

# 沈阳培育壮大“新字号”餐饮企业的对策研究

## ——以沈阳串姐餐饮有限公司十四年发展为例

### Research on Countermeasures of Cultivating and Expanding “New Brand” Catering Enterprises in Shenyang

#### —Taking the Fourteen-year Development of Shenyang Chuanjie Catering Co., Ltd. as an Example

任小平

Xiaoping Ren

辽宁经济管理干部学院管理学院 中国·辽宁 沈阳 110122

Liaoning Economic Management Cadre College School of Management, Shenyang, Liaoning, 110122, China

**摘要:** “新字号”餐饮企业的快速发展,对于改善产业结构,促进经济增长,提高人民生活水平,增加就业岗位,保持社会稳定都将发挥重要作用。在深化供给侧结构性改革的同时,“新字号”餐饮企业应以产品创新为基础,树立品牌意识,加大宣传推广力度,促进产业融合,强化政策引导,优化数字基础设施建设,才会为城市建设和发展提供动力。

**Abstract:** The rapid development of “new brand” catering enterprises will play an important role in improving the industrial structure, promoting economic growth, improving people’s living standards, increasing jobs, and maintaining social stability. While deepening the supply-side structural reform, “new brand” catering enterprises should based on product innovation, establish brand awareness, increase publicity and promotion, promote industrial integration, strengthen policy guidance and optimize the construction of digital infrastructure, so as to provide impetus for urban construction and development.

**关键词:** “新字号”餐饮企业; 科技创新; 产业融合

**Keywords:** “new brand” catering enterprises; scientific and technological innovation; industrial integration

**基金项目:** 论文系沈阳市哲学社会科学 2021 年度立项课题“关于沈阳培育壮大“新字号”的对策研究”的阶段成果(项目编号: SYSK2021-01-032)。

**DOI:** 10.12346/emr.v4i2.5345

## 1 引言

“新字号”餐饮企业指的是与“老字号”餐饮企业相对而言的,成立时间较短,没有世代传承的产品、技艺或服务,信誉及影响力不够鲜明,但是管理理念相对较新,并且增加了科技和数字化应用的现代餐饮企业。

辽宁属于与北温带大陆性季风气候,四季分明,餐饮食材极具地方性特色。沈阳是餐饮企业进入东北的首站,人文历史悠久,餐饮资源丰富,民俗特色显著,能够代表东北地区的餐饮特色。“辽宁“新字号”代表科技革命和产业变革

未来的发展方向。”如果沈阳的“新字号”餐饮企业能够把握契机不断发展,政府予以扶持和引导,结合经营理念更新快、适应市场能力强等自身优势,不断扩大产业体量,加大科技应用的深度和广度,将会成为沈阳振兴发展的增量。

## 2 沈阳培育壮大“新字号”餐饮企业存在的问题

### 2.1 餐饮从业者及管理者素质不高,服务意识不够

餐饮企业实体店中,餐饮经营管理者普遍文化素质不高;

【作者简介】任小平(1970-),女,满族,中国辽宁丹东人,副教授,从事写作、茶文化、企业文化研究。

员工临时性、随机性较强，不能形成持续的经营管理；服务人员缺乏主人翁意识；服务意识淡漠，维护和拓展客户能力较弱。与其他省份相比，东北餐饮全国百强企业寥寥无几，不仅说明东北餐饮在经营管理方面存在很大问题，同时说明东北餐饮还有很大发展空间。高素质餐饮经营管理者之匮乏是其中重要原因之一。

## 2.2 餐饮形式同质化明显，营销模式缺乏创新意识

高素质人才比例偏低，致使餐饮产品创新意识薄弱，创意产品较少，同质化现象严重。个性化、艺术性方面创新不足，餐饮产品的附加值较低。疫情及后疫情时期，线上餐饮销售基于疫情的特殊性得以快速发展，中小型餐饮企业特别是快餐速食型经营模式顺应了特殊时期的要求，快速发展。但是一些有地方性特色的餐饮企业没有快速跟进，在线上销售火爆的疫情时期失了先手。缺乏创新意识、网络意识及敏锐的市场嗅觉也是其发展滞后的主要原因之一。

## 2.3 餐饮文化挖掘不深，内涵彰显不足

沈阳有 2300 多年的建城历史，有“一朝发祥地，两代帝王都”之称，处于东北亚经济圈的中心，常住人口近千万。辽宁拥有满族文化、锡伯族文化、朝鲜族文化、回族文化等多元的地域文化，文化底蕴深厚，内容丰富。但是，沈阳大部分餐饮企业没有充分挖掘地域文化的内涵，对民俗风情演绎不够，没有把特色文化有效融入餐饮之中，缺乏鲜明文化主题的餐饮产品。因为没有足够的文化支撑，对餐饮企业的提炼和打造显得单薄。加之对地方特色的餐饮文化、民俗文化宣传不够，沈阳餐饮没有太强的社会影响力<sup>[1]</sup>。

## 2.4 品牌意识缺乏，门店及菜品缺乏设计意识

丰富的山水资源，使辽宁拥有獐子岛海参、盘锦河蟹、丹东黄蚬子、河鱼海鱼、菌菇类等各类特色食材。沈阳还有临近朝鲜，有朝鲜族特色菜式；清王朝发祥地，具有满族特色菜系；回族聚居地“回回营”；回族特色美食；等等，餐饮品类具有一定的民族特色。但是这些菜品菜式没有形成自己的品牌特色和品牌优势，品牌意识薄弱，对品牌建设和市场推广不够重视，从而导致产品市场定位模糊，缺乏竞争力。餐饮门店及菜品的设计创意不够，个性化特色不足，缺乏艺术性；菜式品质参差不齐，难以满足消费者对餐饮的更高层次需求。

## 2.5 经营销售模式单一，不能形成体系

传统模式的餐饮店靠熟人关系勉强维持生意，但发展前景堪忧。虽然信息技术已广泛渗透，但很多餐饮企业宣传推广形式单一，线上线下融合式营销模式利用不足。这种单打独斗的经营模式和相对单一的销售模式，致使企业竞争力、扩张力不强。没有完备的服务体系，没有规范的管理模式，不能多种形式推广营销，不能很好地规避风险，所以一些餐饮门店会经常改换门头，换老板换产品。而且餐饮企业单体店居多，没有形成完善的品牌化、连锁化、规模化经营，影响力不够<sup>[2]</sup>。

## 2.6 企业文化体系不完善，不能形成良好循环。

沈阳的很多“新字号”餐饮企业缺少企业文化建设。餐饮从业人员普遍素质较低，服务人员流动量大，所以企业培训不能有效进行，企业管理无法持久和成梯次地开展，无法形成完善的企业文化管理机制，员工的向心力和工作热情都显薄弱。企业文化建设出现人浮于事、流于形式等现象。企业文化的缺失使企业发展动力不足，缺乏活力，企业管理无法有效开展，增加企业内耗。

## 3 沈阳培育壮大“新字号”餐饮企业的推进策略

### 3.1 引进高素质餐饮管理人才，发挥企业文化凝聚作用

面对餐饮行业素质偏低的问题，沈阳市政府可以引进高素质管理人才，吸纳先进的管理理念。同时，注意把握人心、减少人员流失。沈阳申姐餐饮有限公司很多员工在公司工作近十年，除了管理者个人魅力之外，企业文化的作用不容忽视。企业能够想员工所想，帮助员工解决实际问题；通过企业培训和学习，树立员工企业意识；参股、分红、绩效等模式促进员工与企业的共生关系；引进规范的管理机制进行管理等等。员工有了归属感和责任感，服务意识自然增强。服务是餐饮业的核心竞争力，而服务质量的好坏与学历高低没有直接关系。企业文化可以凝聚人心，减少人员流失，降低管理成本，提高服务质量。

### 3.2 增加餐饮企业创新意识，采用多渠道营销

#### 3.2.1 组建创意团队，提升创新意识

餐饮企业同样需要具有知识技能型和创新型的高素质创意团队做支撑。借助省会优势，从中国和其他国家引进餐饮创意、文化创意的高端人才、专家学者，组建专业化的餐饮创意团队，提供餐饮店面设计、运营及餐饮产品的创意和开发。挑选不同类型的餐饮企业进行重点培训，打造餐饮特色企业。政府可以从门店设计、市场定位、项目策划、产品研发、评价分析、招商运营等方面提供创意支持，对具有示范性和带动意义的重点项目给予扶持，在财税政策、平台技术使用等方面制定优惠政策，鼓励餐饮企业参与创意产品的创建，通过提高创新意识促进餐饮企业形成自身特色

#### 3.2.2 提高科技含量，增加创意元素

随着生活水平的提高，单纯味觉享受已无法满足用户的需求，就餐不仅是吃饭，更是打卡猎奇和氛围享受。中国沈阳市政府可以借鉴具有前瞻性、时代感、成熟化、科技型的创意产品经验，如机器人服务、AR、VR 体验等，提升餐饮的科技含量，将科技理念、艺术创意应用于餐饮体验之中，从而提高产业附加值。抓住消费者的消费心理，通过文化注入、民俗特色、名人效应、品牌带动等方式，对餐饮产品特色进行展现，进而实现餐饮销售及推广的持续升级。通过全息投影打造沉浸式环境，客人在品尝美食的同时，感受声、

光、电、影的完美组合带来的震撼。随着“90”后、“00”后成为餐饮消费主力，更追求用餐的体验性、享受性、独特性、时尚性。所以餐饮企业只有创建好玩、好看、好吃、健康的餐厅，才可能在激烈行业竞争中存活下来<sup>[3]</sup>。

### 3.2.3 运用信息化管理，打造智慧餐饮

借助互联网优势，推动信息技术在餐饮行业的广泛应用，打造“智慧餐饮”。

①在创意产品生产管理方面，菜肴的制作可通过网络进行监控。食材可以追溯产地，可以看到食材的生长环境和生长过程，使消费者真正感受到“吃得放心、吃得安全”，把传统餐饮发展为融生产、生活、生态于一体的现代餐饮。

②在创意产品的效果实现方面，将物联网技术与电子商务融入创意餐饮的内涵建设和文化传播中，由线上线下双模式发展向交互使用推进，规范特色餐饮产品的营销和推介，使消费者从多渠道了解餐饮产品及创意，吸引其餐饮体验兴趣。

③形成线上线下融合消费形式。后疫情时期，餐饮企业不断丰富产品种类，提升服务水平，创新营销思路，坚持线上线下同步、交互发力，通过外卖、团购等方式寻求突破和创新。

④完善售后服务，做好网商与顾客的沟通服务工作，做好餐后评价工作，做好让消费者放心的消费回访服务，通过优秀的信誉度来扩大销售，形成品牌。

⑤支持自媒体平台，关注网红经济。一个李子柒，就能推动柳州螺蛳粉产业结构的优化升级，足见网红的威力。扶持、打造相关餐饮网红店，提升网红餐饮推广者的作品质量，也是政府和餐饮企业需要关注的一个节点。同时要规避网红店“昙花一现”的风险，在产品质量及服务管理方面予以引导，以扶持网红店的可持续发展。

### 3.3 加强文化建设，提升餐饮品质及品味

加强餐饮文化建设，对契丹辽文化、满族文化、锡伯族文化、回族文化、朝鲜族文化等进行合理开发，将历史传承、饮食文化、民族故事、民族歌舞等民俗内容进行加工设计，融入到沈阳餐饮之中。设计具有现代色彩和民族特色的节目，与餐饮发展和时尚元素相结合，形成新的餐饮文化项目。开辟民族特色餐饮主题园，展示民族特色饮食，吸引更多的城市居民参与到特色餐饮的体验之中，让居民既享受美食，又增加了对餐饮文化及历史的了解。例如沈阳回回营、西塔朝鲜族餐饮聚集区，都可以打造成餐饮特色街区，形成区域性特色。而现在，这些地方的街区性特色吸引力度还不够。东北是满族发祥地，如果既可以吃满族传统美食，体验“甄嬛”似的宫廷餐饮服务，体验清朝宫斗剧的场景，也是一种别样的感受。介绍满族文化，增加餐饮体验的内涵。

### 3.4 增强品牌意识，打造特色产品

努力提高餐饮产品质量、丰富产品品类的同时，把一些特色餐饮企业打造成知名品牌。

①深度挖掘沈阳餐饮企业自身的内涵和潜力，进行包装与设计，从店面装修及菜品视觉效果上吸引消费者，在菜式的精细化方面下功夫。

②保证餐饮产品质量。“好吃就是硬道理。”菜品品质做好，本身就是一种营销。而民族传承、民俗故事会起到画龙点睛的作用。

③通过电视广告、电台、报纸等公域流量，进行传统的宣传推广，在主流媒体上增强品牌的影响力；结合大众点评等互联网的传播渠道，进行餐饮企业的品牌宣传。

④注重私域流量的打造。餐饮企业可以通过现有工具，如自营小程序、扫码点餐、微信群、抖音等建立和顾客的连接渠道，通过网络技术手段解决传统的销售难题，把握企业营销的关键，才能保证餐饮企业保有持续不断的生命力。

⑤政府主导扩大品牌影响力。用政府的影响力来增强餐饮品牌宣传力度，提升餐饮消费信心。在做好疫情防控、安全生产工作的前提下，推广具有品牌影响力的餐饮活动，结合不同季节、传统节日、地方民俗等举办具有沈阳特色的餐饮促销活动，都是不错的方法。

⑥开展特色菜品评选活动。举办菜品品牌推广和评选活动，充分调动大众参与的积极性；组织餐饮企业参加中国国际食品餐饮博览会、中华美食荟餐饮技能展示等活动，学习先进经验，扩大沈阳餐饮在省内的影响。

⑦借助旅游的力量，通过辽宁省域内的中国抚顺满族风情国际旅游节、中国本溪枫叶国际旅游节、中国营口滨海温泉国际旅游节、中国盘锦湿地国际旅游周、丹东河口桃花节、大连啤酒节等旅游节庆活动，扩大沈阳餐饮品牌的知名度和影响力，推广沈阳餐饮特色。沈阳“新字号”餐饮企业想要更好发展，必须深入挖掘品牌故事，树立品牌文化，讲好品牌故事，才能在不久的将来成为未来辽宁的“老字号”。

### 3.5 打造单体店创意特色，促进企业加盟连锁

对于餐饮企业而言，单体店要结合自身经营转变快捷的优势，努力打造创意产品，形成特色；完善线上线下混合营销模式，用年轻人喜闻乐见的形式宣传推广；把握消费风向，灵活趋利避害；适应市场消费心理，实现“好吃、好玩”的个性特色。对于一些相关企业，政府可以促进其合作经营的力度和广度，用加盟或连锁的方式覆盖全国，既是北方餐饮向全国的渗透，也是学习各地餐饮经营管理理念和方法的契机。单体店注重品质及特色，加盟连锁店注重强强联手做大做强，以不同形式发展餐饮，才会促进沈阳“新字号”餐饮企业的提升和发展。

### 3.6 完善企业文化体系，实施有效管理

餐饮企业人员流动频繁，增加了管理成本，造成不必要的损耗。企业必须建立完善的企业文化，才能实行有效管理，才能提高服务质量。从沈阳申姐餐饮有限公司的发展来看，可以从企业培训、组织公益活动、完善晋升机制、完善管理体制、明确企业目标等方面入手，帮助员工产生归属感和认

同感,通过企业文化影响员工,培育共同的价值观。同时,用绩效来激励员工规范自己的言行和思想,让员工看到企业的发展,看到自己未来的发展方向。总之,努力建立和完善企业文化,建立员工认可并愿意为之努力的企业文化,才是沈阳“新字号”餐饮企业实现可持续发展的动力。

#### 4 结语

总之,面对沈阳“新字号”餐饮企业存在的问题,沈阳市政府应加大力度促进餐饮企业的创意与更新,帮助企业创建品牌,形成特色,并在信息技术、平台使用等方面予以指导,促进餐饮企业在后疫情时期的发展。在维护和保证老商圈经营的同时,沈阳市政府可以结合餐饮门店数量、购物关键数据、地铁站数量、停车场数量等交通关键数据,分析消费群体的特征,为沈阳餐饮企业商圈选址提供全面的数据情报。

此外,要建立健全食品安全监管体系,从源头强化食品

安全治理,强化食品安全智慧监管,严厉打击食品安全违纪、违法行为,全方位地为餐饮企业发展做好辅助。沈阳“新字号”餐饮服务业的快速发展,对于改善产业结构,促进经济增长,提高人民生活水平,增加就业岗位,保持社会稳定都将发挥重要作用。在深化供给侧结构性改革的同时,沈阳市政府应以市场需求为导向,以科技创新为基础,促进产业融合,强化政策引导,优化数字基础设施建设,培育壮大“新字号”产业集群,积极扶持沈阳“新字号”餐饮产业的发展,为沈阳全方位振兴提供动力。

#### 参考文献

- [1] 邓桂兰.佛山市餐饮产业发展现状与对策研究[J].商业经济,2021(7):21-26.
- [2] 陈爱华.连锁餐饮企业员工敬业度现状、影响因素及提升对策研究[J].中国商论,2020(24):98-100.
- [3] 程春旺.江苏省团餐企业人才现状与对策研究[J].中外企业家,2018(27):213-214.