

本报综合

烟火升腾藏活力,三餐百味见初心。餐饮业既是承载民生期望的重要行业,也是激活消费活力的关键赛道。宁夏餐饮人深谙市场之道,老字号守正出新,新品牌深耕细作,大小商户各展所长,这些探索与实践,藏着行业突围的关键答案。日前,记者走进餐饮一线,探寻从业者们在产品、服务与模式上的创新密码,看宁夏味道如何在守本与求变中,升腾起温暖人心的烟火气,释放出拉动消费的强劲活力。

# 餐饮业适应“口味”换卖法

老字号守正寻新机

本报记者 哈玲

1月9日,位于银川市兴庆区的老毛手抓·盐池滩羊非遗手抓宁夏总店的后厨热气腾腾,几位厨师按照传统技法处理羊肉,肥瘦相间的羊肋排经沸水慢煮后香气四溢。“老毛手抓创始于1888年,源于吴忠市,至今已有138年历史了,银川这家总店在此位置经营20多年了。”店长张攀龙介绍,作为百年老字号和国家级非物质文化遗产,手抓羊肉是品牌的核心招牌,而这招牌的底气源于对传统的坚守。

“选羊特别有讲究,必须是宁夏本地散养的滩羊,煮肉过程不加任何调料,就是原汁原味。”张攀龙坦言,正是这份执着,让老毛手抓成为许多外地游客来宁的打卡地,“外地游客特别多,常说‘这羊肉确实名不虚传’。”

如今,店里的年轻食客越来越多,这让张攀龙颇感欣慰:“现在我们根据市场进行创新,建立线上销售渠道,比如大众点评这些平台上都能看到我们,年轻人也愿意来打卡百年老店。”面对餐饮市场的变化,老毛手抓也在积极求新。“我们新增了涮羊肉品类,今年还在线上推出了优惠套餐。明年我们计划在一楼打造非遗体验馆,展示奖牌、手抓羊肉制作工艺等相关物件,让大家更直观感受非遗文化。”张攀龙说。

如果说老毛手抓的创新是“老树发新芽”,那么位于银川市金凤区的宁小羊黄渠桥爆炒羊羔肉的崛起则是新品牌对传统美食的创造性转化。2016年开业的宁小羊,如今已走过10个年头,店主马静凭借对品质的坚守和对市场的敏锐把握,在竞争激烈的餐饮市场中站稳了脚跟。“我们主打黄渠桥爆炒羊羔肉,这可是桌桌必点的招牌。”马静介绍,为了保证口味,店里的羊羔肉都是每天从黄渠桥采购的跑山羊,而非饲料养殖,“重量严格控制在16到18斤,确保真正的小羊羔,肉质不会发柴,有嚼劲。”

除了食材讲究,烹饪用料也毫不含糊:“我们用的是古法压榨的胡麻油,炒肉的辣椒皮、辣椒面都是罗本地的,这样炒出来的羊羔肉才够味。”马静还透露,店里的黄渠桥扁豆凉粉、老豆腐、糖麻丫等特色菜品,每天都会从黄渠桥新鲜采购配送。

为了适应更多食客的口味,宁小羊在升级时特意聘请了专业川湘师傅,打造地道川湘融合菜,还加入了同心碗蒸羊羔肉、泾源蒸鸡等宁夏各地特色美食,让菜品更加多元化。“不仅要满足中老年人的口味,也要贴合年轻人的喜好。”马静说,这次升级不仅更新了菜品,还投入300多万元对店面进行全面装修,提升顾客就餐体验。

正在店里用餐的姬先生就是宁小羊的忠实顾客,他笑着说:“我住在乌海,但每次来银川都会到这里吃饭,这里的羊肉有小时候的味道,味道特别正宗。”

顾客的认可,正是马静坚持的动力。她坦言,虽然之前没做过太多推广,但凭借货真价实的食材和口味,积累了不少回头客。

无论是老毛手抓坚守百年技艺的“不变”与顺应市场的“变”,还是宁小羊扎根本地风味的“守”与融合创新的“进”,它们都在探索中寻找发展新机遇,让宁夏风味焕发新生机。

## 小餐馆直播带货人气旺

本报记者 徐琳

在餐饮市场竞争日趋激烈的当下,如何精准捕捉消费者需求、找到新的增长点,成为众多餐馆经营者面临的难题。近日,吴忠市富平园饭店官方号发布了一条短视频引发网友热议:“在之前的直播中有很多网友都询问有没有荤菜类的一些菜品,今天我给大家介绍一下。”视频中,丰富的餐品品类戳中了不少消费者的需求点,评论区里网友们纷纷点赞留言“美味”“价格亲民”,短短时间内便收获了超高人气。

“几年前,偌大的餐厅空荡荡的,员工背着房贷、车贷没活干,我整夜睡不着觉。”富平园饭店负责人马娟回忆起初的困境,依然感慨万千。当时,传统线下经营模式遇冷,餐饮行业客流量持续下滑,如何破局成为迫在眉睫的问题。

一次偶然的机会,马娟看到外地饭店通过短视频自我推广的成功案例,便下定决心尝试:“当时没经验,就带着员工一起拍视频、发平台,没想到当天就有顾客打电话订房、点送餐服务,这让我们看到了线上渠道的潜力。”

“餐饮行业拼到最后,拼的是食材和味道,还有对顾客的用心。”在银川市经营“床吧创意私房菜·Bistro”的店主缪铠铎,用10余年时间打磨出一套“反内卷”的经营思路。自2014年开业以来,这家主打创意私房菜的餐馆,凭借对食材的把控,“小而精”的经营模式、贴合需求的服务理念,收获了食客的长期青睐。

1月9日,走进这家藏在深巷的店铺,放松惬意的环境让人卸下疲惫,正如缪铠铎所说:“让大家吃到美食,心情变好就是最实在的满足。”为了这份“实在”,她在食材上从不含糊。“买菜就得像给自己家人做饭一样仔细,不新鲜、品质差的食材,再好的厨艺也救不回来。”这是缪铠铎经营的核心准则。

“开餐馆不是越大越好,规模大了,精力就分散了,反而照顾不好每一位顾客的需求。”缪铠铎始终坚持“小而精”的理念,拒绝盲目扩张。店铺的规模虽不算大,但每一个细节都经过精心设计:舒适的座椅、柔和的灯光、轻松的音乐,营造出放松惬意的就餐

随着吴忠早茶名气渐长,同行竞争愈发激烈,马娟敏锐捕捉到消费者对多样化早餐的需求,大胆创新推出自助早茶。“一开始很多人觉得价格高不认可,家人也不是很支持我的这个决定。”马娟说,为了打开市场,她邀请10位本地短视频达人到店拍摄,真实呈现自助早茶的丰富品类和诱人口感。没想到视频发布后反响热烈,第二天店里就全场爆满,门口排起长队,让马娟坚定了转型方向。

一切得从零开始。学习直播的过程充满挑战,马娟第一次直播紧张得连话都说不出来,手心直冒汗。她每天坚持8小时直播练习,用搞笑互动的方式拉近与网友的距离,两个月后逐渐找到节奏。如今,饭店的短视频拍摄交给员工负责,内容涵盖面点制作过程、特色小吃、新菜品上新等,直播间还上线了早茶套餐团购,抖音平台由专人指导,每周固定时段直播送福利。

线上流量成功转化为线下客流,富平园饭店的客流量相比转型前增长50%,自助早茶的火爆还带动了中餐和住宿业务:“周内中餐生意也旺了起

## 小店深耕品质懂需求

本报记者 徐琳

氛围,让食客能卸下疲惫,安心享受美食。

餐饮行业的竞争日趋激烈,不少商家陷入“价格战”“营销战”的内卷中,但一些商家不追逐短期流量噱头,不盲目跟风网红菜品,而是把更多精力放在打磨味道、提升服务上。

“顾客的正向反馈就是最好的广告,有食客专门从外地赶来,就是为了吃一口我们家的羊肉和加条,这种认可比什么都珍贵。”缪铠铎说。

在快餐化咖啡盛行、网红爆款层出不穷的当下,开业仅两个多月的亦野咖啡馆,如何在市场中脱颖而出?答案藏在店主王辰月“不跟风、重品质、有温度”的经营理念中。当宁夏红酒遇上特色咖啡,这家满是木质格调与巧思的亦野咖啡店,重新定义休闲消费体验。

“大家在咖啡店放松聊天、沉淀心情,这种有温度的空间特别珍贵。我希望大家不是只有在需要仪式感时才会喝红酒。”王辰月说,为了让游客品尝到宁夏独有的咖啡,她大胆跨界,将宁夏优质葡萄酒引入咖啡馆,让游客无需为一杯酒买单整瓶,在慢品咖啡

来,我们推出会员福利,中餐九五折、住宿八折,吸引了不少回头客。”马娟感慨地说,做餐饮不能墨守成规,要跟上时代脚步接纳新事物,才能在中站稳脚跟。

如今,宁夏越来越多的餐饮店加速向直播、短视频赛道转型,不少饭店成功突围,为宁夏本地餐饮商家提供了可复制的线上样本,也让越来越多餐馆经营者看到了新渠道的潜力,纷纷主动入局、拥抱数字化。

银川市羊开泰地方菜紧跟潮流,开启直播带货新尝试。负责人张耀斌带领员工试水直播仅一周,便收获不错成效。直播间聚焦宁夏特色羊蝎子,以优惠团购为核心卖点,通过直观展示菜品成色、讲解烹饪工艺,让网友沉浸式感受宁夏风味的独特魅力。“我们主打特色菜品团购,就是想借直播吸引流量,让更多人了解咱们的地方菜。”张耀斌说,直播不仅带来了即时订单,更让店铺知名度有所提升。作为餐饮直播新人,后续将优化直播内容,新增更多宁夏特色菜品团购,持续通过线上渠道为门店引流,让更多消费者在线上就能了解到宁夏风味。

的同时,也能感受本地葡萄酒的醇厚风味。

“老板的选酒审美很好,在她的推荐下试了三款宁夏本地酒,天然果香十足,微微的起泡感,酒体甜润丰盈但又清爽,宁夏的红酒味道真的很棒!”网友Kikko评价。

谈及为何店铺能吸引大量外地游客,王辰月坦言:“我们在选址上也有一点小‘心思’,店铺离宁夏博物馆很近,很多游客逛累了,就会在大众点评App上搜索附近的咖啡店,而我们不仅能提供舒适的休息空间,还能让大家顺便品鉴本地葡萄酒,相当于一站式满足了‘歇脚+尝鲜’的需求。”

两家店铺虽赛道不同,却有着相同的经营初心:不被内卷裹挟,不被流量绑架,而是扎根本地、深耕品质、读懂需求。在宁夏餐饮市场多元化发展的当下,这样的“小而美”店铺,既为食客提供了有温度、有特色的消费体验,也为本地餐饮行业的创新发展提供了鲜活样本,唯有坚守本质、贴合需求,才能在时光沉淀中收获长久的市场认可。

五香羊蹄、酱卤羊拐筋、干炸带鱼、手工饼子、卤味小食……1月9日16时许,银川市兴庆区金宇伊豪宾馆门口,一辆定制餐车准时开放,热气腾腾的菜品刚摆好,就迎来了不少顾客。“天气冷,买两个羊蹄回去加个菜,还能买点花卷当明天的早餐,酒店做得干净,味道也好。”一位市民边扫码付款边说。

“我们每天保持15种以上的菜品,保证食材新鲜现做,都是后厨统一制作,品质和堂食一样。”金宇伊豪宾馆总厨吴伟告诉记者,这种售卖方式非常受欢迎,很多周边小区的居民早已成为常客,“尤其10元一个羊蹄,价格实惠,每天不到两个小时就能卖光。”

去年7月,金宇伊豪宾馆尝试“摆摊儿”,运行外摆美食售卖区。天气转冷后又定制了保温餐车,把后厨的招牌菜以亲民价格持续推到街头。该酒店营销部总监代海燕坦言,这背后是行业整体压力的倒逼:“去年开年,酒店行业普遍低迷,我们既要保障员工收入,也要想办法突围。外摆模式在南方很多城市已经很成熟,我们就结合本地口味做了尝试。”

摆摊卖餐,对高端酒店来说曾是难以想象的场景。但在金宇伊豪宾馆,这成了连接社区、稳住客流的重要一环。代海燕透露,夏天高峰时,外摆区日均客流近千人次,日销售额最高突破1万元,平时也能保持在6000元到7000元。“我们主打的是‘星级品质、地摊价格’,不和周边小餐饮抢生意,反而把整体人气带旺了。”代海燕笑着说。

无独有偶,去年夏天,位于银川另一处的光耀宴会中心也尝试了摆摊。从去年7月14日到9月底,每天17时起,酒店门口便当盒装的“星级菜”准时开卖。南瓜大馍馍取名“光耀南馍”,一度卖到脱销;五香酱牛腱一斤88元、红烧大鲤鱼仅28元,价格比堂食便宜了很多,但品质丝毫不减。

“毛利不到20%,主要是想聚人气。”宁夏光耀酒店管理有限公司高级营销经理蒋涛告诉记者,摆摊一一是为了提振厨师士气,二是为周边社区和居民提供用餐便利。“我们不和百姓餐厅打价格战,而是做差异化引流”蒋涛介绍。

虽然户外摆摊因天冷暂停,但光耀宴会中心的亲民尝试并未止步。针对周边写字楼内的企业打工工人,酒店推出价格二十元左右的周内自助午餐,18道菜品、星级厨师制作,被不少上班族称为“打工人的福音”。蒋涛表示,今年不仅会丰富午餐品类,还计划在下午推出便携家常菜,方便周边居民和打工下班带走,价格也会持续走亲民路线。

星级酒店的转身背后,是餐饮行业面对市场变化的敏捷应对。记者在采访中观察到,在银川,尝试“放低身段”的星级酒店不止这两家。兰陵波斯顿饭店、富力万达嘉华酒店等也陆续在户外开辟星级大厨掌勺,小店价格享美味的销售点,用炒面、卤味、面点等菜品,打破酒店餐饮高高在上的传统印象。地摊出售、低价自助早午餐这些模式不仅是短期引流之举,更是餐饮供给体系向多层次、弹性化探索的缩影。高端品质与大众需求只要找准连接点,“烟火气”与“星标准”可以共同丰富一城一街的餐桌。



金宇伊豪宾馆摆摊之初,人气火爆。  
(图片由受访者提供)

记者手记

## “吃”在当下

本报记者 徐琳

餐桌方寸间,藏着消费变迁的密码。从只求饱腹到追求情绪共鸣,从追捧高价排场到坚守质价比初心,宁夏餐饮市场的悄然变革,正是当下消费升级与理性回归交织的生动注脚。

消费需求的转向,离不开政策的引导与市场的驱动。近年来,从推动餐饮行业高质量发展的顶层设计,到鼓励便民餐饮服务的细化举措,政策导向始终锚定“服务民生、提振消费”的核心。这一方向,恰与消费者从“重排场”到“重品质”、从“求高端”到“求舒心”的需求转变同频共振。越来越多的人愿意为新鲜的食材、舒适的环境、独特的文化体验买单,却拒绝为溢价的包装、浮夸的噱头付费,这种理性消费观,正倒逼餐饮行业重新审视自身的价值坐标。

在这场变革中,餐饮业的创新不再局限于菜品口味的微调,而是全链条、多维度的破局。传统餐饮品牌跳出老字号的舒适区,主动拥抱数字化浪潮,以更贴近年轻群体的方式重构消费场景;高端餐饮企业放下身段,向大众市场靠拢,用“星级品质、大众价格”的模式打破消费壁垒;特色小馆则深耕细分赛道,以个性化的服务与差异化的定位,精准捕捉消费者对情绪价值的期望。

烟火气与高品质从不矛盾,传统味与新潮流可以共生。当餐饮经营者读懂消费者的真实需求,在守正中创新、在亲民中提质,便能让餐桌不仅盛满美味,更承载起老百姓对美好生活的向往。

大酒店户外摆摊接地气

本报记者 马雨馨