

近年来扩张厉害,单个品牌在宁波就开出70多家加盟店
有人认为它食材简单容易使食客生厌,同质化也太严重

网红黄焖鸡米饭还能走多远?



近日,有媒体报道,美国首家黄焖鸡米饭店于本月10日在加州塔斯廷市奥兰治县开业,与国内一样,这家餐厅也只提供一道菜——黄焖鸡米饭,价格9.99美元,折合人民币约65元。

一碗黄焖鸡加上一碗米饭,这个简单的组合,不知从什么时候开始,以惊人的速度攻城掠地。比如在美国开业的这家“杨铭宇黄焖鸡饭”店,在宁波短短3年也已有70多家加盟店。据粗略统计,宁波全市的黄焖鸡饭店已经达到200多家。

在迅速扩张的背后,有老板开始抱怨,挑剔的食客们逐渐生厌,加之同质化太严重,黄焖鸡米饭已在逐步走下坡路。



位于海宁街的杨铭宇黄焖鸡米饭店。

店主:越来越不好做了

记者打探多家黄焖鸡米饭店发现,宁波市场上至少有数十个黄焖鸡米饭品牌,加盟店最多的当属杨铭宇黄焖鸡饭,还有百思味、谷氏、饶龙辉、章记等品牌。

昨天,在位于鄞州区海宁街的一家杨铭宇黄焖鸡饭店,老板陈先生正在给客户准备外卖。人手不足的时候,他也会兼做伙计,亲自给客户送单。“店里总共就4个人,也没什么老板伙计之分,有活大家都一起干。”陈先生说。

他的店是在2014年10月开张的。“当时我们这个黄焖鸡饭在宁波来说还是比较早的,现在是遍地开花了。”据陈先生介绍,目前仅杨铭宇黄焖鸡饭店在宁波就已经开了70多家。

杨铭宇黄焖鸡饭从外观上看,是由鸡肉、辣椒、洋葱以及若干配料组成。消费者可根据喜好选择不辣、微辣、中辣和特辣四种口味。根据量的大小,外卖价格分别为24元和18元。

黄焖鸡米饭的生意主要靠外卖拉动,很多在附近上班的白领都从他家订餐。陈先生的店每天最多可卖出百余份黄焖鸡米饭。按照平均20元/份计算,这家10平方米的小店每天的营业额最多可达2000多元。

不过,陈先生感叹现在生意是越来越不好做了,“一碗鸡加一碗饭,本来就很单调,算是同质化比较严重,并且这个鸡还比较油,顾客吃多了肯定会腻的。”

曾是最受欢迎的“国民料理”

根据网上公开资料显示,黄焖鸡又叫香鸡煲,是源自山东省济南市天桥区的汉族传统名吃,属于鲁菜系。

去年初,支付宝发布的“2015年全民账单”显示,黄焖鸡米饭后来居上,力压兰州拉面和沙县小吃,成为最受欢迎的“国民料理”。

那么网友对于这个后来居上的“国民料理”是怎么看的呢?在大众点评网上的一家杨铭宇黄焖鸡米饭店,一位网友的留言也许挺有代表性:“在这个高级购物中心,忽然觉得鸡米饭也好高大上了,会不会很贵呢?犹豫了很久我还是默默地关注这个金字招牌,望而却步,待我改日盛装再来品尝。”

黄焖鸡米饭还能走多远?

其实,真正地道的黄焖鸡米饭做起来可不那么简单,比如对所用主料都需严格过称下锅。锅体讲究,必须用江苏宜兴产的砂锅,不能用金属器皿。烹饪讲究,每次制作鸡肉重量不得超过2斤,确保食料配比。注重火候,一次制作的时间不得超过6分钟,确保肉质鲜嫩汤浓味厚。

那么,业内人士对于黄焖鸡米饭又是怎么看的呢?宁波市餐饮业与烹饪协会秘书长邵飞介绍说,黄焖鸡米饭原本是一道名吃,烹饪也有很讲究,不过现在随着店面越开越多,已经由名吃变成了小吃,肯定也没法太讲究了。

其他体验过的网友点评也是五花八门:

“**鲍牙彬**”:吃了五六家黄焖鸡米饭,没有一家味道一样的。

“**SWEETYYCC**”:最近特别流行。家里边上开了就去拔草啦。其实就是一个人吃的鸡公煲。

“**神名美食家18**”:根本就是黄焖鸡+米饭,饭还是白饭,也不是什么鸡稻共生生态米,也没有鸡汤汁焖过。就是小号鸡公煲加一点点香菇和蔬菜。

“**心然的美丽**”:这个菜式我在家都能做,比较没有亮点,性价比不高!都没有搭配着炒菜卖之内的!生菜坑爹,鸡块估计最后起锅的时候盛在石锅里吧!容器的作用不大!

“类似黄焖鸡米饭这样迅速火起来的特色小吃其实不在少数,但关键还是要能经得起时间的考验。”邵飞告诉记者,此前宁波市场上曾经风靡过一些小吃,它们都是在短时间内迅速走红,并且连锁店随处可见。这些小吃的寿命大多不过两三年时间,然后就沉寂下来了。

“黄焖鸡米饭的走红也有其原因,首先就在于超强的可复制性,只要掌握技术就能开店,然后采用加盟商的配方和原材料。关键还要看其后续的发展,在原材料、服务、口味上能不能继续留住顾客的心。”邵飞说。

记者 朱锦华 文/摄



途众汽车商城数据显示: 9月二手车销量 环比大增八成

大众继续稳居首位
别克、丰田屈居二、三

9月、10月是传统的汽车销售旺季,这同样体现在二手车交易上。据途众汽车商城的数据统计,9月份整个市场的销售量环比增加了近八成,但是国产品牌销售量所占比重环比却有较大的下滑。

德系日系依旧强劲

由于夏季天气炎热,消费者购车意愿不强,所以在传统的淡季,途众汽车商城的销售也受到一定影响,成交量比起开业时候有了一定下降。但是随着传统的“金九银十”销售旺季的到来,途众汽车商城的销售数据马上得到了提升。据市场统计的数据显示,相比8月份,9月份总体销售量增长了近八成,呈现出快速增长的势头。

据市场专业人士分析,这和二手车总体市场行情以及人们的消费习惯是一致的。

“不少人在这个时候换新车,就会有比较多的二手车进入市场,给了消费者更多的选择余地,销量自然就上去了。”途众汽车商城营销部相关负责人表示。

从具体的品牌排序来看,大众品牌以超过10%的比例依旧遥遥领先于其他品牌,所占比例比第二名的别克多了近一倍,丰田位列第三。传统的豪华品牌奥迪、宝马和奔驰则分列第四、第五和第七,第六名的位置被本田占据。总体来看,德系和日系的品牌在前十名里占据了6席,依旧处于统治性地位。而长安是前十名里唯一的国产品牌,名列第八。8月份曾经冲到第二名的江铃品牌,这次跌到了第十六名。

长安成为国产品牌亮点

在前二十的品牌中,有长安、吉利、东风、江铃、五菱、比亚迪等6家国产品牌入围,但是环比排名却都有了很大的下滑。其中东风从8月份的第十一名下滑到第十四名,五菱从8月份的第十二名跌到了第十九名,而8月份排名第十五名的长城则跌出了前二十。

虽然上个月国产品牌总体处于下滑趋势,但长安却是一个亮点。记者统计发现,从7月份开始,国产品牌中只有长安没有跌出过前十的位置,始终牢牢占据排行榜前列的位置。据市场人士分析,这些数据说明,长安汽车的种类比较齐全,除了目前最火的SUV之外,还有不少入门级的家用轿车,价位普遍不高,在5万-8万元区间,正是性价比最高的车型,所以市场表现一直比较抢眼。值得注意的是,虽然国产品牌在销售占比上有所下滑,但是销售绝对数量还是有所增加的。

市场上交易的二手车排量在1.0-2.0升之间的就占了75%,成为绝对主力,而这些车型也是国产品牌和合资品牌分布最广的。

据市场人士分析,随着中国经济整体趋势向好,进入第四季度二手车市场的增长也会好于预期。

记者 毛雷君

