位,因为市场才是最可靠的利润来源,百姓消费最理性,吸引住了最理性的消费人群,才能让酒店获得最可靠的利润,也会因此推出最有竞争力的菜品和服务,所以,酒店餐饮回归大众消费,才是生存王道。

“只要客人能来消费就好”

阳光大酒店的圣诞自助餐往年每位200多元,今年降低“身价”定为每位168元,网上团购价更是低至每位150元。“若销售情况不尽如人意,还可能再往下调价,调到每人100元的标准也极有可能。这样的话,菜品内容也会有相应变化,不然只能赔本赚吆喝。”餐饮部刘经理说。

在丽园大酒店,圣诞晚宴价

格抛开往年最低消费120元的规定,主动降低门槛,甚至可以接待60元的工作餐,还积极推出40-50元的低价套餐。宋经理坦言,今年餐饮业的大形势不容乐观,为多招揽顾客,只能放开各种限制,“只要客人能来消费就好”。

市区纪念路附近一酒店往年生意火爆,门口停满车,但今年这家酒店却已停业。



学府华园

INSTITUTION MANSION

静邻学府 智慧传承

责任国企,青年置业购房补贴活动盛大启幕!

青春启航

学府华园圣诞惠!



即日起加入“云华置业会”，享受婚房置业基金



墅质优雅



城市中央



奇石护园



欧式风情



量身定制



书香文韵



山海龙脉



高知门第



精工国企



卓越服务





53000099

项目地址: 哈工大(威海)东门
实力开发: 云华地产 全案营销: 金利通房产

本广告图文资料仅供参考, 不作为最终合同依据, 一切以最终签订合同为准。