



吃腻了外卖的年轻人盯上社区食堂

本报讯 王楚为 李想 前几天，#传媒女硕士辞职开办社区食堂#的话题登上了微博热搜，店主何花“没想到能引来这么多关注”。随后，何花的店迎来了很多慕名而来的年轻人，除了拍照打卡、用餐，人们还找她聊创业经验。

社区食堂的出现，原本为的是服务老年群体。随着社区食堂类型越来越多，“父母食堂”也吸引了很多年轻面孔光顾。吃腻了外卖，又实在没时间自己下厨的年轻人，把目光投向隐藏在社区的宝藏小馆。

据了解，在北京、上海等一线城市，一些社区食堂率先“出圈”，成了网红打卡餐厅。企查查的数据显示，“社区食堂”的注册企业数量已经超过4000家。大众点评App上，已经涌现出许多社区食堂品牌，它们陆续开设连锁店、加盟店。

在何花看来，社区食堂与年轻人之间的“双向”，是新时代年轻人消费观、饮食观乃至择业观的又一次嬗变。

“好吃不贵又健康”才是硬道理

“大餐社区食堂”是何花取的店名，采用自助餐的模式，四菜一汤，老人就餐10元，普通食客就餐15元。由于食堂价格公道，每天能卖出约150份。

今年4月，何花决定创办社区食堂，起初是为了解决老年人和困难群体的用餐问题。“我的父母上了年纪，做饭不方便。现在不少家庭都有类似的情况。”何花表示，能够吸引很多年轻食客，在她的意料之外。

“大餐社区食堂”不远处，是武汉创意天地产业园，这里聚集了20余家高新技术企业，约50家游戏、动漫类公司，园区内企业从业人数超过1万人。创办社区食堂前，何花在这个产业园里做自媒体。她回忆，那时因为工作忙，每天中午只能吃外卖。由于食材重油高盐，让她对身体健康很担心，身边很多同事也有类似的困扰。

何花在中国传媒大学读研究生时，曾吃过一家附近的社区食堂，口味清淡，价格公道，种类多样，给她留下了深刻印象。于是，在社区的帮助下，她和同事一起创业。

算上何花在内，“大餐社区食堂”一共有4名员工，何花负责运营管理，有时人手不够，她要兼职做服务员。每天上午，她会发布当天的菜单，莴笋炒肉丝、土豆烧排骨、蒜蓉苋菜、清炒西兰花等受到食客的喜爱。何花说，希望从农户手

上直接拿到原汁原味的食材，让顾客吃得更安心，这是接下来的目标。

来自河北邯郸的90后靳翔鹭，去年从教培行业辞职，开了一个“拾而佳暖心社区食堂”，吸引了不少年轻人加盟。如今，在邯郸已经有4家分店。

靳翔鹭想做一家面向全年龄段的社区食堂，在食堂的选址上动了一些小心思。

她针对不同群体，将店面分为“社区店”和“商圈店”。“‘社区店’里有一批下午放学后等待父母下班的小学生。只要报父母的手机号，就能在店里用餐和写作业。‘商圈店’针对上班族，让他们吃上充满家味的温暖餐食。”靳翔鹭说。

不仅如此，靳翔鹭还请来专业营养师进行餐品的搭配，针对控制体重的年轻人推出了“控糖套餐”和“减脂套餐”，把白米饭换成糙米饭。她还制订了一套关于剩饭处理的“紧急预案”——如果食堂里有大量剩饭，会以“寿司盲盒”的形式低价推出。

年轻人为什么选择社区食堂

近日，北京市朝阳区小营北路百味邻里社区食堂挤满了食客。“没有科技和狠活，只有真材实料。”这是百味邻里社区食堂出餐口打出的标语。与大多数餐馆不同，该社区食堂提供的是自选快餐，荤素搭配，每两2.86元，称重收费，粥和米饭免费供应。

百味邻里社区食堂附近有一家菜市场，清晨，买完菜的居民就能享受到各式各样的早餐，烟火气缭绕。就餐人群除了附近居民以外，不少外卖小哥、快递小哥、工人也把这里当成了“固定食堂”，还吸引了不少在周边写字楼工作的打工以及大学生。

在附近上班的王楠，在外用餐讲究一个“眼见为实”，他说，来社区食堂吃饭的主要原因就是用料都能看见，这里明厨亮灶、吃着安心，社区负责把关食品安全，“况且家里有孩子，自己又得上班，实在腾不出手来做饭。”

这个暑假，四川大学毕业生宋惟韬从湖南来北京旅游，他第一次吃“社区食堂”，称其为隐藏在社区里的宝藏小馆，“以经济实惠的价格吃到比较地道的北京菜，感觉很值。”

据了解，在社交平台上，“七八个菜一共花了18元”“12元一个人自助饭菜随便吃”等社区食堂的帖子获得年轻人关注。一些网友留言呼吁，希望自己家附近也能尽快开设社区食堂，表示自己

愿意在社区食堂里享用三菜一汤、荤素搭配的美食。

一位叫“闲适”的网友，特意作了一首“诗”：一日三餐不用做饭，随到随吃不用洗碗。荤素搭配品种齐全，喜欢吃啥任意挑选。

在何花看来，以前，每到饭点，她和同事的午餐逃不过黄焖鸡、肯德基、麻辣香锅，还有一些食物是用料理包做的半成品，“年轻人或许是吃腻了，滋生出‘健康焦虑’，也可能开始更注重‘性价比’，觉得老年人的社区食堂更香。”

如何让社区食堂变得潮起来

靳翔鹭注意到，社恐这个词经常被年轻人提及。于是，她在设计店面时，专门开辟出一人食区域，每个座位间相隔半米，供独自来就餐的年轻人就座。在这个区域内，就餐者与其他区域自然而然被区隔开，在这里不仅准备了手机支架，还能给手机、平板电脑充电，让年轻人尽情享受“电子榨菜”带来的精神满足。

每个节日，靳翔鹭都会和团队的小伙伴推出“节日限定”。今年端午节，靳翔鹭为顾客们发放免费的五彩绳，通过发起消费满赠活动，为顾客赠送艾草香囊和粽子。儿童节当天，她把年轻人喜欢的卡通动漫形象贴满了食堂角落，为顾客赠送玩具模型。高考当天，在这里，考生能够享受专属优惠。到了母亲节时，靳翔鹭还会为宝妈们送花。一些顾客对她说，社区食堂的活动种类比一些网红店还要丰富。

当下，一些创新型社区食堂已经不再是传统老旧的样子，而是在环境、氛围和设备上都充满科技感和氛围感，吸引了大批年轻人前来打卡。

此前，成都“R29life+社区食堂”就靠着现代化“收割”全年龄层，圈粉了很多年轻人。食堂内多功能用餐区域，包含吧台、外摆区、聚餐区，增加了居民聚会社交的第二场所。除了现场取餐选菜，社区居民也可通过小程序预约到店取餐，再通过食堂的保温自提柜取菜，减少等候时间。

原本为老年人开设的社区食堂，逐渐成为年轻人喜爱的小饭桌。在靳翔鹭看来，社区食堂若想长期生存下去，服务更多青年和中老年，还是要从口味和健康上下功夫。公司没食堂、没时间做饭、外卖不健康等“吃饭难”问题困扰着不少上班族。“让他们好好吃饭，就是我们解决的问题。”她说。

北京老字号“贴秋膘”菜品热销

本报讯 王萍 立秋节气让人们按捺不住“贴秋膘”的热情。近日，从北京多家老字号和知名餐饮企业了解到，烤肉、红烧肉、砂锅、肉饼等各种与“贴秋膘”相关的菜品都将成为消费者立秋时节餐桌的主角，多家餐饮企业负责人预计，包括烤肉、红烧肉等招牌菜品将在立秋当日销售翻番。

烤肉宛经理王刚介绍，距离立秋还有1个月的时候，门店就已经接到了不少顾客的订单，位于什刹海的烤肉季从立秋前一周的周末开始，“武吃自烤”体验项目就已经排满。相关负责人预计，立秋当日，烤肉宛、烤肉季的烤肉将要销售1000多斤，是平时的3倍。

立秋之后天气渐凉，热气腾腾的砂锅也是“贴秋膘”的好选择。老字号砂锅居的砂锅白肉、砂锅下水等砂锅菜在最近开启了热销模式，日销量达到600多份，立秋当天有望超过700份。中国烹饪大师、砂锅居行政总厨刘大立介绍，除了传统的砂锅菜，砂锅居还添上了砂锅焗花甲、砂锅盐焗鲍鱼、砂锅焗南瓜等，给消费者立秋的餐桌带来更多口味和体验。

在很多人“贴秋膘”的菜单里，红烧肉必不可少。鼓楼马凯餐厅的“镇店菜”毛氏红烧肉进入8月以来销量比之前提高了将近4成。鼓楼马凯餐厅第四代技艺传承人陶然介绍，毛氏红烧肉虽呈现出浓油赤酱的油亮色泽，但在烹饪过程中并不使用酱油，而是以冰糖炒出糖色，再将肥瘦三层的五花肉翻炒至裹满汤汁。用这种方法做出来的红烧肉色泽浓郁、肉香扑鼻、口感软糯。

在老西安饭庄，工作人员已经在为即将到来的立秋节气准备食材。老西安饭庄经理白穆沙介绍，按照以往的经验，在立秋当天，羊肉泡馍的销量要超过1000碗，现穿现烤的羊肉串销量可达5000串左右。此外，鸿宾楼的红烧牛尾、扒海洋，又一顺的老北京火锅，西来顺的油泼羊肉等美食，都会在立秋迎来销售高峰。

在很多北京人的食俗里，“贴秋膘”的必选离不开酱肘子。新京报记者了解到，同和居、惠丰门丁肉饼店、华天二友居肉饼店、新川会馆等多个餐饮品牌近期加大了肘子的供应量，以满足消费者“贴秋膘”的需求。惠丰门丁肉饼店厨师长闫亚强表示，根据以往立秋当天和平日销售数据的对比，门店在今年立秋时节准备了比平时多1倍的量，以确保让顾客吃上当天现酱的肘子。华天大数据平台数据显示，同和居的葱烧海参、干烧黄鱼，同春园的松鼠桂鱼、清炖蟹粉狮子头等美食，预计都将在立秋迎来销售显著增长。

立秋过后就是“三伏”，老北京素有“三伏烙饼摊鸡蛋”的老讲究，新京报记者了解到，目前多家老字号餐厅也已经将“三伏”民俗美食供应提上日程，推出各式“饼卷”套餐。“八大春”之首、江苏菜名店同春园饭店的烙饼摊黄菜，以及用烙饼将春园合菜、姜爆鸭片一齐卷上、搭配出的“苏式烤鸭”都已经开始热销；主打手工水饺的惠丰饺子楼除了供应烙饼摊鸡蛋，烙饼卷带鱼、烙饼卷肘子等多款烙饼套餐也将足量供应。