



共同唱响双城记 共建川渝美食圈

2021成渝餐·饮峰会暨第四届川菜产业发展高峰论坛在成都举行

华西都市报-封面新闻记者 喻奇树

3月31日,由封面新闻、华西都市报、成都餐饮同业公会共同主办的“找准赛道 赢在未来”2021成渝餐·饮峰会暨第四届川菜产业发展高峰论坛在成都W酒店举行,本次峰会可谓大咖云集,精彩观点频现,为川渝餐饮界献上了一场思想盛宴。

本次餐饮峰会放眼全国,并首次聚焦成渝双城,共同唱响“双城记”,推动成渝两地经济文化交流融合。该活动由四川省商务厅、重庆市商务委员会、四川日报报业集团指导,重庆市火锅协会、重庆市烹饪协会共同协办,重庆餐饮企业更是组团参会。

活动也得到多家企业大力支持,唯怡天然饮品、冰川时代天然矿泉水成为本次活动指定饮品,梅见青梅酒作为本次活动特约合作伙伴。

峰会现场,重庆市商务委员会市场流通处副处长刘建勋表示,川渝地区山水相连、人文相亲、产业相近,经济相融,自古以来,就被统称为“巴蜀”,有着深厚的历史文化渊源。两地的饮食文化,可谓一母同胞、同根同源,有着共同特点又各具特色,在世界美食版图上都有一定知名度和影响力。

刘建勋表示,去年1月3日,中央财经委员会第六次会议提出,大力推动成渝地区双城经济圈建设,这为两地带来前所未有的重大历史机遇,“下一步,重庆市商务委员会将与四川、成都商务部门密切合作,共创‘川菜渝味’区域公共品牌,共同提升两地餐饮产品在国内外的品牌影响力和市场竞争力。”

四川省商务厅服务贸易与商贸服务业处副处长杨溢表示,川渝一家亲,成渝地区双城经济圈建设是国家战略决策和川渝发展的重大利好,“随着复兴号提速,成渝双城正式进入‘一小时经济圈’,川渝两地餐饮圈要加强交流合作,共同研讨供应链上下游合作重点领域、联动机制,发挥各自优势,用好现有资源,在携手推动成渝地区双城经济圈建设中贡献餐饮人的智慧。”

在本次餐饮峰会上,全国多位餐饮、食品行业的大咖现场发表主题演讲,分享精彩观点。

章鱼小数据创始人谭海林代表封面研究院和章鱼小数据,共同发布了《2021年餐饮业十大趋势关键词》。中国食品行业权威分析师朱丹蓬则以《中国快消品企业如何看局、判局、谋局、布局》为题,发表主题演讲,对未来快消行业发展作了趋势判断,并提出抉择建议。

在峰会第二篇章破圈·看赛道环节,元气森林副总裁宗昊以《一瓶饮料崛起的新商业密码》为题,从发现需求到满足需求,揭秘元气森林成为爆品的秘密。

成都希望食品销售公司总经理兰敏以《爆款小酥肉的商业逻辑》为题,揭示了美好是如何将一款常见的小酥肉做到6亿元销售额的。

乃心控股集团董事长黄天勇以《中餐标准化、去人工智能化助



封面新闻“2021消费品质量守护联盟”成立

川渝地区山水相连、人文相亲、产业相近,经济相融,自古以来,就被统称为“巴蜀”,有着深厚的历史文化渊源。两地的饮食文化,可谓一母同胞、同根同源,有着共同特点又各具特色,在世界美食版图上都有一定知名度和影响力。

力川菜出川”为题,以实战经验为例,分享了川菜标准化诸多观点及相关解决方案。

论坛的第三个板块协同·看管理篇,川娃子食品集团创始人兼CEO唐磊以《从小品类切入 川娃子如何做到6大单品冠军》为题,分析了川娃子快速“破圈”的成功秘诀。

大龙燚联合创始人、副总裁雷星以《川味出海 深耕市场共创远方——大龙燚供应链发展之路》为题,分享大龙燚发展模式。

湊湊首席市场官杨婷婷,作了《轻奢品牌下沉市场操作——湊湊心得分享》,告诉大家湊湊是如何将数百家直营门店开到全国的。

主题分享结束后还举行了圆桌论坛,重庆市烹饪协会会长王顺海、成都餐饮同业公会秘书长袁小然、成都市食品工业协会执行会长任伟维、四川亚龙品牌管理有限公司董事长冯明强、重庆佳永小天鹅餐饮有限公司总经理刘青、重庆朱光玉火锅联合创始人菲比等六位嘉宾,围绕《共建成渝一小时美食生态圈》进行了观点分享,探讨如何讲好成渝故事,共同融入成渝“一小时美食生态圈”。

作为本次活动的压轴戏,峰会还举行了封面新闻“2021消费品质量守护联盟”成立仪式,并携手质量守护联盟成员,共同发起“共建成渝食品安全城市”倡议。同时发布“2020年成渝十大餐饮美学事件”“2021年成渝餐饮标杆品牌”“2021年成渝餐饮潮流品牌”。

封面新闻借助自身平台优势,以视频直播的形式,对整场餐饮峰会进行了直播。

精彩观点

元气森林副总裁宗昊

元气森林之所以能快速崛起,就在于提出了“客户第一”的价值主张,满足客户需求,虽然很多品牌都在谈“客户第一”,但最关键的是如何真正践行到极致。



湊湊首席市场官杨婷婷

湊湊对自身的定位和目标消费群体是非常清楚的,不管我们到哪里,我们的目标客户群都是年轻女性,我们简称为“她经济”,并且会围绕“她经济”做很多宠爱的事情。



成都希望食品销售公司总经理兰敏

美好爆款小酥肉成功背后的商业逻辑是什么?食品企业应顺势而为,抢抓食品工业化机遇,知其“痛点”,才能成其“爽点”。总结小酥肉的模式,是在立项阶段就关注痛点,研发阶段有大厨参与,在供应方面一定会根据原料端产能在全国布局,在消费者体验上注重消费者的实时反馈。



乃心控股集团董事长黄天勇

传统中餐无法达到高度标准化出餐,是川味出川的最大壁垒。经过多年研发,目前在菜谱研发、门店管控、智能烹饪方面已经有了一套完整、成熟的方案。这个方案解决了川菜加盟的出品和口味问题,做到了降低人工成本,厨房去厨师化,成功搭建了中餐标准化工艺流程。



中国食品行业权威分析师朱丹蓬

随着中国低龄消费者的消费前置,中国饮料市场在2021年将出现三个属性,谁同时拥有谁就有可能成为“爆款”。包装颜值、配方功能化、低糖无添加、品牌调性是第一个属性;呆、趣、萌将是第二个属性;电商化、粉丝化、差异化、童趣化是第三个属性。



川娃子食品创始人兼CEO唐磊

如今,大家处于新的十年发展交叉口,对发展方向会相对迷茫。下一步川娃子怎么走?那就是抓住消费升级的机会,布局新赛道,培育自己的核心竞争力。华西都市报-封面新闻记者 喻奇树 但辰璐 徐诗丽 母琪



2021消费品质量守护联盟

(排名不分先后)

- 食品安全榜样
 - 蓝剑饮品集团
 - 锅圈食汇供应链
 - 元气森林
 - 梅见青梅酒
 - 豪吉
 - 小仙炖
 - 川西坝子
- 消费者信赖榜样
 - 全兴酒业
 - 川娃子
 - 马路边边麻辣烫
 - 牛水煮麻辣水煮牛肉

2020年度成渝餐饮十大美学事件

(排名不分先后)

- 重庆市火锅协会:第12届中国(重庆)火锅美食文化节
- 成都餐饮同业公会:首届国际川菜厨师节
- 四川省美食家协会:成都名宴创建与推介
- 成都市食品工业协会:首届中国辣味产业大会
- 豪吉:2020成都面馆50强评选
- 麦当劳(四川):麦当劳M³风格玩味旗舰店落户成都
- 肯德基:成都肯德基公园城市主题餐厅开业
- 小龙翻大江火锅酒楼:2020“古韵中国·食色东方”文化宴
- 烤匠·麻辣烤鱼:烤匠麻辣上瘾节
- 许家菜:如意宴川菜的24味型

2021年成渝餐饮标杆品牌

(排名不分先后)

- 涪陵榨菜
- 唯怡天然饮品
- 园里火锅
- 德庄火锅
- 川娃子
- 梅见青梅酒
- 美好食品
- 聚慧科技
- 锅圈食汇
- 大龙燚火锅
- 小天鹅火锅
- 茶百道
- 秋金小炒
- 舌尖派对·四川小吃集
- 月满大江·成都味火锅
- 蜀滋香·鲜鱼火锅

2021年成渝餐饮潮流品牌

(排名不分先后)

- 小龙坎火锅
- 周师兄火锅
- 朱光玉火锅馆
- 一只酸奶牛
- 三众酉
- 鱼夫鱼仔鹅卵石鱼火锅
- 沸悦·鲜火锅