湘鄂情等高端餐饮陷转型困局

做不起中低档

■ 叶碧华 报道

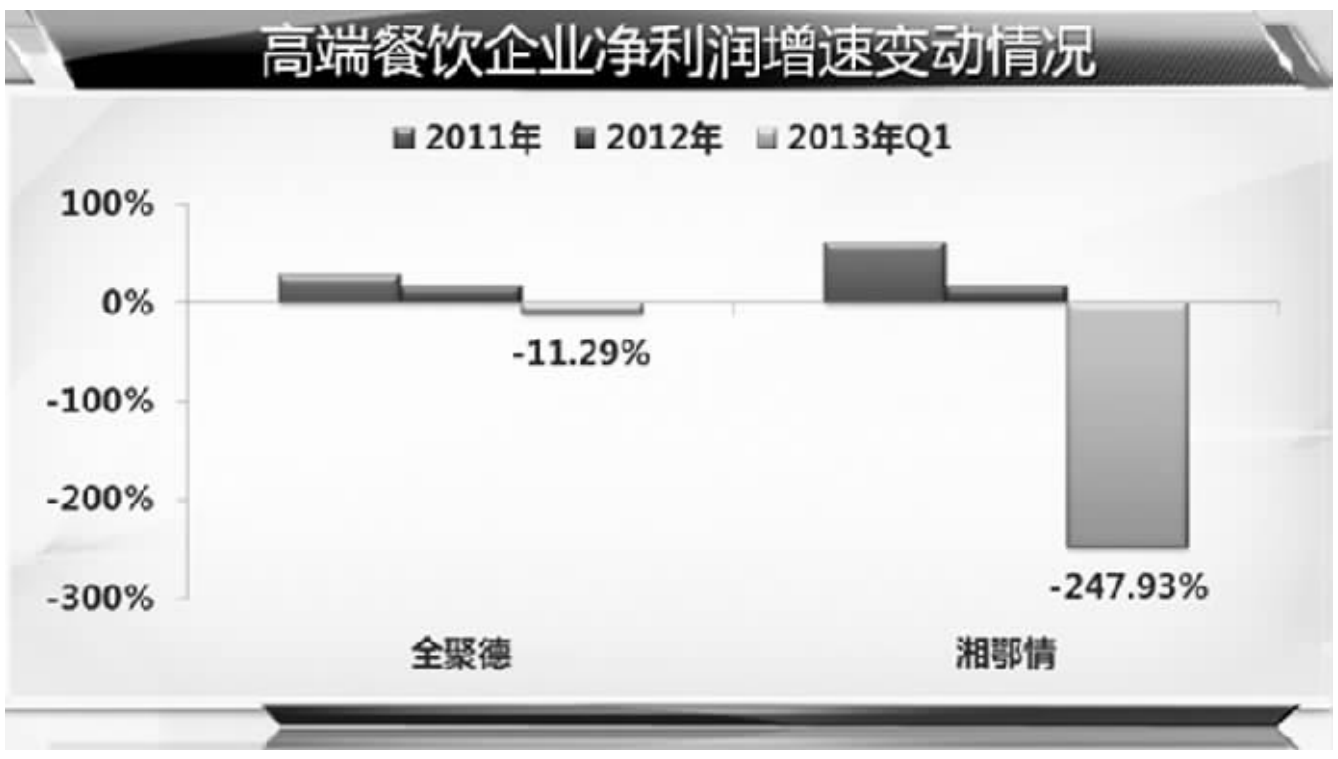
在“国八条”、“限制三公消费”等政策冲击之下，高端餐饮的转型备受关注。而随着各大餐饮上市公司陆续公布一季报，这份转型成绩单初步见分晓。

其中，在四家国内上市的餐饮企业中，湘鄂情因转型得力，一季度实现归属于上市公司股东的净利润为 360419 万元，同比增长 156.69%；西安饮食实现净利润 549.83 万元，同比增长 720.3%；而全聚德和易食股份净利润则同比下降 17%和 12.3%。

另据小南国最新发布的财报显示，2013 年该公司实现营收 13.86 亿元，同比增长 4%，但净利润却大幅下滑 99.4%至 67.1 万元。

此前，高端餐饮纷纷转型大众市场，但效果却不尽如人意。在广州市饮食商会会长区又生看来，从短期来看，部分高端餐饮企业还可以通过降价维持客流，但从长期来看，受成本的压力，高端餐饮“做不起中低档”。

“面对人工成本高、铺租高、水电费高、原材料成本高，以及消费低的市场，餐饮业未来必将回归理性，高端餐饮将面临剧烈淘汰。”区又生说。



高端餐饮现关店潮

中国烹饪协会发布的最新报告显示，2013 年全国餐饮收入 2.5 万亿元，同比增长 9%，增速创 21 年来最低值，其中高端餐饮受挫最为严重。二三线城市市场平均降幅超过 30%，而北上广深等一线城市，高端餐饮业绩也普遍下滑超过两成。全国餐饮企业月倒闭率高达 15%，整个餐饮行业陷入 2000 年以来除非典时期之外的最低谷。

据不完全统计，去年仅在广州珠江新城 CBD 地区的高端餐饮由于消费遇冷而闭门歇业的不下 10 家，“幸存者们”则以团购或降价促销艰难度日。

全聚德 2013 年年报显示，受公务消费缩减及市场环境不利影响，全聚德全年营收 19 亿元，同比下降 2.13%；实现净利润 1.1 亿元，同比大幅下降 27.62%。其中，北京大兴店、重庆店、长春店、青岛店、常州店、郑州店、沈阳店、合肥店等门店均处于亏损状态。

早在去年 12 月，全聚德已经开始对亏损门店进行调整，并通过经营性资产重组的方式关停了新疆全聚德乌鲁木齐天山大饭店。全聚德证券事务部代表唐颖近日在接受媒体采访时也透露，未来该公司将根据门店的经营情况，不排除有关停门店的计划。

事实上，多家餐饮上市公司去年都普遍遭遇到关店潮。为了止损，去年湘鄂情先后关闭了 13 家门店，并对北京西单店面积进行缩减，但最终仍然录得 5.64 亿元巨额亏损；而在港上市的高端餐饮品牌小南国也先后关闭了 8 家资产老旧以及选址失当的门店，去年该公司净利润 67.1 万元，同比下滑 99.4%。

“伴随餐饮行业的日趋成熟，高端消费与低端消费群里都在往中端市场转移。接下来几年中端市场将更加兴旺，优胜劣汰也会更加剧烈，餐饮企业的大洗牌也会继续下去。”探鱼营运总监郭勇表示。

转型困局

区又生认为，“薄利多销”的规则将重新主导餐饮市场，面向个人和家庭消费者的大众化餐饮市场依然有机会，集约化、创新型发展路径是餐饮企业生存的王道。中国烹饪协会副会长边疆预计，餐饮业的寒冬将持续一段时间，企业要做好长期过冬的准备，积极转型。

事实上，高端餐饮纷纷“放下身段”转型大众市场。以湘鄂情为例，早在去年 2 月便宣布改变以往中高端市场定位，全力进军大众餐饮市场。

但经过一年的试水，从目前各家餐饮企业公布的一季报看来，高端餐饮要转型大众市场并不如想象中容易。全聚德董事长王志强在近日举行的股东大会上坦言：“经过半年多的思考，全聚德做大众餐走不通。”此话一出，引发了业内对高端餐饮转型的思考。

湘鄂情在年报中表示：“由于酒楼业务的高房租、高长期待摊费用（主要为酒楼开办装修投资）、高人工费用，使得公司在由中高端餐饮业务向大众餐饮业务转型过程中盈利非常困难。”据了解，环保业务是湘鄂情一季度扭亏的主要原因，若剥离其子公司合肥天焱生物质科技有限公司一季度净利润 4015 万元，该季度公司的餐饮业务仍然是亏损的。

今年 5 月 25 日，湘鄂情宣布与上海瀛联体感智能科技有限公司共同出资成立上海爱猫新媒体数据科技有限公司。这意味着，湘鄂情将逐步将餐饮业务剥离，未来主营业务将转变为新媒体、大数据、环保。此前，湘鄂情已收购了两家环保公司以及笛女影视的 51%股权。

而小南国也在近日宣布进军西餐，计划在上海开设一家 theboathouse（船屋）主题西餐厅。目前该公司旗下品牌包括“上海小南国”、“慧公馆”、“南小馆”和“小小南国”，后两个品牌面向大众餐饮市场。小南国董事长王慧敏表示，小南国非常看好面向个人及大众家庭消费市场品牌的未来发展。

去年 10 月，小南国曾推出网售新鲜服务，将平日配送工厂和餐厅的生鲜制成半成品在网上明码实价出售，但由于月销量不佳，至今网上的生鲜配送范围仅限于上海。

探鱼营运总监郭勇告诉记者，随着租金、人工、食材三大成本出现永久性的增长，餐饮企业已经进入了微利时代，因此大众餐饮要有足够高的翻台率才能有利润可言。

“高端餐饮主要靠大厨，连锁餐饮企业想要在保持品质的前提下快速拓展，则要解决标准化的问题。”郭勇表示，在食材的收货标准、切配标准、火温、烤制时间、菜品的摆盘标准等方面都需要严格执行标准化，才能保证较高翻台率。

而这本身与高端餐饮私密性强、消费时间长、菜式选择多样等属性相悖，因此高端餐饮做大众市场往往陷入困局：单纯强调降价来吸引人流，最终却难以抵挡由于地处较高商圈而带来的高租金以及人力成本。

在探鱼营运总监郭勇看来，目前正是大众餐饮品牌快速扩张的好时机，“我们今年将在一线城市及省会城市开 30 多家店。”郭勇说。

用中国梦托起党建新星

■ 记者 樊瑛

山东新星集团创业之初，只有 7 人，但党组织健全，5 人是党员。这种员工结构，使企业从创建之初，就高度重视发挥党组织和党员的作用，着力把党的政治优势打造为企业核心竞争力。目前，企业员工达 7000 多人、总资产 10 亿元，成为全国精神文明单位、全国文明诚信民营企业、全国商业百强企业、全国 4A 级物流企业、山东省重点企业集团，位列全国连锁百强第 37 位；集团党委三次被山东省委命名为省级先进基层党组织。在多年的工作实践中，新星集团深刻认识到，千抓万抓不抓党建就难抓，千难万难抓好党建就不难，只有党旗红，才能事业兴。为此，大力实施三大党建工程，实现了“强党建、强发展”的双丰收。

坚持三个加强 大力实施“组织建设工程”

一是强班子带队伍。24 年来，集团党委成员每天早上 5:30 准时召开早学会，一起学习、读报、唱歌、部署工作，风雨无阻、雷打不动，对党员职工起到了很好的影响带动作用。设立了“党员模范岗”、“党员示范窗口”，所有党员长年坚持佩戴党徽、亮明身份，接受监督。每个党员和团员结成帮扶对子，深入开展“党建带团建”工作.党委成员和广大党员表现出“特别能吃苦、特别能战斗、特别肯奉献”的工作作风，带领广大职工实现了富民强企的新跨越。

二是强组织全覆盖。新星集团下属 33 家企业，党员分布在区内外 46 个单位。要把企业党建工作搞好，必须健全党的组织、开展党的活动。为此，新星集团坚持企业发展到哪里党组织就建到哪里。每建立一个企业、网点，同步成立党组织，实现了从集团总部到经营一线党组织的及时全面覆盖。每成立一个党组织，集团党委就委派或组织竞选一名优秀党员担任书记。目前，集团党委书记、董事局主席一人兼任，2 个总支书记由副总担任，集团党委副书记、基层一线的 10 个支部书记都是专职。三是强制度重管理。从召开会议、教育培训、参加活动、作用发挥等各方面加强制度建设，党建工作与企业经营管理一并量化考核。制定了《党员手册》《奖惩条例》等制度文本 600 余条，形成了“严细新全”的管理特色，从根本上解决工作“不到位、不落实”问题。每季度开展一次党员述职评议，采取自评、互评、点评的方式公开进行。对模范带头作用不强、表现落后的党员点名批评、集团通报、书记谈话、限期整改。去年以来，集团有 1 名副总级党员干部降职，通报批评 39 人，各支部书记与党员谈心谈话 130 余人次。同时，一大批优秀的青年党员走上重要领导岗位。

建设三大阵地 大力实施“党建文化工程”

一是学习培训阵地。始终坚持建设学习型党组织，通过多层面、大范围、新途径的学习培训，全面提升党员职工的整体素质、业务能力和思想观念。先后与山东理工大学、淄博职业学院等院校联合办学，对党员职工进行党的知识、业务技能等科目的培训，增强了全体党员职工的思想政治素质和应对竞争、科学发展的能力。同时，面向全体党员定期组织开展“星级讲师竞聘会”，挖掘培养一批立足企业实际的“星级”讲师，让党员培训的内容更生动具体、更贴近实际。

二是党建活动阵地。集团在所有党支部和驻外企业党小组设立了党员活动室，每年拿出数百万元专项资金组织开展事迹报告会、警示教育会、文艺汇演、岗位练兵、歌咏比赛等党建活动，以及管理规范月、细节督察月、节约增效月、百日安全竞赛等主题管理活动，在全体党员中开展“学名言、唱好歌、读好书、看好电影”主题系列活动，统一了思想，凝聚了力量。

三是宣传沟通阵地。坚持宣传沟通互动，实现合拍共振，用接近愿景式、口号式的目标理念，激励熏陶着每位党员职工在不知不觉中认知、认可、认同、执行。集团办有简报《新星快讯》和《新星报》，各下属单位办有《商厦团报》、《物流风采》，设有醒目的标语牌、黑板报，广泛传播先进党建理念。墙面文化是新星宣传阵地的一大特色。在集团总部及各分支机构，“同志，你想过没有：新星离倒闭还有多久?！”等标语时时给人警示。“创先争优夺红旗、富民强企争第一”，“以文兴企永葆优秀、创新提素跑步前进” 以及“顽强拼搏、团队优秀、创新发展、事争第一、确保安全”等文化理念，引领广大党员职工干事创业、奋发有为，成为企业发展的不竭动力。

搭建三大平台 大力实施“创先争优工程”

一是搭建干事创业的舞台。回顾集团 24 年的创业历程，从创建初期白手起家，到 1998 年确定“三产转二产、低成本扩张、多元化发展”，再到 2000 年制定“连锁经营、超市下乡”及近年来实施的“大物流”、“大品牌”、“大网络”、“大金融”建设，新星集团成为全省惟一一家集“万村千乡”、“家电下乡”、“以旧换新”、“农超对接”等四项惠民工程试点于一身的服务业企业。可以说，集团的每一次重大突破，都离不开党建工作的正确引领。集团的快速发展，也为党员职工搭建了广阔的干事创业舞台。集团党委成员全部是董事局成员，96%以上的党员任集团中层干部。党委成员每人挂靠一个业务单位，具体抓、直接管，与个人业绩考评挂钩。每逢销售旺季、急难险重任务等关键时刻，都派出党员突击队攻坚破难。在集团下属的 476 家连锁店中，涌现了 13 名全国金牌店长。

二是搭建党员成长的平台。在新星，党员最“红”，应聘时优先录用，干部提拔时优先考虑，重大事项讨论时优先参与。集团党委规定，党员大学生进入新星，工资标准比非党员高一个级别；在干部选拔上，把党员作为重要条件优先考虑；集团设有特殊贡献奖、创新奖、服务奖、安全奖，每年拿出一部分期权股票奖励优秀党员和业务骨干，先后有二十余名党员获得住房、轿车重奖。今年以来，为全体干部职工普调工资，出台带薪休假惠民政策。集团建有党员服务站，配备专兼职工作人员 9 名，设立了 30 余万元的互助基金，对困难党员进行“一帮一”救助。为解决困难党员职工的后顾之忧，集团建成了 336 套经济适用房，员工食堂、浴池、图书室等设施一应俱全，让广大党员时刻感受到“家”的温暖，充满成就感、归属感和自豪感。今年，有 169 名优秀青年向党组织递交入党申请书。

三是搭建奖优罚劣的擂台。坚持正面激励与引导，常年举办以创先争优为主要内容的奖励活动与表彰仪式，每年评选“十大先锋共产党员”，上电视、登报纸、上企业光荣榜，激发员工的进取心，增强员工的责任感。对贡献特别突出的推荐到上级表彰奖励。去年以来，共有 33 人次受到区级以上表彰奖励，有的还被评为全国物流行业劳动模范，为员工树立赶超标杆。集团设有政务公开栏、光荣榜、曝光台、劳动竞赛排行榜，对各项工作评出优劣，进行奖罚，形成比、学、赶、帮、超的生动局面。同时，集团党委积极倡导党员参与社会公益活动，累计为公益事业捐款捐物 1000 多万元，体现了强烈的社会责任。

没有党的正确领导和好政策，就没有新星集团的今天。新星集团将继续牢牢抓住党的建设这条企业发展的生命线，以“强党建、强发展”的新成果，为实现伟大的中国梦再做新贡献！

健全城市群 协同发展的协调机制

■ 盘和林

中央将“京津冀协同发展”上升到国家战略，为该区域发展提供了千载难逢的机遇和制度性保障。据悉，由国家发改委牵头编制的京津冀协同发展规划即将上报国务院，预计年内有望正式颁布。长江经济带、泛北部湾经济圈等也都成为近期的中国经济的热点。

有专家指出，实施规划面临的最大难题，就是能否形成一套有力的组织协调机制，来化解各方的利益博弈。毫无疑问，这种担忧极具现实性。通常，“产业转移”是实施城市群协同发展战略的关键环节。然而，相关各方针对产业转移难免各自“打小算盘”，输出地总希望转移出去一些“三高一低”产业，而承接地则更愿意接受一些高端制造业、服务业，甚至创意产业。

十八届三中全会对坚持走中国特色新型城镇化道路、完善城镇化健康发展体制机制进行了部署，强调要“建立和完善跨区域城市发展协调机制”。京津冀区域协同发展涉及两个直辖市和一个省，加之一些央企等重要项目外迁还涉及中央部委及其下属的企事业单位。在这样一个主体多元、规格较高的背景下，如果没有一个强有力的跨区域协调推进机制，去通盘发送构建包括产业对接、交通基础设施、公共服务、生态环境等领域的协调平台，即使各个主体都有协同发展的强烈愿望，在目前地方利益考量和市场分割的情况下，实质性推进也难免遭遇诸多难题。

因此，打破京津冀各主体“一亩三分地”的思维定式，促成抱成团朝着顶层设计的目标一起做，就有必要专门建立一个区域经济一体化的规划和建设协调机构，并赋予相应的规划权、调控权，统筹推进京津冀区域合作重大事项。

有人建议，可在京津冀建立一个市长联席会议制度，或者由中央出面组建一个京津冀协调委员会，来协商解决京津冀一体化发展问题。应当说，这种建议颇具价值。事实上，很多发达国家城市带的良性纵深发展，一个最显著的特征就是，在自身比较优势和竞争优势的基础之上强调分工和定位，而非简单地捆绑在一起。美国的“大都市区政府”就是一个典范。

在美国大都市区发展过程中，由于“地方自治”的传统政治文化，大都市区内部巨大数量的地方政府之间曾存在较为严重的行政区划或行政分割问题，制约着大都市区的整体发展。为协调区域性矛盾，解决单一城市政府无法解决的区际问题，美国在很多大都市区在城市政府之上建立了统一的权威机构——大都市区政府，其主要职能为实施从交通到环境保护的众多规划，并具有联邦和州政府拨款的资金分配权。实践证明，通过都市区政府管理都市区的最大优点是它能够充分考虑到都市区的各种功能联系，有效解决许多公众关注的区域问题，从而有利于促进都市区的政治经济一体化。

说到底，城市群区域内局部利益具有一定的相对独立性，总体利益是各个局部利益的有机耦合而非简单累加。只有区域经济协调发展的利益协调机制建立起来了，才能有效解决地区间的利益冲突，使各地区能够实现相得益彰、共同发展。

在笔者看来，在建立京津冀协同发展协调机制要着重注意两方面：一是区域利益协调机构不仅要采取“大都市区政府”这样的常设形式，还有必要积极培育、支持区域行业组织、民间组织等，以吸纳和发挥民间社会区域协调的智慧和力量，调动各方进行区域协调积极性。二是妥善处理好政府与市场在区域经济协调作用的关系。协调机构毕竟只是区域协调发展的主体组织者，真正具有动力功能意义的是市场机制。市场机制象一只看不见的手沿着比较利益规则引导资源要素的区域流动，通过资源互补、产品互补、产业互补链条，实现区域优势的共增与传递。因此，协调机构发挥作用必须建立在促进区域经济协调发展的市场机制基础上，其主要任务应是培育区域经济协调发展的市场机制和为市场机制发挥作用创造良好的环境，并在市场机制发生失效或出现缺陷时，弥补市场机制的不足，而非大包大揽，统管一切。例如在产业的发展和布局过程中，不要片面按行政区划把可以把某些项目放到某地，而是要按市场规律来办理，该放在哪里就放在哪里，全面发挥出市场在资源配置中的决定性作用。

总之，建立和完善跨区域城市发展协调机制，实现大中小城市和小城镇合理分工、功能互补、协同发展，既是促进我国城市科学发展的内在要求，也是实现新型城镇化健康发展的必然选择。

国药准字H46020636
快克®
复方氨酚烷胺胶囊
请在医生的指导下购买和使用
海南亚洲制药股份有限公司生产
海南快克药业总经销