仓储式烧烤“走红”,跻身餐饮热门赛道

财经猎豹

一方烤炉,烟雾蒙蒙,肉串嗞嗞作响,香味飘荡。近日,仓储式烧烤在南京、杭州、武汉等地“走红”,凭借“地摊风+自选超市+自助烧烤”的模式成功“出圈”。现代快报记者了解到,凭着强社交、夜经济、分布广等优势,烧烤如今已成为餐饮行业内的热门赛道。据悉,过去6年我国烧烤市场增速CAGR为11%,参考历史增速,预计2026年我国烧烤市场规模将接近4000亿元。

现代快报+记者 杨晓冬 尹翼星

“沉浸式”体验烧烤乐趣 受访者供图

扫码看视频

餐饮流行“超市风”,仓储式烧烤成网红

“进门先拿个盆,随后穿梭在不同的货架间选货,扫码、结账后就可以坐在位置上开烤。”你没听错,这来的是一家烧烤店,而不是超市。3月22日,现代快报记者来到南京一家仓储式烧烤店,与其他烧烤店相比,店内开放式的货柜、仓储式的陈列、零售化的标签,都让消费者耳目一新。记者来到食材区发现,现场荤素分区放置,每串都贴上了具体价格和条形码,店内人均消费基本在90元左右。货架旁,还有一个透明的玻璃房,里面的工作人员正在穿制肉串,食材的新鲜程度肉眼可见。

“来店内消费的顾客年轻人占大多数,每到周末,生意都十分火爆。”工作人员告诉记者,大多数消费者都是奔着仓储式新模式过来的,不过自助烧烤还是有点难度,有时掌握不好火候容易烤焦,店内不忙的时候,他们也会帮顾客烤一下。

“选好肉,买好炭火,接下来就可以根据自己的口味喜好,比拼下‘烤艺’了。”最近,90后杭州小伙蛋蛋就约上几个好朋友去了热门的仓储式烧烤店。蛋蛋介绍,店内基本都是一桌一炉,铁桌子、矮板凳、小烤炉……让他们有一种重回小时候地摊烧烤的感觉,自助烧烤的模式,还让他们体会到自己动手烤肉的乐趣。

在社交媒体上,仓储式烧烤的消费体验也正吸引着大批年轻人前去打卡。“每串都贴上了二维码,和逛超市一样,蛮有新意的!”“种类丰富、食材新鲜,挑得我都快花了眼。”“环境接地气,有一种路边烧烤的feel!”记者了解到,对于年轻人来说,仓储式烧烤与众不同和差异化是吸引他们的关键。无论是装修还是消费模式,都大大增加了消费者购买的欲望,而且烤制的过程也是很好的社交机会,人们可以围着烤架聊着天,享受美食和愉悦的氛围。

烧烤市场潜力巨大,2026年规模或达4000亿元

无论是仓储式烧烤,还是前段时间频登热搜的“淄博烧烤”,都凭着强社交、夜经济、分布广等优势,成为如今餐饮行业内的热门赛道。

据国泰君安证券市场报告数据显示,2021年我国烧烤市场规模约2318亿元,约占我国餐饮市场整体规模的5%,为中餐第一大赛道火锅市场规模的46%。从夜间消费市场看,烧烤已经成为仅次于火锅的第二大品类。在人均消费支出和消费频次的双向推动下,过去6年我国烧烤市场增速CAGR为11%,即使在疫情影响下,2020年烧烤市场仍保持正增长(其他餐饮品类降幅在20%–30%),高于行业整体。参考历史增速,按照未来5年11%的市场增速,2026年烧烤市场规模将接近4000亿元。

烧烤成为餐饮品类的“潜力王”,一跃成为餐饮业增速第一、规模第二的大品类,投资者纷纷全国范围内加速拓店,布局市场。据东亚前海证券数据统计,截至2022年5月,全国烧烤门店数约48万家,门店同比增长达91.4%,特别是近几年在夜经济政策推动下,烧烤赛道更是迎来发展春风。

业态不断丰富,企业发展要打造差异化

随着烧烤市场需求不断增长,不少餐饮企业也纷纷加入赛道。现代快报记者了解到,呷哺呷哺、海伦司等企业纷纷“上新”烧烤业务。比如海伦司推出“小酒馆 + 烧烤”模式,满足人们的社交需求外,还添加了火锅、酒水、夜市等多种业态。呷哺集团高端日式烧烤品牌“趁烧”也采用“烧肉+酒茶+欢乐”的形式,不断丰富业态。此外,部分烧烤品牌也在抓紧进行市场扩张,并不断打破固有模式,进行蜕变、升级和分化,寻求新的突破口和增长曲线。

“未来烧烤行业必然会产生更多的标准化、品牌化的企业,这些企业通过连锁化的发展方式,逐渐形成品牌效应。”网经社电子商务研究中心特约研究员、新零售专家鲍跃忠认为,对于烧烤行业来说,品牌连锁化率的提升更意味着烧烤行业整体将慢慢走向成熟。

纵观餐饮行业的发展,基本都是从街边小店、提篮小卖这些形式开始,随着消费升级的发展,逐步走向标准化,最终形成连锁化、品牌化、店铺化的发展过程。鲍跃忠告诉记者,随着消费者的消费需求升级,烧烤市场也会由路边小摊、小马扎这样的形式走向品牌化。未来,领域内终将会形成中高低不同的品牌,来满足不同层次的消费需求。

针对烧烤市场同质化严重的问题,鲍跃忠建议企业打造更多的差异化,无论是仓储式烧烤这类从经营模式上进行调整,抑或是从菜品、烧制方式等方面进行改变,只有具有明显差异化的品牌,未来才能更好地发展。

服务贴心、价格适中

雨花功德园生命礼仪全程服务赢口碑

雨花功德园服务接待中心

“我要看功德园的景观壁葬,这种小型生态墓很不错。”最近,南京市雨花功德园的工作人员每天都要接到一些类似的咨询电话。很多客户购买了小型生态墓后,又选择了该园生命礼仪全程服务。据了解,这些年来雨花功德园凭借不断的创新、专业的服务,赢得良好的口碑,获得了客户的肯定和称赞。

通讯员 胡静
现代快报+记者 项凤华 徐苏宁/文
赵杰/摄

服务贴心:逝者亲属点赞生命礼仪全程专业服务

不久前,高先生85岁的父亲突然去世。遵照父亲遗愿,高先生在雨花功德园购买了小型生态墓。“父亲一直推崇生态葬,小型生态墓也是生态葬的一种,我们子女一商量,觉得选择小型生态墓可以完成父亲的心愿,保留骨灰,入土为安,还可以表达做子女的感情。”高先生说。

让高先生倍感欣慰的是,雨花功德园还提供“生命礼仪全程服务”,服务全过程细致真切,让他全家人感受到亲切的呵护。

“因为之前没经历过亲人离别,我们一家人有点乱作一团。”高先生坦言,一开始他还有些犹豫,“一看服务人员全是年轻人,担心他们没办法做好这个工作。”高先生说,他还担心在服务过程中,会不会出现涨价或者服务不规范等行为,但最后冲着功德园的品牌,他决定先试试。

就是这个“先试试”,让高先生在办完父亲的丧事后很是感激。高先生回忆,当时手续办妥后,该陵园的生命礼仪全程服务队队员就跟他一起回家,了解情况后就帮忙办理各项事宜。

“安排车辆、联系殡仪馆、设置灵堂,所有的一切,都是他们的工作人员在帮忙操办,非常专业,服务水平高。”高先生感激地说,在所有的服务过程中,工作人员甚至连一口水都没喝他们的,更别说提任何额外要求了。

“这样的丧事办得既体面,又节约,工作人员的贴心服务,让我们家属悲痛的心情好了很多。”碰到亲朋好友,高先生这样评价父亲的葬礼。

价格适中:推出万元以下小型生态墓,市民接受度越来越高

在整个过程中,让高先生没有想到的是,为父亲购买的小型生态墓,居然不到1万元。

“一直以来,在不少市民的印象中,雨花功德园在业内都是比较高端的,但事实上,我们也有较低的价位,不仅仅服务费用低,我们推出的小型生态墓,一万元左右就能买到。”雨花功德园相关负责人介绍,“从树葬、雨花石葬、墙壁葬,到如今的‘生命菁华’葬,我们做了许多尝试。这些生态葬跟普通穴位墓相比,价格要低很多,但我们的服务并不打折。不管客户如何选择,雨花功德园都会用同样的服务对待客户,让客户满意。”

“我一直以为选择小型生态墓是价格因素,没想到了解后却发现,很多人选择小型生态墓是因为他们更能理解环保、节约土地的理念。”家住南京秦淮区的王女士说,她来给90多岁的老父亲选择小型生态墓,刚开始还觉得不好意思,怕亲戚朋友笑话她舍不得花钱,来看过后才知道这样更好,“环境好,不跟活人争地,这样的生态葬真的非常适合一贯喜欢生态、环保的老父亲。”

雨花功德园工作人员称,他们的24小时服务专线:52431893或18951664444每天都会接到数十位市民的相关咨询。根据南京市殡葬部门统计,从这几年的销售情况看,小型生态墓的销售量节节攀升。这也说明了,市民的观念在逐渐改变,小型生态墓等节地生态葬越来越被市民所接受和认可。

雨花功德园节地生态葬