上图 宁夏吴忠市一家早茶

本报记者 马呈忠摄

',普通消费者往往望而却步。然而如今,

酒店经营面临房租、水电、人力等高昂的 成本。而在非高峰时段,厨房、厨师、冷库往 **在处丁空转状态。一边是居高不下的成本压** 力,一边是闲置未能充分利用的资源。星级 酒店利用现有的资源,在非高峰时段制作外 摆餐品,有效消化库存食材,有效盘活酒店的

此外,多数酒店选择在自家门前或周边 摆摊,无需支付场地租赁费用,实现业务的低 成本扩张。基于供应链优势、品牌溢价与优 林 质服务,大厨下场摆摊成为星级酒店开拓市 场的新突破口,能够创造可观的现金流,保障

随着消费者越发理性,价格实惠、品质优 良且特色鲜明的餐品,能够带给人们强烈的 满足感。"星级酒店外摆"这种高性价比的稀 缺体验,创造出"品质升级、价格理性"的新市 场,不仅迎合了消费者对高品质体验的追求, 而且充分考虑了消费者的价格敏感度,迅速

相较于自降身段追求短期利润,打造口 碑才是星级酒店摆摊的主要目标。通过吸引 市民尝鲜、网红打卡、社交媒体传播,酒店迅

速俘获大量粉丝,不仅省下广告费,而且扩大 了品牌效应,提升了企业影响力。这不仅吸 引更多顾客预订婚宴、商务宴或入住酒店,有 效破解酒店淡季空置问题,而且发挥出"引 流一复购一到店"的漏斗效应,为企业创造

酒店在摆摊过程中,还能发掘新商机,除

了家常菜品的售卖,酒店会根据不同时间段

调整售卖的品类,提供早餐、简餐、夜宵、特色

众多星级酒店一改往日派头,主动走向街头,

其背后的逻辑是下沉开发新市场。

人力物力,可谓一举多得。

团队的稳定运转。

级引诸多消费者排队购买。 相较干白降身段语式4

了赖以生存的核心竞争力。

套餐等。酒店在摆摊之余还可以收集消费者的偏好信息。通过统计餐

品的销售数据、与消费者现场交流以及在线上发布有奖调查问卷等方

式,构建涵盖消费者口味、价格敏感度、品类偏好的餐饮大数据库。数

据回流厨房,既能精准勾勒出消费者群体的偏好特征,及时调整外摆餐

品策略不断扩大市场,不仅创造了新需求,更是履行了社会责任。

星级酒店,让消费者获得了实惠,城市赢得了烟火气。

从地方特色小吃到西式简餐,从社区食堂到星厨到家,多元化的产

星级酒店从以往高不可攀的形象走向大众消费群体,转向"堂食+

外摆+外卖+线上"的新模式,不仅增加了酒店行业的竞争力与活力,也

推动周边小商小贩的品质升级,实现餐饮行业整体水平提升。"下凡"的

品的品类,同时也推动酒店餐单推陈出新。

店内展示的八宝茶等礼品。

□ 马呈忠

山川有味

吴忠早茶"走出去



早茶,素来是东部沿海省市的饮食风 尚。然而在黄河岸边的宁夏吴忠市,早茶 已成为读懂这座城市的独特符号。

过去,大多数吴忠人的早餐不过是一 碗汤多面少的牛肉面,宽裕时再加个蛋、 配碟小菜。匆匆下肚,便投入一天的忙 碌中。不知从何时起,早餐渐渐变成"早 茶"。一字之变,折射出生活方式的升级, 以悠闲的"茶"代替果腹的"餐",用味道留 住人,借烟火气养产业。如今,吴忠早茶 门店已达793家,带动就业近2万人,成为 一张亮丽的城市名片。

解读吴忠,就从这一碗不简单的早茶

晨光里的慢滋味

在吴忠吃顿早茶要多久?

马宝玉的故事,是吴忠早茶发展的缩 经营早餐牛肉面多年的他,初中毕业 就去拉面馆打工了。在拉面行业摸爬滚 打10多年后,成为资深拉面师傅的马宝 玉开了家小店。那时,人们习惯早上吃一 碗牛肉面,不到10分钟就能吃完一顿早 餐。这样的生意,他做了很多年。

转变始于市场需求的变化,2000年左 右,一些店里开始搭配出售当地待客的饮 一八宝茶。顾客多为生意人,喜欢点 上一碗八宝盖碗茶,边喝边谈事。渐渐地,

吃牛肉面配八宝茶的人越来越多。有 些店家开始丰富八宝茶风味,增加小 菜品种,还添了简单的面点。

> 八宝茶是吴忠市利通区的 传统茶饮,2019年6月3日被列 人第五批自治区级非物质文化 遗产代表性项目名录,其历史可 追溯至盛唐丝绸之路时期。

当老顾客频频说起别家餐 厅推出新面点、新菜品时,马宝玉 有了压力。他去别家餐厅边 吃边学,琢磨早茶经营的门 道,请来面点师,增加了摊饼、 蒸包、锅贴、韭菜盒子等。

如今,马宝玉的店每天能迎 来五六百名早茶客人,回头客 约占90%。吴忠市餐饮饭店 协会会长荆红俊与马宝玉 同龄,也是店里的常客。

荆红俊的父亲一直在 吴忠市饮食服务公司工作, 在他的记忆里,吴忠人素有吃早点 的习惯:母亲在家烙好饼、泡好茶, 忠美食? 吴忠餐饮饭店协会建议,与中国 烹饪协会合作,在吴忠连续举办美食大 赛。2019年,协会与吴忠市商务和投资促 进局共同评定了手抓羊肉、麻辣烫、砂锅、 羊杂、早茶拉面等八大品类十大美食名店。

一旦有了榜样,大家便主动学习、互 相竞争。从面点到小菜,在你追我赶中, 早茶品类不断丰富。

2021年,有约300家早茶店的吴忠市 获评中国烹饪协会"早茶文化地标城 市"。同年举办的首届早茶文化节,客流 量和旅游收入甚至超过一些旅游资源丰 富的县市。

现在,早茶文化节已成为吴忠一大盛 事。去年举办的第四届吴忠早茶美食文 化节期间,客流量首次突破300万人次, 直接消费达8.26亿元,带动全市餐饮业实 现营业额32亿元。

早茶发展的朝气与底气,让"游在宁 夏,吃在吴忠"的概念日渐清晰。

马宝玉的早茶经营时间从早晨7点 持续到上午11点。他每天清晨5点起床, 始终坚持老味道不变。每隔三五年就要 装修一次店铺,相较过去突出"牛肉面", 最新一次装修中他加入了"早茶"二字,将 其放在与牛肉面同等重要的位置。

人来人往、香气四溢的餐厅里,30多 种面点、20多种配菜再加上香甜的八宝 茶,即便过了上午11点,仍有人来此细细 品味,享受这段悠闲的时光。

老味道的新章法

用美味留住食客,是门实实在在的

"吴忠美食技艺有进步,但味型始终 未变,依旧是祖辈留下的老味道。"荆红俊 认为,餐饮人的任务在于挖掘与传承。

闭门造车行不通,守旧而不创新更难 契合当下市场。以往,吴忠餐饮人往往各 自为政,视配方如机密。如今,在行业协 会推动下,大家开始交流互鉴,一道道传 统美食得以优化提升。

2018年,马娟从公公丁洪军手中接 过富平园饭店。当时饭店经营举步维艰: 午餐最多接待一两桌客人,早餐日销售额

本是餐饮"门外汉"的马娟从服务员做 起,一点点熟悉采购、财务、税务等环节。但 苦撑一年多,饭店仍不见起色。恰逢吴忠早 茶逐渐兴起,她决心借早茶让老店重生。

为了做好早茶,她尝遍吴忠大大小小

反复斟酌后,她决定推出自助早茶, 让食客一次尝遍吴忠风味。起初周围-片反对声音:"闲得没事干,搞什么早茶?" "这样折腾,老客都要走了!"

"最多再试3天,不行就收。"马娟在 丰富面点与小菜的同时,在短视频平台发 布了自助早茶的消息。第二天出现了顾 客满座甚至排队的情况,她第一次见识到 网络的传播力。之后,马娟参加宁夏回族 自治区商务厅的直播培训,首场直播虽只 卖出2000多元,却让她信心倍增。回来 后,她边问边查,边试边播,一步步把早茶 背后的故事传递出去。

随着馓子、油香、牛羊肉等特色新品 陆续推出,来马娟店里品尝早茶的人越来 越多,日营业额突破万元。

线上推广让更多人知道了她的美食, 马娟依托早茶店开始推出礼盒产品,精心 设计包装,以最快速度让上海、广州、三亚 等远方顾客也能尝到吴忠味道。礼盒内 容也从最初几样扩展到羊杂、八宝饭、盐 焗鸡、手撕鸡、炸肉丸等丰富的选择。去 年春节前10天,礼盒销售额达35万元。

回望马宝玉刚开店的年代,只要拉面 味道好,哪怕深巷也有人寻味而至。而如 今,除了坚守美味,还要学会讲故事,为每 一道食物注入能被理解和传播的内涵。

为此,马宝玉把儿子送到杭州,学习 线上推广、视频拍摄剪辑和现代餐饮管 理——他清楚,留住食客,既要靠老味 道,也要靠新办法。

一碗茶里的世界

绿茶、桂圆、冰糖、芝麻、玫瑰酱等原 料静置在盖碗中,沸水冲入,茶料翻滚交 融,茶香与果香四溢。八宝茶,不仅是开 启吴忠早茶的一把香甜钥匙,更成为游客 能够带走的独特伴手礼。

在吴忠市利通区上桥镇牛家坊村的 刘三朵八宝茶非遗体验馆里,宁夏回族自 治区级非物质文化遗产代表性传承人刘 晓虹正为游客讲解八宝茶历史,并不时指 导大家调配出一杯适合自己的八宝茶。

祖辈一直经营茶叶与干果生意,刘晓 虹记得,儿时家里一来客人,奶奶便会打开 锁着的柜门,取出茶叶、桂圆、红枣和冰糖, 亲手为客人沏上一杯盖碗茶。那一碗香甜 迎客茶,滋味悠长,令人难忘。家庭的熏 陶,让刘晓虹从小就热爱上了八宝茶。

大学毕业后,刘晓虹先进入餐饮公司

产,品类单一、包装简单,很难给外地游客 留下深刻印象。2016年,为了让更多人喝 到香甜的传统八宝茶,她辞去工作开了家 小面馆,在进门处摆出手工制作的八宝 茶,推出老味道、茉莉花等8种传统口味。

不到半年时间里,她手工制作的八宝 茶渐渐被更多顾客熟知和购买,在当地带 起手工八宝茶的风潮,各家早茶店陆续推 出类似的产品。

2017年,随着品牌推广获得更多认 可,刘晓虹建起厂房,专心琢磨如何标准 化、规范化生产八宝茶。口味多样,包装 新颖的刘三朵八宝茶也摆到了马娟的富 平园饭店,供顾客挑选品尝。在马娟看 来,专业的事让专业的人干,省力不说,还 能带动产业一同发展。

吴忠——这片被黄河水滋养的土地, 孕育出这一碗浓香四溢的盖碗茶。随着 早茶文化的兴起,刘晓虹希望,更多人能 通过这一杯八宝茶认识并爱上这座城市。

传统八宝茶中,甜味不可或缺,它能 很好地中和春尖茶的微涩。但在健康饮 食备受关注的今天,如何满足全国各地游 客不同的口味需求?

针对爱美女性加入玫瑰花和姜片,胖 大海搭配雪梨润润嗓子,推出零卡糖版 本 … 从最初8种基础口味出发, 刘晓虹 推出56种口味的八宝茶,寓意56个民族 团结和睦、其乐融融。

借助分布在全国各地的70多家品牌 门店,每年有近千万包刘三朵八宝茶走上 各地消费者的餐桌,持续传递着吴忠早茶 的甜美与温情。

八宝茶的畅销,也让更多早茶从业者 "走出去"的心热起来。

吴忠早茶能否成功走向全国? 荆红 俊认为,资金并不是最大难题,人才才是 瓶颈。目前因专业人才缺乏,导致用工成 本高、人才竞争无序等问题频现。若能吸 引和培养更多人才,服务质量、选址经营、 成本控制等难题也将迎刃而解。

今年,当地政府与餐饮饭店协会正持 续加大培训力度,不断夯实行业人力资源 基础,巩固吴忠早茶"好吃不贵"的特色, 吸引更多人加入这项富民产业。

晨光漫过黄河,水汽氤氲,八宝茶的 甜香飘进街巷,融入每日的欢声笑语之 中。早茶人在忙碌中暗自铆足了劲,他们 心照不宣,要让天南海北的游客们不仅能 吃好一顿早茶,更能从这碗醇香里品出西 北人的温情与产业的温度。



湖南娄底市新化县奉家镇渠江源村村民邹桂林:

万亩茶香富农家

我叫邹桂林,是土生土长的奉家镇渠 江源村人。"奉嘎山"(当地方言)三个字一 出口,人们脑海里浮现的多是"偏远"二 字。而如今再提"奉嘎山",谁人不晓这是 "茶寿生活"的代名词?回首脱贫攻坚以 来的这些年,我们村迎来了翻天覆地的变 化,从青绿的万亩茶园里、热闹的民心茶 室中,一天天地好起来了。

渠江源村在雪峰山脉深处,平均海拔 1000余米,大山赋予了我们独特的产茶优 势,也把我们和外界隔离开来。以前村里 只有一条坑坑洼洼的泥巴路,一下雨就没 法走。年轻人纷纷外出打工谋出路,留下 老人孩子守村;家家户户靠几亩薄田和零 散茶园过活,田地里的农作物只够一家温 饱,做出来的茶叶产量低、品质杂、没销路。

脱贫攻坚的春风吹进了贫瘠的小山 村,党委、政府大力支持基础设施建设,几 年间,新建、改建了村组公路30余公里,平

坦宽阔的水泥路通到了村民家门口。发 展产业是实现脱贫的根本之策,镇上确定 了"一村一品"的精准扶贫产业发展模式, 通过公司和大户带动,农民用土地入股, 组建公司、专业合作社等方式带动村民发

很快,桃花源农业、紫金茶叶等茶企、 合作社陆续成立,茶园的招工信息也张贴 在家家户户的屋檐下。"桃花源"吸纳贫困 户、残疾人100余人就业,流转茶园1600余 亩,将茶叶加工技术无偿传授给茶叶种植 和加工农户;"紫金茶叶"流转茶园1000余 亩,与259户贫困户签订帮扶合同,以"一代 (代管茶园、保底收购)二免(免费提供苗 木、肥料和技术培训)三优(优先劳务用 工、优先收购、优先帮扶)"的帮扶机制助 力脱贫增收,解决了就业岗位300余个,实 现贫困户每人年增收2000元以上。

扶贫先扶志,贫困户在扶贫车间里找

到了工作;采茶季妇女、老人在茶园里采 茶、培管;家家户户自主发展起茶产业。 2018年,渠江源村被评为"全国一村一品 示范村",2019年,摘掉贫困村帽子。 2024年,全村人均年收入达到2万元,比 2012年增加了1.6万元。如今,全村拥有 高标准茶园8000余亩,年产值达到1.2亿 元,规模以上茶叶企业4家,"万亩茶园亿 元村"从愿景变为实景。

不仅如此,近年来,村里依托良好的生 态资源和茶产业发展乡村旅游,实现农文 旅融合发展。以前冷清的小山村变得热闹 起来,农家乐从零散的几家发展到34家,年 游客数量达到30余万人次,返乡创业的年 轻人越来越多,他们利用互联网平台,把茶 园、炒茶锅、农家乐都展示在镜头前,把渠 江源的茶叶、腊肉、 逐梦乡村·巩固脱贫攻坚成果

笋干等农产品卖得

热火朝天。

为了让大家拧成一股绳,今年镇里推 行"民心茶室+"基层治理新模式,民心茶 室成了村里最热闹的地方。镇村干部定 期来面对面交流,听诉求、讲政策;村民有 困难会去茶室求助,大家一起想办法;镇 里结合产业发展实际和村民需求定期举 办活动,邀请专家义诊、指导民宿建设、开 展技能培训、宣传政策等。有了民心茶室 以后,邻里更和谐了,大家劲往一处使,想 着把渠江源村建设得更好,看着村子一天 天变好,我打心底里感到自豪。

脱贫攻坚让我们摘掉了贫困的帽子, 现在我们又踏上了乡村全面振兴的新征 程。我相信在大家的共同努力下,渠江源 村的日子一定会越过越好。

(谢 瑶采访整理)

本版编辑 陈莹莹 李 静 美 编 王子萱 来稿邮箱 fukan@jjrbs.cn