

知名酒店纷纷到小区门口“摆摊”

便民生意带给市民好口福真实惠

近期,无锡餐饮市场出现新动向:君来湖滨饭店、沈府嘉筵、翠竹苑大酒店等多家本地知名酒店纷纷走出“深闺”,有的在小区门口设立便民服务点,有的开设定时外卖窗口,以亲民价格售卖星级菜品。6元的凉拌面、十几元的热炒硬菜吸引市民排起长队,日销动辄破万。这股“大酒店摆摊”风,折射出行业主动下沉、拥抱社区消费的新趋势。



“星”味入巷

大酒店俯身摆摊忙

上午10点的湖滨商业街,沈府嘉筵酒店门前人潮涌动,空气里弥漫着诱人的酱香。“给我来一份猪蹄!”“两份!我要两份!”“四喜面筋还有吗?”……点单声、扫码声、催促声瞬间交织成一片喧嚣。刚出锅的东坡肉被迅速分装进外卖餐盒,递到翘首以盼的顾客手中,拎着刚买的凉拌面,居民吴阿姨笑得合不拢嘴:“一份只要6元,楼下小店还不止这个价呢,夏天开火一身汗,现在每天都来这里解决中晚饭。”

“星级名店走入街头巷尾”的景象,正在锡城多处上演。在锡山区翠竹苑酒店大堂内,为抢购限量供

应的招牌干蒸鸡和浓油赤酱的家常红烧肉,不少忠实拥趸甚至提前半个小时就开始排队守候。君来湖滨饭店推出的“湖滨到家”移动摊位正在锡城多个小区开启“巡回售卖”;滨湖区盛世禧缘大酒店开启外卖窗口,冰糖肘子、秘制卤味成为“断货王”。

曾经以商务宴请、高端宴会为主的无锡大酒店,正通过“流动餐车”“定时外卖窗口”等充满烟火气的创新形式,深度嵌入市民的日常生活活动线,实实在在地点燃了社区对高性价比、高品质便捷餐饮的巨大热情与需求。

拥抱蓝海

下沉社区,盘活资源拓新局

定位高端的大酒店,为何甘愿“俯身”做便民生意?

“高端宴席和旅游团队有季节性波动,而社区家庭的日常餐饮需求,则是庞大且稳定的基础市场。”沈府嘉筵创始人沈国发点明了布局便民餐饮的核心动因。他进一步解释道,利用暑期婚宴淡季和旅游平峰期相对充裕的人力与厨房产能,当前正是主动拓展便民服务窗口、优化资源配置的好时机。

更深层的考量,在于改变市民对高端酒店的固有认知,聚拢人气,拉近距离。“过去,市民总觉得我们沈府嘉筵这类酒店‘高高在上’,日常家庭用餐基本不会想到我们。”沈国发坦言,打破这种距离感,让星级品质触手可及,成为便民服务的核心目标之一。

价格,正是撬动市民尝试、改变印

象最直接的杠杆。湖滨饭店相关负责人叶青介绍:“我们菜单里最贵的是138元两斤的小龙虾,其它像2元一只的麻团、6元一根的蒜香排骨,都非常受欢迎。关键是,所有菜品都由酒店同批厨师,按照同等标准制作,只是剥离了高昂的环境和服务成本,让市民在家门口就能用‘社区价’享受到‘星级味’。”

在清晰的市场定位和亲民的价格策略支撑下,服务理念和运营模式也迎来创新。各酒店精心设计便民服务策略:九龙湾丽呈将出摊时间精准设定在下午4点,无缝对接居民下班采购晚餐的需求;翠竹苑菜单根据季节和天气动态调整,夏季主打清爽菜品;盛世禧缘则通过抖音直播预告当日“爆款”,实现线上引流、线下提货。

烟火挑战

品质为基,构筑长效便民模式

当星级酒店的炒勺遇见市井烟火,一系列关于品质坚守、产品适配与模式可持续的深层次挑战也随之浮现,考验着行业的智慧与定力。

“降价绝不能降质,否则就是自毁长城,模糊了星级酒店的核心竞争力。”市烹饪餐饮行业协会相关负责人指出更现实的困境:“并非所有菜品都适合外摆外卖。比如一些讲究即时口感的菜肴,一旦打包或离了特定堂食环境,风味便大打折扣。”

更深远的挑战在于战略定位与系统能力建设。当前火爆的“摆摊”是否仅为度过暑期淡季的权宜之

计?便民外卖打开了“餐饮零售化”的新思路,但需配套完善的系统工程支撑,比如如何通过数字化平台实现更精准的客群触达和订单管理?这些都是摆在酒店面前的现实课题。

市餐饮协会相关负责人介绍,未来的竞争关键,仍在于能否将“烟火气”中的实践,转化为“品质标准化、服务社区化、渠道多元化”的可持续模式,在高端与亲民之间找到最佳平衡点。“星级酒店的烟火气,本就不该束之高阁。关键在于,如何让这份温度与品质,持久地融入百姓生活。”(晚报记者 陈婧怡/文、摄)

惠山永辉超市将迎来“胖东来式”爆改

下月开启调改前的全面清仓

本报讯 近日,位于惠山万达广场负一楼的永辉超市,将接受“胖东来模式”深度调改的消息,引起广泛关注。昨天,记者获悉,该超市现已启动调改前最后一波促销,部分商品低至8.8折,为下月全面清仓预热。

昨晚7点左右,记者来到惠山万达广场负一楼的永辉超市,店内商品充足,生鲜区人流相对集中。家住奥林匹克花园的张阿姨摇着扇子穿梭在货架间,“我就住在附近,经常来这里,听说要大改造了,挺期待。”放眼望去,醒目的红色折扣标签在零食饮料、洗化日用品等区域随处可见,清晰地标注着“8.8折”。店员证实,此轮优惠持续至7月20日,是调改前的最后一波常规折扣,更大力度的清仓促销将在8月启动。

近日,这家惠山永辉超市被列入永辉第六批“胖东来模式”调改名单,成为无锡首个接受此类深度升级的门店。按照计划,超市将于8月闭店改造,目标在9月、赶在国庆假期前

以全新面貌开业。

一场脱胎换骨的改造即将展开。门店负责人介绍,改造后超市经营面积不变,将进行全方位革新:货架高度降低、通道拓宽、取消强制购物动线,并增配备直饮水、微波炉和一次性餐具的顾客休息区。

参照南京江宁万达店成功调改案例,商品中有70%被替换。最显著的变化是鲜食比例从目前的5%大幅提升至25%以上,鲜食销售区将扩大到200平方米。生鲜区将严格执行“日清”制度,叶菜、肉禽、水产等商品当天未售完即下架。

据了解,自有品牌专区的设立成为最大亮点。改造后门店将引入胖东来自营的精酿啤酒、果汁、燕麦片、食用油等网红单品,让无锡消费者在家门口就能体验“胖东来同款”。商品结构将从“大而全”转向“精而美”,通过强化产地直采和增设质检中心来平衡品质与价格。

永辉超市CMO余咸平此前在公



开场合强调,此次调改是“永辉从货架逻辑向生活方式逻辑跃迁的关键一步”,核心是全面对标胖东来服务理念,构建“高质价比、多元化特色商品矩阵”。

当下,店内随处可见的红色折扣

标签,既是老永辉超市惠山店的告别仪式,也是新永辉超市诞生的前奏。周边居民在享受这波“末班车”折扣的同时,更热切期盼着一个更明亮舒适的“无锡版胖东来”在金秋时节亮相。(陈婧怡 文/摄)