

本报讯 余颖 地方特色火锅走红并非偶然,其背后是对供应链的精心打造、对品牌管理的严格要求以及对餐饮行业的深刻理解。

天气冷了,冬天的第一顿火锅该涮起来了。除了麻辣的牛油火锅、鲜香的菌子火锅、清淡的潮汕牛肉火锅、经典的涮羊肉火锅之外,今年的火锅市场上,小众地方口味火锅异军突起。尤其是酸味火锅,如云南酸菜牛肉火锅、东北酸菜白肉火锅、贵州酸汤牛肉火锅、酸汤夺夺粉火锅,再加上此前已经火起来的海南糟粕醋火锅,可谓一锅“酸”遍天南海北。

美团、大众点评数据显示,截至11月24日,“酸汤、酸菜”等特色酸火锅搜索量同比增长340%,在平台上线相关主题套餐的餐饮商户数同比增长168%。

这些小众的地方特色口味火锅如何风靡全国?为何是酸火锅独领风骚?

### 线上线下开花

中午1点,海底捞火锅北京牡丹园店依然排着长长的队伍。大堂经理许宝亮表示:“进入冬天,这2个月生意比之前更忙碌,每天接待量都达到400多桌。”

坐下后,许宝亮热情地推荐了今年新出的贵州雷山酸汤锅。“里面添加了用非遗技艺发酵的雷山鱼酱酸,比酸甜口的番茄锅底多一点酸辣,清爽解腻,适合搭配黄金针菇、素魔芋、薄切牛肉等菜品,卖得很不错。”许宝亮介绍,差不多每四五桌客人中就会有人点这款酸汤锅;吃过的人里80%都说好吃。

据海底捞统计,“雷山酸汤锅”上架2个多月销量就超90万份,点击量达到了公司内部评价的“爆品标准”。

带有浓郁地方特色的火锅们不仅在老牌火锅店站稳了脚跟,还自立门户,闯出了新天地。洱火云南酸菜牛肉火锅全国首家门店去年12月才开业,不到一年时间,已经在全国开了20多家店,其中北京15家,几乎每家到饭点都要排队。

“这个火锅口味是我们在云南采风半年才发掘出来的。”洱火联合创始人于莉表示,在当下的餐饮行业中,洱火门店经营情况算得上优异,“消费者很喜欢汤底里的萝卜丝,还有搭配的云南小吃”。

线上平台也同样捕捉到了这股新趋势。叮咚买菜火锅季项目负责人刘文昌表示,平台观察到一些小众火锅口味逐渐大众化,如贵州地摊火锅、广西螺蛳粉鸭掌猪蹄锅、猫山王榴莲清远鸡打边炉等。所以,叮咚买菜在今年火锅季推出了贵州地摊火锅、云南酸菜牛肉火锅、单县羊肉汤等13款有料市井火锅和上百款区域特色食材,比如酸角汁和特制的柴火糊辣椒,尽量还原当地风味。

盒马今年上线的锅底类商品中,同样有超过一半是“酸口”。盒马火锅新品研发采购人员斯雷介绍,新研发的四川渣渣牛肉锅、贵州红酸汤、云南酸菜牛排煲、海南糟粕醋等地方特色火锅受到了各地消费者的热烈欢迎。

### 满足消费需求

酸甜苦辣咸,酸在五味之中排名第一,可这么多年来,酸火锅一直不如辣火锅风靡。今年怎么就翻了身?

“主要是因为酸火锅健康、低脂,非常符合当下消费者的饮食需求。”于莉解释说,洱火的酸萝卜采用乳酸菌发酵,汤底则使用高山蔬菜发酵而成,不添加油脂和糖,仅加入一点红油。而且酸口味非常适合涮素菜,多吃也不怕长胖。

斯雷也认为,健康是酸火锅最大的卖点之一。大多数酸火锅在调料上主要依靠天然食材,口味醇厚、层次丰富,但



油和盐的使用量并不多。同时,自然发酵后的酸汤还具有促进消化的作用,有助于减轻肠胃负担,很符合消费者追求健康的需要。

在北京从事互联网工作的杨洋表示:“我是重庆人,以前特别爱吃牛油火锅,觉得麻辣滚烫才够味。但今年尝试了酸火锅后,我发现它的味道也很重口,而且更加爽口。”

酸火锅流行的第二个秘诀是性价比。在美团、大众点评等平台上,洱火的两人餐仅售118元,三人餐也只需159元,折合人均不到60元。同样受到年轻人追捧的重庆火锅品牌楠火锅的两人餐最低152元。同时,大众点评平台显示,酸菜牛肉、渣渣牛肉、夺夺粉等火锅在北京的人均价格基本在60~80元之间。

虽然价格降低了,但情绪价值并没有打折。火锅店一直是年轻人的社交场所,众口难调在火锅店最容易达成一致。而且,年轻人吃的是氛围,需要发朋友圈,在这一点上酸火锅们下足了功夫。于莉介绍,酸火锅同样红彤彤的,非常上镜。洱火还特意定制了一人多高的五彩灯罩,使用竹木桌椅营造乡野氛围,并为服务员定制了民族服装,当客人进店时,他们会高喊“欢迎光临阿力阿布”。这些都是为了满足消费者的打卡需求,方便他们转发社交平台,把一顿火锅吃出新意。

### 推动产业升级

地方特色火锅走红并非偶然,其背后是对供应链的精心打造、对品牌管理的严格要求以及对餐饮行业的深刻理解。

把地方火锅从特色小吃变成食品工业的过程,并不是换种形式煮火锅那么简单。以海南糟粕醋火锅为例,其中的酸味来源于用酒糟发酵后的醋酸,但海

南本地糟粕醋多为小作坊生产,品质、产量均无法满足全国的供应需求。为了寻找口味更佳的糟粕醋基底,盒马团队走访多家酒厂,最终选定湖南特产“长乐甜酒”的酿造用米。

大多数酸汤锅底都采用发酵技术。由于发酵技术限制、运输成本高等原因,酸汤此前难以在全国范围推广。近年来,一批供应链企业开始运用科学的配方和工艺生产酸汤,确保发酵出来的酸汤产品品质稳定,由此才实现了批量工业化复制。

以雷山酸汤锅为例,海底捞根据业内食品安全标准,建立了农产品追溯体系,并对当地相关企业进行了工艺帮扶和技术指导,以实现规范化、工艺化生产。在确保口味独特、产品安全和产量稳定后,海底捞还对酸汤锅底进行了口味微调,根据酸度、辣度的不同,制定出多档出品标准,使其更适合大众口味。

在市场竞争日益激烈的情况下,加强品牌建设和市场推广也成为需要关注的问题。餐饮门店有着统一的管理规范,然而,笔者在走访中发现,并不是所有门店都能严格落实。比如有的品牌统一为牛肉免费搭配的薄荷叶,在一些门店就变成了收费单点项目,这无疑会影响顾客的用餐体验。

尽管地方火锅生意火爆,但不代表餐饮行业可以盲目跟风。“这两年大家更愿意在家里吃饭,出去吃饭就想吃点不一样的,所以地方特色火锅特别流行。”叮咚买菜预制菜负责人欧厚喜表示,“但在吃这件事上,没有一种口味会永远是主流。餐饮行业必须不断创新,才能赢得市场份额。”他把餐饮行业比喻为美食界的“巴黎时装周”,永远在提前研究来年的流行趋势。“今年火锅的流量密码是酸辣,明年流行什么,行业现在就得琢磨了。”

本报讯 张天元 近日,2024年国家钻级酒家酒店北京评定工作总结会暨2024年度北京国钻餐厅评定项目专家研讨会在京举办,本次会议既是国家钻级酒家酒店北京评定工作的阶段性总结,也是2024年度北京国钻餐厅榜单系列活动的启幕。现场来自政府、协会、高校、媒体和餐饮业界的代表汇聚一堂,共同研讨北京国钻餐厅榜单系列活动对于引领餐饮消费、推进高质量发展、建设国际美食之都的积极意义。

北京国钻餐厅榜单系列活动由北京市商务局、全国酒家酒店等级评定委员会指导,北京市餐饮行业协会、北京市酒家酒店等级评定委员会主办,北京商报社、各区餐饮行业协会协办,北京农村商业银行股份有限公司西城支行支持。

作为中国国际消费中心城市精品消费月的组成部分,2024年度北京国钻餐厅榜单系列活动将以“2024年度北京国钻餐厅食惠榜”“2024年度北京国钻餐厅京致榜”两大榜单的评定工作为主线展开,活动将在国家钻级酒家评定的专业基础上,设置专家评审、媒体评审、公众网络评价及投票等环节,立足北京地区遴选引领餐饮消费的年度榜样。其中,从国家一至四钻级酒家中产生“2024年度北京国钻餐厅食惠榜”,从国家五钻及白金五钻酒家中产生“2024年度北京国钻餐厅京致榜”,活动时间自2024年11月持续至2025年1月。

值得一提的是,北京国钻餐厅榜单的评定将以全国酒家酒店等级评定委员会制定的国家钻级酒店评定标准为基础,在关注菜品、服务、环境、设备设施的同时,也注重餐饮企业的运营质量和管理水平、注重自主创新能力和社会责任表现,通过多维度考核,综合评价餐饮品牌的引领力和竞争力。

据活动组委会介绍,2024年度北京国钻餐厅榜单评定活动已经正式启动,注册、经营地点在北京的全国酒家酒店等级评定委员会评定的一至五钻酒家及白金五钻酒家均可自愿申报,参评企业可通过北京市餐饮行业协会官方网站、微信公众号下载并填写报名表。组委会将组织严格的资格初审,评定过程坚持公正透明原则、引入公证机构,最终榜单进行公示,接受社会公众监督。

此外,北京国钻餐厅榜单系列活动还将制作推出“2024年度北京国钻餐厅”美食口袋书,让消费者在北京能够按图索骥、轻松打卡高品质的国家钻级餐厅。在最终榜单发布后,活动将组织上榜企业推出国钻餐厅特色美食套餐,不断发挥北京国钻餐厅推动餐饮业高质量发展、引领北京餐饮消费风尚的积极作用,为加快打造国际美食之都贡献力量。

## 二〇二四北京国钻餐厅榜单系列活动启动