

2024年餐饮行业热词： 老卷卷

本报记者 陈东明

“时间如白驹过隙，2024年已匆匆而过，转眼已经来到了2025年，对于餐饮人来说，好像又想起了去年年初的那句话：新的一年，新的挑战即将开始。

2024年，记者在餐饮行业采访时听到最多的一个字就是“卷”，最大的感受是“老卷卷”。

“太卷了，不管企业大小，男女老少、员工老板都上直播了。”日前，记者在采访一家餐饮企业负责人时，其感叹2024年餐饮行业太卷，生意不好做。

作为一家本地知名餐饮企业，去年年初以来，面对激烈的市场竞争，一向不太在意网络视频直播推货的这家企业，在积极调整产品品种和价位的同时，老板带领员工上阵搞起了直播推介。而说起业绩，这位负责人摇头苦笑：“你打开手机看看，到处都在直播，拼得厉害，卷得厉害。我们的直播效果并不理想，但大家都在做，你也不得不去做。就当玩了，再做做试试。”

“卷”是一个网络流行语，也称为“内卷”，原指一类文化模式达到了某种最终的形态以后，既没有办法稳定下来，也没有办法转变为新的形态，而只能不断地在内部变得更加复杂的现象。现指同行间竞相付出更多努力以争夺有限资源，从而导致个体“收益努力比”下降的现象。

2024年10月31日，中国饭店协会发布的《2024中国餐饮业年度报告》（以下简称《报告》）指出，县域经济规模和消费能力进一步提升正带动餐饮市场加速下沉，大众化平民消费餐饮成了市场主流选择和发展方向。

《报告》认为，追求极致性价比已成为消费者的首要目标。研究显示，餐饮正加快迈入“大众消费”时代，高线城市表现为全面降价，以回应消费者对于性价比的追求，而低线城市则体现为连锁品牌和优质餐饮企业的下沉。

居民餐饮消费习惯调整的同时，市场结构也在加速转型。而相对于这种业态，2024年餐饮也迎来了创业热潮。入局者激增，市场竞争加剧。据相关资料显示，2024年餐饮行业经历了一场前所未有的创业热潮。随着创业人数的激增以及行业内部竞争的愈发激烈，餐饮市场的活力和多样性也在不断提升。据统计，截至2024年11月底，全国范围内新注册的餐饮相关企业已达313.9万家，存量企业突破1670.1万家，较2023年增长了8.5%。这一数据揭示了餐饮行业的巨大吸引力，同时也暗示了2024年市场竞争的异常白热化。

2024年各个行业间的“内卷”很厉害，但“内卷”现象早已存在。早在2021年8月25日百度指数数据分析平台显示，“内卷”的整体日均搜索指数值为16999、移动日均搜索指数值为14886、最高峰值为88726（2021年5月31日），以至于2024年7月30日中共中央政治局召开会议，指出要强化行业自律，防止“内卷式”恶性竞争。



其实，“内卷”本是一个学术名词，在学术文献中常用于“内卷化”。据说“内卷”这个概念是德国哲学家康德在《判断力批判》一书中最早使用的。

从学术名词到时代共鸣，“内卷”都“卷”了什么？人类学家克利福德·格尔茨在其著作《农业内卷化：印度尼西亚的生态变化过程》中提道：在印度尼西亚调查时发现，爪哇岛资本缺乏、土地数量有限，加之行政性障碍等，无法将农业向外扩展，致使增加的劳动力不断填充到有限的水稻生产中，农业内部变得更精细、更复杂，从而形成“没有发展的增长”。格尔茨用“农业内卷化”来概括这一过程。

“内卷化”引起中国学术界的关注，则是因黄宗智在著作《华北的小农经济与社会变迁》和《长江三角洲小农家庭与乡村发展》中分析过去几个世纪中国农村状况时，借用了人类学家的“农业内卷化”概念。他用“农业内卷化”概念来说明劳动密集化带来单个劳动日报酬递减，表现为没有发展的增长，“‘内卷’的要旨在于单位土地上劳动投入的高度密集和单位劳动的边际报酬减少，近世以来还存在着

‘过密型商品化’”。“内卷”作为一个学术名词被具象化到现实生活中，则表现为行业内的一种焦虑化。而体现在焦作餐饮界，“内卷”最直接、最突出的一个呈现就是各种直播，直播团队播、网红主播带货播、代运营播、达人直播、砍价直播、限时秒杀播，甚至各餐饮企业老板纷纷上阵拍视频、搞直播。

相对于以前多是时尚小店的视频推介和直播销售，2024年，焦作餐饮界一些主流餐饮店也开始日益注重网络推广和视频直播及企业IP的打造，纷纷推出自己个性化的视频推介和现场直播，而这种现象2024年以前基本是许多主流企业不屑于操作的。

“没办法，严峻的市场竞争，你不去做，流量就进不来。”一家口碑不错的老牌餐饮店负责人表示。据该负责人介绍，该店以前只是偶尔拍一些视频、推出一些活动，烘托一下气氛。去年年初以来，随着社会上各家餐饮企业的视频推介及直播声势越来越大，他们也找了直播运营代理，开始加入直播行列。这位负责人表示，现在的网络推介信息太多、太杂，消费者的可选择性太多。作为现代消费者信息的主要接收渠道，手机视频的拍摄和直播成为商家不得不重视的选择。

记者采访的多家餐饮老店都采取了定期视频推介和代运营直播，个别有实力的餐饮企业和酒店则致力于培养自己的团队，有计划、有目的地开展网络直播等营销。

说起效果，则有喜有忧。对于这种新的营销形式，餐饮企业老板们的态度也是各异。

一些餐饮企业老板表现出了很大的兴趣，不仅积极配合，还亲自或安排员工了解、熟悉直播运营的模式和技巧，有些还专门针对线上推销设置了套餐和单品。

但有些餐饮企业老板则显得很无奈，在被动接受的同时，并不太看重最后的效果。“这是一种新形式、新业态，但顾客买账的还是你的菜品和服务质量。”一家老牌餐饮企业的老板表示。相对于现在的这种现象，这位老板平时的工作重心依然放在企业内功上。“我们也签约了直播运营，但多是正常的菜品和套餐及品牌介绍。”该老板表示，一些商家推出的针对直播的优惠套餐，并不能为企业带来持久的效益，更多的是一种“内卷”。

2024年更为平民化消费趋势和市场走向，使得如今中餐馆的人均消费朝着更低价位方向迈进，这也使得餐饮界竞争更趋白热化。

2020年，当“边骑车边用电脑”的那位学生被称为“卷王”登上热搜时，其肯定想不到随后的各行各业“内卷”大流行。

“万事都干遍，还是开饭店”，2024年，许多人扭头杀入餐饮行业所带来的创业热潮，正在以前所未有的速度和热情席卷市场。无论是创业者还是消费者，都在这一波浪潮中感受着机遇与挑战的交织。激烈的市场竞争也给人们带来一个值得思考的问题：在行业巨大的吸引力与竞争力下，我们该如何把握机遇、迎接挑战？可以预见，随着市场的不断洗牌与创新，2025年的餐饮行业将呈现出更加丰富多彩的面貌。

图①②③ 地方特色美食。

本报记者 陈东明 摄



打造健康美味 百姓饮食指南

主编：陈东明

新闻热线：

15893090301

监督维权热线：

18639136028



扫码关注焦作日报抖音号