

从小吃到全品类餐饮,挖掘新的增长空间

小吃品牌向主食化转型的背后,是对更大市场增量空间的探索。与此同时,休闲小吃赛道日益拥挤,价格战与同质化现象愈发严重。例如,多个炸串品牌聚焦炸鸡腿、炸鸡排等雷同产品,甚至推出9.9元的低价套餐,试图通过价格优势争夺市场份额。

然而,价格战的“内卷”已近极限,同质化的恶性循环使品牌发展面临瓶颈。在这样的市场环境下,找到差异化突破成为品牌突围的关键。

小吃品牌如何从“爆款单品”向“全品类餐饮”转型?如何持续推出新品,保持消费者的高复购率?作为从炸串起家的连锁品牌,夸父炸串在转型道路上提供了一个值得参考的案例。

品牌研发负责人透露,夸父的产品研发主要分为三步:一是消费者与市场调研,深入消费者需求,前往产品发源地品尝当地最地道、最受欢迎的味道。同一款产品至少要尝试百余家门店,以提炼出最佳口味;二是实验与创新,回到研发中心后,团队对产品进行反复实验和调整,确保既保留地方特色,又能适应全国市场的独特口味。三是在工厂端进行生产测试,确保产品品质的稳定性和规模化生产的可行性。以此来做到在口感上的与众不同,保持独特风味和市场竞争力。

这种系统化、精细化的研发流程,帮助夸父炸串实现了从单品向多品类的延伸,满足了消费者对多样化餐饮选择的需求。

未来,夸父炸串将继续坚持“平价+美味”的策略,通过持续创新与品质升级,为消费者带来更丰富的餐饮选择,并探索更多行业发展的可能性。



## “炸串+主食”,小吃品牌跨界争抢消费者

品牌希望打破传统边界,实现“单客多吃”和消费频次提升的双重目标。

以夸父炸串为例,其早期以休闲小吃为核心,吸引了广泛的消费者群体。然而,随着市场变化和竞争加剧,夸父炸串选择进一步扩展品类,发力进军小吃快餐赛道。今年下半年,夸父炸串推出了酸辣粉、麻辣烫等主食产品线,并打出了“粉面麻辣烫,炸串好搭档”的宣传口号,吸引了更多的消费人群。

## 优化加盟模式,低门槛驱动市场扩张

近年来,中国餐饮行业进入快速发展期,加盟模式成为品牌扩张的重要推动力。根据《2024年中国餐饮加盟行业白皮书》,加盟、下沉、数字化已成为推动行业连锁品牌崛起的三大关键词。

例如,喜茶、奈雪的茶等头部茶饮品牌曾以直营为主,但面对激烈的市场竞争,近年来也逐步探索加盟路径;海底捞、正新鸡排、袁记云饺等餐饮品牌则为加

经市场考察,夸父推出酸辣粉、麻辣烫等主食系列,以经典的地方美食口味与亲民价格打入市场,其中酸辣粉售价11.9元,麻辣烫14.9元,配合丰富的套餐选择和满减折扣,大大满足了消费者的多样化需求。以广州街头为例,烟火气浓厚的小吃摊与价格实惠的快餐店构成了一道独特的城市风景线,这与夸父炸串主食化的策略高度契合。

选择酸辣粉作为主食线“开路先锋”,夸父炸串有着深思熟虑的考量。从流量属性看,酸辣粉在大众餐饮市场中具备天然的流量吸引力;而“炸串+主食”的组合,不仅拓宽了品牌的服务边界,也提升了顾客的黏性和满意度。

夸父炸串数据显示,酸辣粉在北京、上海、广州、福州、济南等城市上线测试后,市场反馈不错。营业额、订单量、客单价等关键指标均呈现增长态势,门店营业额更是实现了15%~20%的净增长,复购增加到一周2~3次。

面对复杂多变的经济环境,夸父炸串通过优化加盟模式降低创业门槛,为加盟商提供全面支持。其推出的政策包括“0加盟费”“0管理费”,以及设备和软装的“0加价”策略,极大地降低了加盟成本。此外,品牌还提供标准化运营培训和数字化支持体系,帮助加盟商快速掌握经营要点,实现高效开店。

近年来,中国餐饮行业进入快速发展期,加盟模式成为品牌扩张的重要推动力。根据《2024年中国餐饮加盟行业白皮书》,加盟、下沉、数字化已成为推动行业连锁品牌崛起的三大关键词。

例如,喜茶、奈雪的茶等头部茶饮品牌曾以直营为主,但面对激烈的市场竞争,近年来也逐步探索加盟路径;海底捞、正新鸡排、袁记云饺等餐饮品牌则为加

盟商提供了成熟的培训体系和精细化的运营指导。

成立于2018年的夸父炸串,短短几年间全国门店数量已突破2000家,其多样化产品与服务深受消费者喜爱。据悉,夸父炸串拥有40多款产品,涵盖小吃、主食、饮品等,并通过频繁上新保持品牌活力,持续满足消费者不断升级的味蕾需求。

## 乐活购 A10

# 消费券助燃年底餐饮市场

新店、新品、新菜单齐登场

## 荷包里的新消费

文/图 羊城晚报记者 孙绮曼

“你抢到消费券了吗?”12月11日上午10时,“食在广州”餐饮消费券再度开抢,消费者们摩拳擦掌,不少人已经抢到了消费券,准备大快朵颐。

广州餐饮消费券开抢、全新餐厅纷纷开业、连锁餐饮冬季上新……近来广州气温渐冷,消费热度却日渐攀升,近日,记者走访了解到,距离春节假期尚有一个多月,但是餐饮消费热潮已经全面开启。

## 发钱! 消费券带动市场火热 新店开业抢分一杯羹

的员工,教客人怎么使用消费券。

SushiHanzo 半藏天环广场店的相关负责人表示,自消费券发放以来,客人热情度高,很多客人使用餐饮消费券,门店的销售额也得到了不少的提升。

本轮“食在广州”餐饮消费券额度跨度较大,多数商家表示能够匹配其平均消费额,有效提升消费券核销率。以上述两家餐饮企业为例,客语客家菜使用满200减50的顾客占比接近97%,在SushiHanzo 半藏天环广场店就餐的顾客均有使用满200减50、满500减100及满1000减200的消费券。

许多餐饮企业抓准这波红利亮相,跻身餐饮红海之中。

近日,在广州南沙,以神话中的“羽毛美丽者”大鹏鸟为名的一家西餐厅开门迎客。作为一家西餐厅,大鹏鸟用多元的烹饪方式

来呈现南沙本地乃至岭南食材。

“我们强调多元化的美食概念,以南沙本地饮食文化与风味为根基,使用西式烹饪方式,以国际视野对在地滋味进行演绎,展现出贯通东西的融合料理,也希望为华南餐饮世界注入全新能量。”餐厅主人Janet告诉记者。

与纷纷落子在市区的餐饮不同,这家西餐厅坐落于南沙,餐厅负责人告诉记者,在他们看来,在不远的未来,科技高度发达,人们对于远离城市喧嚣的渴求达到巅峰,也希望能够寻找一片宁静的绿洲,因此他们选择了这样的位置。

值得注意的是,广州庙前冰室以“2100的花园”为前冰室以“2100的花园”为

主题,为Supamin大鹏鸟餐厅设计了酒单,酒单上的食材均来自南沙本地,从番石榴到番木瓜,从柚子到木瓜,食客可在此地尽情感受属于南沙的在地风味。

## 入冬! 新品“助燃”餐饮热度 多家连锁餐厅推出新菜单新菜品引客

来,其中华南地区的消费者居多。

近日,必胜客在全国范围内推出全新大菜单,新菜单中对30款产品进行价格调整,涵盖了披萨、小食、饮料等多种品类,7款入门款产品价格更是“卷”到9.9元。

截至目前,必胜客推出30多种口味的披萨。在此次更新的菜单中,必胜客一口气推出了11种新口味披萨,譬如全新推出的蜜金咸蛋黄嫩鸡披萨,德克萨斯风味肉桂披萨等。

天气转凉,热腾腾的火锅成为餐桌宠儿。近日,海底捞也推出了冬季6大新品,其中采用“300目研磨”方式的“浓浓浓菌汤锅”深

受消费者喜爱,截至12月3日,该款锅底累计销量近140万份。除了汤底,海底捞还首次上新了选用来自赤峰的地理标志产品“内蒙古白绒山羊”的内蒙古白绒山羊,同时上新新品“云南文山红甸乡山药”。

海底捞本次冬季上新,继续为消费者严选产地好食材,在满足消费者时令进补所需的同时,也希望能在寒冷冬季,用美食传递温暖与幸福。此次“浓浓浓菌汤锅”应用了全新研磨工艺,未来我们在新产品的研发方面将持续加大创新力度,为消费者带来更多充满惊喜的好产品。”海底捞执行董事、副总经理、产品委员会主任宋青表示。

天气转凉,热腾腾的火锅成为餐桌宠儿。近日,海底捞也推出了冬季6大新品,其中采用“300目研磨”方式的“浓浓浓菌汤锅”深



目前,广州市共有持证化妆品生产企业1841家,占广东省的56%,全国的31%;化妆品注册备案数量超过100万个,占广东省的71%,全国的58%。全市化妆品产业产值突破千亿元,规模稳居全国第一。

全市形成了白云“白云美湾”、黄埔“南方美谷”、花都“中国美都”、从化“湾区美谷”等多个优势突出的化妆品产业集群,这些集群不仅汇聚了大量优秀的化妆品生产企业,还吸引了众多国内外知名品牌和研发机构入驻,共同构建了完整而高效的产业链条。

本届美妆周期间,各区分会场纷纷亮出绝活儿,全力营造美妆经济氛围。

白云主会场

作为主会场承办方,白云区将组织丰富多彩的系列活动。12月14日将开启白云“Young City Yeahs”和白云国际汽车文化节促消费活动;12月17日将在抖音、快手、视频号等平台开展第二届广州国际美妆周直播盛宴;12月18日将邀请TEMU、ebay、tiktok等海外平台,在广州民营科技园益云科创中心举办美妆跨境政策解读,白云区将组织丰富多彩的系列活动。

## “国际美湾”喜迎年度盛事

第二届广州国际美妆周将璀璨登场

文/羊城晚报记者 吴珊 詹淑真 黄颖琳

享有“国际美湾”之称的广州,再迎年度盛事。12月17日至21日,第二届“广州国际美妆周”将隆重举行。记者从12月10日广州市政府新闻办召开的新闻发布会上获得了上述消息。与去年相比,今年美妆周活动规模更大、国际化成色更足。

### 国际化成色更足

本届“广州国际美妆周”由广东省药品监督管理局和广州市政府共同主办,广州市市场监管局及相关区政府共同作为活动的组织单位,主题为“聚美湾区 改变世界”,活动口号为“让世界爱上中国美妆”。

与上一届相比,本届美妆周规模更大,主会场仍然设在白云区,分会场分别在越秀、海珠、天河、黄埔、花都、从化等6个区。其中,越秀、天河是新增的分会场。

据广州市市场监管局副局长万众介绍,作为中国化妆品产业第一大市,去年11月,首届“广

州国际美妆周”期间,来自全球16个国家和地区的649家企业齐聚一堂,拉动投资总额达7.2亿元,实现销售额达7.6亿元,实现了社会效益和经济效益的双丰收。

活动开幕日,将在白云国际会堂举办国际化化妆品产业发展大会,搭建政产学研用沟通交流的平台,共话广州化妆品高质量发展大计。

本届美妆周期间,将发布化妆品行业监管新政策以及《2024广州化妆品产业发展报告》。该报告将深入分析广州化妆品产业的发展现状、比较优势及未来路径,报告还附有全市化妆品头部企业的案例集,让社会各界充分领略广州美妆产业的绚丽风采。据悉,该报告由羊城晚报报业集团与广州质

### 各分会场活动吸睛

目前,广州市共有持证化妆品生产企业1841家,占广东省的56%,全国的31%;化妆品注册备案数量超过100万个,占广东省的71%,全国的58%。全市化妆品产业产值突破千亿元,规模稳居全国第一。

全市形成了白云“白云美湾”、黄埔“南方美谷”、花都“中国美都”、从化“湾区美谷”等多个优势突出的化妆品产业集群,这些集群不仅汇聚了大量优秀的化妆品生产企业,还吸引了众多国内外知名品牌和研发机构入驻,共同构建了完整而高效的产业链条。

本届美妆周期间,各区分会场纷纷亮出绝活儿,全力营造美妆经济氛围。

白云分会场

白云分会场将举行湾区美妆融合创新交流日、美容化妆品博物馆国际学生游学等活动,在各大电商平台举办白云美妆直播节,引入AI数字直播技术赋能美妆品牌出海,让海外青年、国际客商读懂黄埔美妆,促进本地品牌企业跨境电商合作。

白云分会场将举行从化荔枝、芦荟等农产品在化妆品产业应用合作项目签约仪式。从化荔枝果皮、荔枝核能提取出荔枝多酚和原花青素,成为化妆品原材料的优质成分。

12月20日-22日,从化区将在8号仓流溪河奥莱小镇举行为期三天的“秀场+卖场”活动。

海珠分会场

海珠分会场将主打线上促销和线下活动。线下活动,将举行2024年化妆品企业交流会暨美妆赋能官亮相仪式,届时赋能官们将在现场分享他们的实际案例,有关部门将宣介海珠区促进数字营销产业发展相关措施,头部美妆品牌——C咖的企业合伙人也将分享其货美美妆品牌创新经验。线上活动方面,海珠将联动企业推出专题促销活动,依托辖区内外美妆品牌的庞大粉丝群体,选出多款美妆爆品,推出实实在在的促销优惠,相关信息将在“广州海珠发布”等媒体平台发布。

同期,越秀、海珠、天河等分会场也将推出丰富多彩的主题活动。

花都分会场

花都分会场开幕当天将举行化妆品企业集中招商签约仪式等系列活动。美妆周期间,花都分会场举办的系列活动包括举办“中华美妆杯”全国化妆品职业技能大赛决赛,将吸引全国各地过百位行业精英同台逐梦;举办第三届中国化妆品科学技术创新发展论坛,邀请国内外知名专家学者、行业精英共同探讨美妆新技术、新成果,以及行业发展新趋势;举办2024原料创新成果交易会暨原料趋势论