



# 价格低、菜品多、免浪费，深受上班族与小家庭青睐 哈市小份菜外卖餐厅悄然增多

□本报记者 霍亮 文/摄

“媳妇儿，晚上别做饭了，点外卖吧，咱俩点4个小份菜，不到50块钱就能搞定。”平时工作很忙没时间做饭的小林夫妇，近日成了小份菜外卖的拥趸。东北小份菜、湘菜川菜小份菜、新中式轻食小份菜……眼下，在哈埠餐饮外卖市场，主打小份菜的各类外卖店铺正在悄然增多。更多餐厅开始售卖小份菜，体现出在政府号召引导之外，市场自发关注公众消费习惯的变化，并已针对旅游端需求作出积极反馈。

## 总价低、选择多

### 小份菜重构市场价格体系

随着哈尔滨旅游的火爆出圈，东北菜和其他区域地方菜的小份菜成了冰城外卖市场的一个热门品类。记者在美团外卖平台上看到，道里区一家主打东北小份菜的店铺，月销量达到了9999+，这样的数据甚至超过了位于商圈旺铺的大型品牌连锁餐厅。

在小份菜的菜品方面，锅包肉、地三鲜、酸菜粉、熘肉段等经典东北菜品一应俱全。一个肉类的小份菜单价不超过15元，而一份纯素菜的小份菜单价甚至低于7元。与传统销售模式中，一份“大剂量”肉菜动辄四五十元、素菜也要二十元左右相比，小份菜的价格优势尤为突出，这也是小份菜餐厅兴起的关键因素。

“我们家两口子吃饭，以前到餐厅点一个菜太单一，点两个的话就得剩下一些吃不了。”小林说，一般来说，小份菜的菜码是传统菜码的一半左右，两人点三到四个小份菜，基本上都能吃完，既品尝了更多菜品还不会浪费。在品类方面，哈埠的小份菜外卖主题餐厅也兼容了各类菜品，除了传统东北炒菜，还有川菜、湘菜、健康轻食等各类风味不同菜系品种。

不仅如此，小份菜外卖主题餐厅还会让类似水煮鱼、酸菜鱼等适合聚餐的大盘菜，成为随时可以独享的品类。“晚上点了个水煮鱼外卖，一个人二十多块钱。”在校大学生周晶平时很爱吃川菜，水煮鱼更是她的最爱。“以前，无论是下馆子还是点外卖，吃水煮鱼都得找同学拼单，否则一个

人点一份根本吃不完。现在可以点小份菜了，一个人刚好，想啥时候吃就随时点。”

经营小份菜餐厅的赵先生表示，小份菜外卖餐厅的一个主要目标人群是城市中的上班族，他们工作节奏快，通常独自用餐或者和少数同事一起，小份菜方便快捷，能让他们在短暂的午休时间享用多种菜品。另一个目标人群是小型家庭或情侣——不想点太多菜造成浪费，小份菜可以让他们尝试更多口味，而且价格相对实惠。

## 运营管理上难度

### 外卖市场竞争出现新格局

对于消费者而言，小份菜餐厅实现了总价低、菜品多和避免浪费的就餐体验。而从餐饮经营者的视角来看，小份菜主题餐厅对外卖市场的竞争也产生了新的影响，在菜品设计、成本控制等都出现新的竞争格局。

除了在菜品价格上更具竞争力，哈市小份菜主题餐厅在配送门槛和成本上也进行了优化与压缩。“消费15元起送，配送费0元或者仅有几角钱。”记者查询美团外卖平台发现，为了降低消费门槛，很多小份菜外卖主题店铺都在线上页面打出了这样的配送条件。“小份菜总价单本身就低，如果配送门槛定得太高或者配送费用较高，菜品上的低价优势就会被大打折扣，从而造成一部分客户的流失。”哈市一家小份菜外卖店铺经营者陈莉说，小份菜外卖店铺在配送门槛和定价策略上，同样存在竞争，因为大家面临的顾客人群和消

费水平都差不多，所以会结合自身运营成本，将配送门槛和定价尽量压低。

小份菜餐厅客单价相对较低，但菜品配送成本却与传统外卖餐品一样，无形中增加了运营管理的难度。“想要盈利就要有更高效率的成本控制和更优良的定价策略，定价时要考虑成本和顾客的心理价位，虽然单价较低，但可通过顾客购买多种菜品来保证利润。在菜品的搭配上会更加优化多样以增加客单价，维持利润。”陈莉说。

## 市场驱动小份菜

### 从“特色”向“主流”进发

近年来，随着我国各级相关部门的大力推动与倡导，推出小份菜的餐饮门店越来越普遍。最新数据显示，在外卖巨头美团平台，已有超过168万餐饮商户提供了超过909万种“小份菜”。这一数字不仅反映了市场需求的崛起，更体现了餐饮市场主体面对新趋势的策略选择。

新趋势下的市场主题策略选择，在哈市外卖市场体现得尤为明显。大东北小份菜、湘西川香小份菜、六块六现炒小份菜、百姓小盘菜、太食惠小份菜、8090快餐盒饭小份菜、健康小厨小份菜……记者在美团哈尔滨频道发现，如今以“某某小份菜”命名的各类外卖店铺，俨然已经形成了餐厅命名的一大趋势。即便没有以小份菜命名的外卖餐厅，也大都推出了小份菜外卖。这也说明，小份菜外卖正在从特色趋势向主流趋势推进。

“最开始的时候，政府部门倡导与推



动的力度很大，哈市的很多餐厅门店和外卖都推出了小份菜、小盘菜业务，这一阶段可被视为政策主导阶段。”业内人士表示，在受到受众群体普遍欢迎的情况下，小份菜的市场号召力开始显现。在外卖领域，很多外卖供应机构开始专门主打小份菜外卖，这实际上是市场主体应对新趋势的市场化选择。

# 透气保暖口罩等“保暖神器”热销，冷空气吹热“暖经济” 产品迭代更新 冰城保暖消费市场热力十足

□本报记者 陈悦 文/摄

这几天，哈市主城区夜间最低气温跌至-20℃，天气再寒冷也阻挡不了人们的消费热情。记者走访冰城部分商场发现，虽然不是周末休息日，但仍有很多顾客出门选购保暖装备，一些冬季产品迎来消费旺季。值得一提的是，这个冬天，“保暖神器”产品迭代更新，可透气的保暖口罩、便携充电取暖手宝等产品备受市民和游客欢迎。

## 顾客明显增多

### 保暖口罩受外地游客青睐

在道里区石头道街一家大型批发兼零售日用品的商场内，很多店铺把防风裤、加绒裤、保暖袜等摆放在店内显眼位置，有的还将“三件套”摆在一起做好搭配，吸引顾客选购。“我来哈尔滨玩，太冷了，想买一条膝盖加厚的裤子。”一位操着南方口音的游客正在询问店主款式。另一边，两位头戴白色兔耳朵帽子的游客也在询问：“如果我买了羽绒夹克，外面再套个羽绒服，去冰雪大世界还会冷吗？”

“近两周明显感觉顾客比往常多了，尤其到了周末，五六成都是外地游客。”店主刘女士表示，一上午时间，卖了多少货已经记不清。在记者驻足的短短几分钟内，摊位前的顾客络绎不绝，仅保暖口罩这样的小货品就卖出十多个，有的游客一次就购买三四个，与同行的朋友人手一只。一些顾客只需上手摸摸材质，觉得价



格实惠，便果断成交。刘女士说，随着冬季气温下降以及来到哈尔滨的游客增多，店内保暖服饰销售数量不断增加，今年，店内积极进货了一些新的“保暖神器”，很受年轻群体欢迎。

一位店主介绍，过去普通的保暖口罩虽然里面加绒，可以全覆盖口鼻进行保

暖，但长时间佩戴后，口罩内部会积聚湿气，呼吸后可能结冰，导致保暖效果大打折扣。而今年，他们特意大批量进了新款口罩，鼻子附近有出气孔，佩戴起来更加舒适。此外，发热纤维保暖衣、发热围脖以及手掌大小的便携取暖手宝等科技保暖装备，也因其轻便、实用的特点，受到了消费者的青睐。

## 配饰造型多样

### 不仅保暖装饰效果更突出

记者走访发现，帽子、耳包、围巾、手套等御寒配饰也成为热销产品。不少游客表示，这些配饰不仅保暖效果好，还能增添时尚感。毛茸茸的浅色棉帽、头顶有两只小耳朵的卡通帽、浅蓝色围巾、红色毛线手套……有游客认为这些配饰在雪地中非常抢眼，是拍照的绝佳道具，因此成了他们必买的时尚单品。

记者在道里区另一家商场看到，手套

的价格在10元至30元不等；耳包大多售价20元一副；保暖袜的价格在5元至15元一双不等；帽子的价格则根据材质不同，多在30元至60元之间。店主谢华表示，很多游客在来哈尔滨之前已经做好了攻略，在网上购买了保暖配饰，但到达后发现之前买的不够厚实或者想要换个样式，所以特意来店里购买。

而那些对哈尔滨气温“一无所知”的游客，店主也会主动建议他们“买精不买多”：“外面穿一件厚羽绒服，里面搭配一件贴身的保暖内衣，再加一个羽绒内胆，基本足够了。”谢华还热心地将“里薄外厚，进屋好脱”的秘诀告诉了那些“有点蒙”的顾客。

对于持续升温的“暖经济”，哈尔滨市消费者协会温馨提醒广大游客：在银装素裹的冬日里，防寒装备必不可少。穿上暖衣厚袜，才能尽情享受冰雪世界的魅力。同时，也希望大家文明旅游，共同见证冰城的美丽与繁华。