

因为专业所以卓越

WEIJIANCANXIADINGYI

为简餐下定义

(东方饺子王简餐帝国)

夏连悦◎著



企业管理出版社
ENTERPRISE MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

F19.3
201223



因为专业所以卓越

为简餐下定义

(东方饺子王简餐帝国)

夏连悦◎著



企业管理出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

为简餐下定义 / 夏连悦著. —北京: 企业管理出版社, 2011.6

ISBN 978-7-80255-832-8

I. ①为… II. ①夏… III. ①快餐业—研究 IV. ①F719.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 116409 号

书 名: 为简餐下定义

作 者: 夏连悦

责任编辑: 丁 锋

书 号: ISBN 978-7-80255-832-8

出版发行: 企业管理出版社

地 址: 北京市海淀区紫竹院南路 17 号 邮编: 100048

网 址: <http://www.emph.cn>

电 话: 总编室 (010) 68420309 发行部 (010) 68701638

编辑部 (010) 68701074

电子信箱: 80147@sina.com zbs@emph.cn

印 刷: 三河市南阳印刷有限公司

经 销: 新华书店

规 格: 170 毫米 × 230 毫米 16 开本 15 印张 236 千字

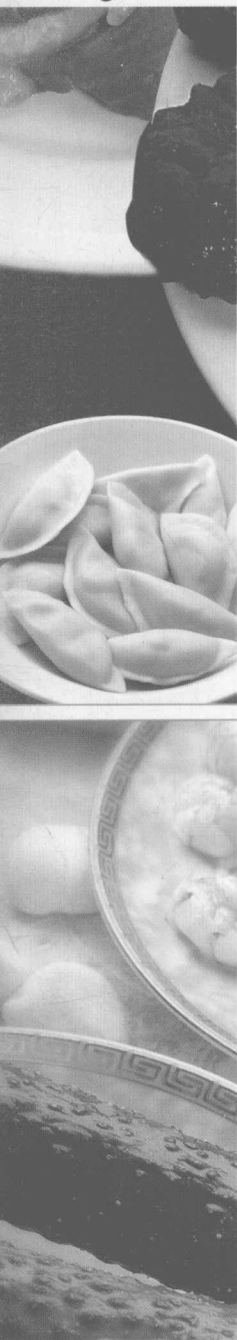
版 次: 2011 年 7 月第 1 版 2011 年 7 月第 1 次印刷

定 价: 66.00 元

版权所有 翻印必究 · 印装有误 负责调换

前言

○-----



为简餐下定义——东方饺子王简餐帝国，是中国餐饮业界第一次定义简餐业态的专著，是第一次解构简餐企业东方饺子王成功运作案例的专著，是第一次以城市经济为背景论述城市简餐的专著，具有里程碑式意义。

为简餐下定义——东方饺子王简餐帝国，是以简餐企业连锁经营要经历的发展阶段、阶段转型、拐点把握为节点，阐述店铺体系设计、区域连锁设计、跨区连锁设计、大区连锁设计要具备的思维、方法、技术实务。

在中国餐饮产业持续以2位数比例增长，营业水平过2万亿元的背景下，如果业界能提升对业态、店态、业种的研发与指导，相信餐饮产业不但会高位增长，而且会产生更多类似东方饺子王这样有影响力的简餐品牌企业。

从业态与业种视角看餐饮业态不难发现，在正餐与快餐业态之间有简餐业态存在，正餐以美食、感性为诉求，快餐以功能、理性为追求，简餐以美味、小酌为企求。对简餐业态分析与简餐企业解构是本书的宗旨。

诺贝尔奖得主斯蒂格里兹曾说过：21世纪初影响世界有两件大事，一是美国的信息化，二是中国的城市化。城市化，改变着城市整体布局、城市商业地产、商圈布局结构，从而影响餐饮格局变化与餐饮业态转型。

城市化是人类社会进步要经历的过程，城市化过程表现为人的地理位置转移、工作模式改变，以及由此产生的生活方式与饮食方式的改变。这其中，既有看得见的实体方面的变化，也有看不见的无形精神方面的转变。

城市化进程突破了城市格局，出现了不同地产效应，驱动城市功能重新划分并形成新的分布。城市空间格局变化过程商业地产作为推手推动城市地价上涨，形成以城市中心为地价最高，向周边地价递减的特征。

城市简餐进入简餐业态首先要涉及房地产业，因而商业地产格局变化会影响餐饮商圈变化，驱使餐饮商圈呈现出：一是商场商圈的立体布局变化，二是商务楼宇商圈立体布局变化，三是平面物业不断减少的变化。

在变化的背景下餐饮企业有四条现实选择：一是进入商场商圈做立体布局发展，二是进入商务楼宇商圈立体布局发展，三是固守街边店铺模式平面发展，四是不断地被边缘化或被迫向城市周边区域转移。

在城市化进程不断提速的背景下，无论正餐业态还是简餐业态或是快餐业态，都在向简约方向发展并实现简约革命。当然，简约背后是不简单，简约要有风格流派，简约要能提升附加价值，简约要能够降低成本。

当正餐简化到简约化的正餐时，当家庭便餐转化到简化家庭餐时，当休闲餐转化到简化休闲餐时，当快餐以简约组合手法运作时……我们不但有理由认为简餐时代到来了，而且也看到了简餐业态市场的全线飘红。

简餐是智慧的，简餐业态的导入者无论从哪个层面导入都诠释着自身

存在的道理。正餐化的简餐、休闲化的简餐、快餐化的简餐，这一串我们既熟悉又陌生的概念与范畴，将改变中国餐饮业态与人们的生活方式。

东方饺子王是介于正餐与快餐之间的简餐业态，随着业界对简餐业态认识深化，简餐业态也迎来了发展春天！春天要讲述春天的故事，本书的故事主角是东方饺子王。让我们走进东方饺子王，分析在表象背后的那份深邃。

本书整体创作背景

中国人的饺子情结：饺子对中国人很重要，中国人过年吃饺子，节令变化吃饺子，改善生活吃饺子，迎来送往吃饺子，吉祥祝福吃饺子，中国人有吃饺子的情结！东方饺子王以简餐形态展示了饺子业种的完美组合。

中国人的饺子体验：中国人虽然有吃饺子的情结，但以饺子为主经营简餐业态对东方饺子王来讲难度非常大！因为人们有太多的用餐体验！并有太多理由认为他（她）吃过最好吃的饺子，尽管你的饺子非常好吃。

中国人的饺子评价：中国人即使都说饺子好吃，但不同地域、不同习俗、不同传承对饺子吃法与评价也不相同！值得注意的是，同种饺子、同种馅芯、同种手法，在不同时期、不同年龄、不同环境下评价也不相同。

世界华人习俗传承：地球上太阳的地方就有人类，有人类的地方就有华人，有华人的地方就有中餐，有中餐的地方就有饺子！世界华人不但传承着中国的饮食习俗（饮食烙印），而且也把饺子带到了世界各地。

在讲述饺子业种辉煌的背景下，也有简餐业态实践超前理论滞后的阴影。客观地讲，简餐业态至今仍没有成型理论，没有国家标准，没有行业标准。简餐业态餐饮企业仅靠使命感孤独地、默默地、无助地前行着。

由于业态理论滞后、国家标准滞后、行业标准滞后，尽管简餐在正餐业态与快餐业态之间客观存在，但在 21 世纪的今天，简餐业态仍没有交流平台！没有行业组织，没有法律保护，这与简餐业态应拥有的位置极不相称。

虽然简餐企业都在路上，都是行者，但在没有里程参照、没有竞争对手、没有标杆企业、没有北斗星辰的背景下，简餐企业孤独前行，都要经历领先脆弱的感受，都要面对抄袭、跟进、复制、挖角等诸多不规则竞争。

2001 年前的东方饺子王，像所有成功餐饮企业一样，也经历了自己的高速发展期。虽然饺子是优秀业种，但介于快餐与正餐之间的业态到底是哪种业态，东方饺子王在没有理论指导与标杆借鉴的背景下独自前行着！

2001 年后的东方饺子王，与作者进行了第一次合作，包括店态与业种的整合与指导。虽然较少涉及业态问题，但是店态与业种的整合与再造使东方饺子王迎来了稳定发展期，并走上了店铺层面体系复制发展道路。

2010 年后的东方饺子王，与作者进行了第二次合作，包括业态与体系的整合与指导。在整合地区连锁经营总部的基础上，生成大中国区总部与地区连锁经营总部执掌下的连锁经营体系，为完成资本经营夯实基础。

本书设计逻辑主线

本书以马松波董事长对简餐业态认识、饺子业种认知、企业使命设计为主线。

马董是东方饺子王简餐企业的创始人，具有无法用语言表述的口味天赋，东方饺子王产品体系（至今仍在主打）被顾客青睐是最好证明。马董虽然身居董事长要职，但仍然扮演着东方饺子王思想供应商的角色。

关于企业使命，马董审视东方饺子王的成长历程，客观地讲到，“当初我做东方饺子王的时候，只想做最好的饺子。但企业发展到一定程度就具备了使命感，最好的饺子没有标杆，只有自我超越，所以靠使命感。”

关于饺子业种，马董认为饺子对中国人很重要，饺子体现着传承，体现着传统，体现着文化。传承是指饺子与传承的手工技法相链接，传统是指饺子与人的口味习性相链接，文化是指饺子文化与中国文化相链接。

关于中国文化，马董认为中国文化核心是合文化与家文化，饺子文化体现着合文化与家文化的精髓。包饺子要双手抱拳合包（手工技艺与人的智慧结晶），一家人包饺子体现着家文化（血缘、亲缘、地缘、团圆）。

关于饺子体验，马董说：“东方饺子王在北方地区开业时，总有老人过来品尝。老人品尝吃的是饺子口味（是否口味到位），节日假日品尝饺子的人会更多。”当人们通过体验认可饺子时，就成为人们的一种生活方式。

关于综合实力，马董认为，“把饺子做好、做到位才能体现文化”。东方饺子王以做最好的饺子为宗旨、为使命，要用技术表现艺术。饺子是技术与艺术的结晶，好的饺子要被顾客持续认可，要不断努力不断超越。

关于持续创新，马董认为，“既要秉承传统，又要与时俱进，才能持续领先”。东方饺子王简餐企业在得到顾客认可的同时保持着自身清醒，因为顾客躯体有结构，要让不同年龄层顾客认可需要口味与口感持续超越。

马董是有使命感的设计师，从要做最好的饺子，到以做最好的饺子为宗旨，再到以做最好的饺子为使命，既折射着马董的心路历程，又诠释着东方饺子王的发展路径。当然，做最好的饺子也成为本书主线。

本书设计结构蓝本

本书以马宏波总经理及团队打造店铺体系、总部体系、简餐帝国事业为蓝本。

马总是天赋极高、悟性极强、禅尽心智、鞠躬尽瘁型执掌人，马总及团队有很好的方位、方向感，从连锁经营、地区连锁、跨区连锁、大区连锁，沿着设计航线一步一个平台实践着东方饺子王的目标、宗旨、使命。

马总是体系型领导人，既具有很高的战略素养，又善于培育团队，还善于体系运作。东方饺子王大区总部、地区总部、连锁店铺有令人羡慕的团队。正是注重五个1工程打造，才使东方饺子王有了影响力并走进我们视野。

东方饺子王作为简餐企业，既有正餐痕迹，又有快餐特征，是简餐业态饺子业种探索者。在市场环境、竞争环境、政策环境都不断变化的背景下，作者把东方饺子王放在城市简餐背景中分析，旨在为简餐下定义。

本书整体架构设计

《为简餐下定义——东方饺子王简餐帝国》一书，包括以下 12 项内容：

一、城市餐饮蓝海区域，讲述城市餐饮市场有风头不减的正餐红海区域，有势头正旺的快餐泛红区域，有强势出现的简餐蓝海区域。

二、简餐形式传承演进，讲述简餐业态的传承、融合、发展，了解简餐的传承、简餐的融合，掌握简餐的脉络、简餐的方向。

三、城市餐饮业态定义，关于业态划分，餐饮产业只有搞清业态问题，才能跨越发展，才能成就多层面的业态、店态、业种。

四、城市餐饮需求分析，有餐饮需求才有餐饮市场，有消费能力才有餐饮消费，餐饮需求与消费能力是餐饮存在与发展的前提。

五、城市简餐类别分析，在竞争激烈的今天，谁能把握细分市场、谁能把握市场机会、谁能进入蓝海区域，谁就有成功的机会。

六、城市简餐调性分析，简餐是简化版的正餐，复杂版的快餐，适度版的茶餐，是大宴小酌的中间形态，是城市人的生活方式。

七、城市简餐优势分析，简餐能够生存与发展，是因为具有速度可快可慢、价格可高可低、品种可繁可简的优势。

八、简餐化的产品模式，产品模式是商业模式设计的决定因素，产品宽度、产品深度、产品组合构成产品模式设计深度内涵。

九、简餐化的服务模式，服务模式是商业模式设计的关键因素，服务内容、服务流程、服务要求构成服务模式设计实务内涵。

十、简餐化的环境模式，环境模式是商业模式设计的重要因素，人性环境、休闲环境、体验环境构成环境模式设计实务内涵。

十一、简餐连锁经营设计，上市经营或吸引投资，餐饮企业经营形式应以直营连锁为主，即一张会计报表能反映连锁经营状况。

十二、简餐连锁帝国事业，连锁经营没有一成不变的经营模式贯彻始终。简餐企业要随自身发展阶段设计连锁经营帝国事业。

本书整体调性设计

本书虽属经济专著，但笔者力图提升本书的可读性、知识性、导入性，因而在行文过程中我们追求经济报告文学、经济专业散文、经济白话文体风格。当然，所有努力都是尝试，不足之处俯拾皆是，望读者斧正。

由于行业成文资料欠缺，我们采用了以现实为样板，通过思想导入、解构简餐业态的方法，旨在让读者感受现实的业种、鲜活的简餐。之所以这样解构，是因为简餐业态与简餐企业都在现实中，都在摸索的路上。

作为经济专著要增加可读性，就要讲经济白话并让人读懂；语言要艺术，才能增加经济专著的观赏性；要压缩过大的自然段，才能提升读者阅读的阶段成就感；要让不同背景的读者能读懂，还要导入知识点作补充。

作者

2011 年 4 月

目录



01 城市餐饮蓝海区域 1

城市餐饮内涵众多,有风头不减的正餐红海区域,有势头正盛的快餐泛红区域,有强势出现的简餐蓝海区域,餐饮企业应如何涉足城市餐饮?如何建立餐饮企业市场区隔?这是摆在所有餐饮企业面前待解决的命题。

(一) 城市餐饮特性分析 2

(二) 城市餐饮走势分析 8

(三) 城市餐饮区隔区域 14

02 简餐形式传承演进 21

简餐是在传承与融合中成型的,这是一个漫长而复杂的过程。了解简餐的传承,可以让我们了解简餐的渊源;了解简餐的融合,可以让我们追寻简餐的发展脉络;了解简餐的创新,可以让我们认清简餐的发展方向。

(一) 简餐形式传承脉络 22

(二) 简餐形式融合印迹 30

(三) 简餐发展依赖创新 36

03 城市餐饮业态定义 43

城市美食是多样的,城市餐饮是多元的。多元业态并存既丰富着城市餐饮的内涵,又使餐饮业态之间相互竞争、相互渗透、相互影响。当然,城市餐饮也面临着业态划分不清与笼统,业种划分混沌与缺失的局面。

(一) 城市正餐业态分析 44

(二) 城市快餐业态分析 50

(三) 城市简餐业态分析 56

04 城市餐饮需求分析 61

有餐饮需求才有餐饮市场;有消费能力才有现实餐饮消费,餐饮需求与消费能力是餐饮存在与发展的两大条件。中国人讲民以食为天,因而餐饮需求不但是客观存在,而且呈现出多元化、差异化、融合化的特征。

(一) 城市人口正餐需求 62

(二) 城市人口快餐需求 66

(三) 城市人口简餐需求 72



05 城市简餐类别分析 77

市场既有限又无限，市场有限与无限的特性要求餐饮企业把握细分市场。在竞争激烈的今天，谁能把握细分市场、谁就能把握市场机会、谁能进入蓝海区域，谁就有成功机会。细分市场是城市简餐运营成功的基础。

- (一) 正餐类的简餐设计 78
- (二) 快餐类的简餐设计 84
- (三) 休闲类的简餐设计 90

06 城市简餐调性分析 97

当城市简餐成为餐饮产业重要餐饮业态时，当城市简餐、正餐、快餐鼎立于餐饮产业时，城市简餐该如何把握方向？如何区隔市场？如何展现不同？既关系到简餐经营定调，又关系到简餐企业入市所展示的内涵。

- (一) 正餐模式调性痕迹 98
- (二) 快餐模式调性痕迹 104
- (三) 休闲模式调性痕迹 110

07 城市简餐优势分析 117

餐饮业应保持多种经营业态共存共荣局面。因为正餐、快餐、简餐都有自己存在理由，都有各自竞争优势、都有各自核心专长。我们强调简餐优势是从简餐经营业态模式复合性、定位宽频性、市场成长性而言的。

- (一) 简餐速度可快可慢 118
- (二) 简餐价格可高可低 124
- (三) 简餐品种可繁可简 130

08 简餐化的产品模式 137

产品模式是简餐企业商业模式设计三大要素的决定因素。产品宽度、产品深度、产品组合构成产品模式深度实务。产品模式既是简餐企业产品设计应深入研究的关注点，又是简餐企业产品设计应准确把握的着力点。

- (一) 简餐产品宽度设计 138
- (二) 简餐产品深度设计 144
- (三) 简餐产品组合设计 150

09 简餐化的服务模式 157

服务模式是简餐企业商业模式设计三大要素的关键因素。服务内容、服务流程、服务要求设计构成服务模式设计的深度内涵,是简餐企业服务模式设计应深入研究的着眼点、准确把握的着力点、务实操作的出发点。

- (一) 简约服务内容设计 158
- (二) 简约服务流程设计 164
- (三) 简约服务要求设计 168

10 简餐化的环境模式 175

环境模式是简餐企业商业模式设计三大要素的重要因素。人性环境、休闲环境、体验环境构成了环境模式的深度内涵,人性环境是简餐环境的着眼点,休闲环境是简餐环境的着力点,体验环境是简餐环境的出发点。

- (一) 人性化的环境设计 176
- (二) 休闲化的环境设计 182
- (三) 可体验的环境设计 188

11 简餐连锁经营设计 193

任何想要上市或想要吸引投资的连锁经营企业经营模式设计,都应以直营连锁为主,即使导入加盟连锁也应采取托管方式。餐饮企业连锁经营一张会计报表应能反映连锁经营状况,这也是投资者拟投的基本要求。

- (一) 简餐区域经营设计 194
- (二) 简餐跨区经营设计 200
- (三) 简餐托管经营设计 204

12 简餐连锁帝国事业 211

连锁经营模式是推动简餐事业能做大做强赢利模式;连锁经营战略是构筑简餐事业发展应践行的行动纲领;连锁经营理念是引导简餐事业发展的市场定位观念;连锁经营体系是成就简餐事业发展的复制支持体系。

- (一) 简餐连锁总部设计 212
- (二) 简餐总部部门设计 218
- (三) 简餐连锁店铺设计 222

《附》东方饺子王案例点评 226
后记 229





CHAPTER

01

城市餐饮蓝海区域

城市餐饮内涵众多，有风头不减的正餐红海区域，有势头正盛的快餐泛红区域，有强势出现的简餐蓝海区域，餐饮企业应如何涉足城市餐饮？如何建立餐饮企业市场区隔？这是摆在所有餐饮企业面前待解决的命题。

城市化是人类社会进步要经历的过程，城市化推动城市餐饮持续发展并改变餐饮业态结构。现实生活中，城市人既不会天天吃正餐，也不会天天吃快餐，在正餐与快餐之间人们更多是吃简餐（便餐、茶餐、商务）。



东方饺子王连锁经营有限责任公司

城市餐饮是随城市发展而发达的服务产业,城市餐饮受城市规模、市场规模、市场结构、城市经济等诸多因素影响而有自身特性。

1. 市场规模的驱动性

我国城市化进程提速改变了城市规模,驱动着人口数量、城市空间、经济水平等城市要素不断增长。人口数量决定连锁店铺数量,城市空间影响商圈地价水平,经济水平决定顾客购买水平。城市规模变化引起市场规模变化,城市规模已成为连锁经营企业战略布局、规模设计、发展路线设计的参数。

随着城市化进程的提速，城市旧区改造与城市新区建设推动城市布局发生了质的变化。城市商业地产导入与运作，使城市地价结构也发生了变异，并形成从城市中心区向城市边缘区地价水平递减，以及不同区域、不同商圈、不同地价的不均衡现象。由于土地的稀缺性，使城市地价水平整体攀升。

城市地产布局变化，改变了城市原有商圈，旧商圈升级、新商圈形成又促使市场结构不断变化。以北京为例，随着王府井、西单、前门等旧商圈升级和朝阳门、CBD、金源、公主坟等新商圈的建立与扩容，北京市场结构发生了巨变，而且仍在改变，这就是城市化驱动市场结构发生变化的结果。

市场规模改变推动着城市餐饮变化，城市餐饮随着城市规模与商圈结构变化呈现出适应环境变化的态势，并逐渐衍变为酒吧集聚街区、餐饮集聚街区、风味



组合街区的都市餐饮新格局，使城市餐饮品牌集群发展，业态组合发展，业种匹配发展，并驱动着城市餐饮更新换代，使城市餐饮持续繁荣。

市场规模决定市场结构、市场比例、市场秩序变化。市场规模变化驱动城市餐饮布局变化，并形成新的餐饮商圈。市场规模变化影响着城市餐饮档次结构变化，决定着城市餐饮等级发展态势。把握市场规模驱动市场结构、商圈类别、餐饮等级变化的要因，也就掌握了城市餐饮集群发展的道理。

城市餐饮发展速度与市场规模发展速度同步，城市化驱动城市人口增加、经济实力提升、人均收入提升，导致城市规模不断扩大，城市规模扩大、城市功能变化、城市空间变化使商圈结构呈现出商务商圈、商业商圈、教育商圈多样性变化，餐饮组合呈现出业态多元、等级多元、业种多元的变化。

城市简餐是城市发展的产物，城市规模扩大为简餐发展提供了市场机会，城市化进程提速驱动着简餐发展进程，市场结构变化推动着简餐业态变化，东方饺子王深谙城市发展与饮食方式变化逻辑并觅到发展机会。

2. 城市经济的驱动性

城市经济的空前繁荣刺激了人们的消费欲望，撬动了人们的消费杠杆，驱动了人们的消费能力，引发了消费市场一轮接着一轮的“火山爆发”，推动了消费市场的持续旺盛。房地产市场、汽车市场、证券市场、建筑市场、餐饮市场……这些城市主导产业的持续旺势，描绘着城市经济的美好蓝图。

市场消费能力的快速提升使人们有更多的时间、空间、资本关注于自身生活方式的改善，表现在饮食上的改善、衣着上的改善、居住上的改善、交通上的改善、享受上的改善等众多方面。生活方式改善首先表现在餐饮方式方面的改善，并直接驱动着城市餐饮消费，构成了餐饮市场的飘红海洋。

改善饮食的欲望驱使人们更加注重日常餐饮消费，从解决温饱到生活改善再到享受生活，城市餐饮市场呈现出持续繁荣，连续 10 多年两位数的增长比例，使餐饮产业年营业收入超过 2 万亿元，客观的数据印证着餐饮市场的繁荣景象。难怪有众多私募、风投、基金都前赴后继地进入餐饮市场行列。

随着餐饮消费的持续增长，引发了餐饮市场的持续火爆，使原有餐饮市场格



局发生了根本变化，并改变了城市餐饮业态形式，正餐业态的嬗变、快餐业态的应变、火锅业态的巨变……进一步刺激了餐饮市场变革。当然，简餐业态的生成更助燃了餐饮市场的熊熊火焰，驱动餐饮市场呈现鼎盛之势。

旧业态的变革、新业态的出现，使餐饮业态竞争异常激烈，不同类别餐饮企业都在围绕细分餐饮市场进行博弈和拼杀，由此产生了餐饮业种间的竞争，并不断演绎出“你方唱罢我登场”、“城头变幻大王旗”的经典剧目。餐饮市场红海已形成并呈泛流之势，如何参与竞争是摆在餐饮经营企业面前的难题。

在餐饮红海泛滥的现实中，如何在竞争中集聚优势？如何在红海中发现蓝海？这是每个餐饮企业都要思考的命题。随着餐饮企业持续探索与创新，新的餐饮业态与新的餐饮业种不断生成，突出地体现在简餐业态与简餐业种的高速成长。业态创新、店态创新、业种创新已成为创新突破点。

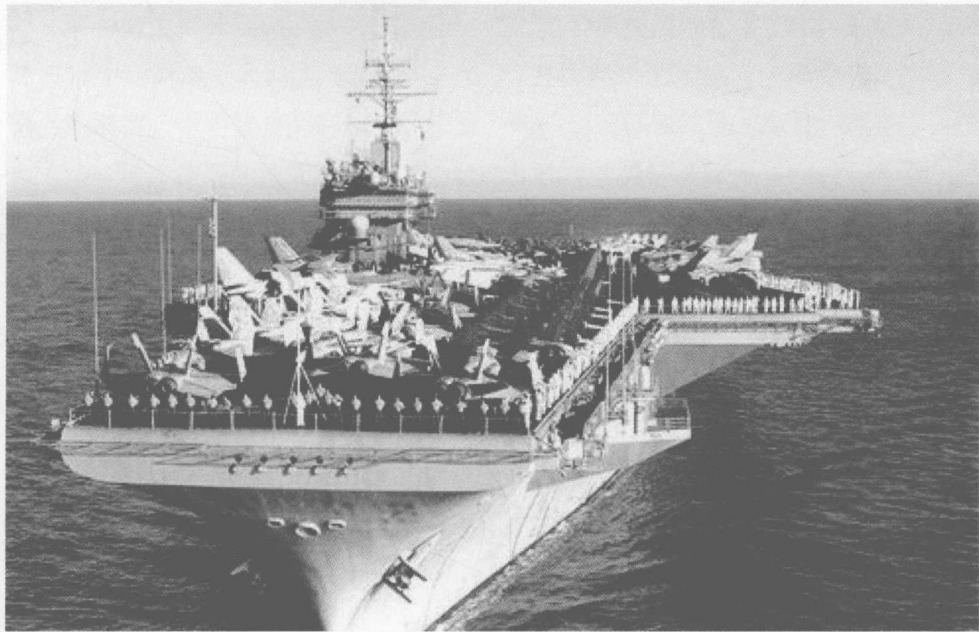
城市简餐发展遵循：有一定规模的人口数量，有购买能力与支付能力，有购买愿望并愿意购买概念设计。“东方饺子王”作为城市简餐源于市场，城市繁荣推动产业发展，刺激市场活跃，撬动消费杠杆，简餐自然成型。

3. 城市餐饮的适应性

城市餐饮市场随着城市规模的扩大而逐渐增容，餐饮企业随着市场规模的扩充而逐渐增量，从而形成了体量各异的餐饮企业，既有“航母式”的超大型餐饮企业，又有“旗舰式”的中等型餐饮企业，还有“舢舨式”的迷你型餐饮企业，它们都在适宜各自的市场商圈中“安营扎寨”与“繁衍生息”。

随着城市地产结构与空间结构发生变化，市场结构与市场格局也发生改变，高端市场必然集合高档餐饮企业，中档市场自然汇集中档餐饮企业，低档市场也会集聚低档餐饮企业，每家餐饮企业都在为生计打拼，都希冀能在自我商圈中站稳脚跟并涉足其他市场，从而使市场竞争升级已成为常态。

城市经济发展衍生出市场规模，市场规模派生出餐饮商圈，餐饮商圈与市场规模匹配。以北京市场为例，王府井商圈（商业商圈）是购物休闲为主的商圈，餐饮市场（餐饮商圈）以特色小吃、快速饮食、休闲饮食、地方美食为主打，餐饮市场是在市场规模与商圈性质的合力作用下发展起来的。



不同市场规模衍生出不同餐饮商圈，不同餐饮商圈孵化出不同餐饮业态，每种业态都与所在餐饮商圈相宜共生，餐饮商圈荣则餐饮企业旺，餐饮商圈衰则餐饮企业败。现实生活中，知名餐饮企业火爆会带动所在餐饮商圈乃至整个市场商圈共同火爆的案例比比皆是，类似的业界神话缔造已成历史。

不同餐饮商圈生成不同的餐饮业态与餐饮业种，餐饮商圈的不断扩延加剧了餐饮企业之间的竞争，形成了不断蔓延的餐饮红海。随着餐饮项目日益火爆，众多地产项目、物业项目在招商过程中以各种手段吸引知名餐饮企业加入，以起到提升商圈集客力进而带动区域市场的崛起，更助推了红海泛流。

随着城市餐饮的强势发展，餐饮业态竞争已进入白热化状态，现实生活中诸多餐饮企业的倒闭与撤市、众多餐饮企业的新生与入市，更加剧了这种竞争态势的惨烈，一片红海已成为餐饮业界的共识。在此背景下，规避红海，发现蓝海，便成为了餐饮企业突破自我、另辟蹊径、永续发展的期冀。

城市经济发展、城市地产推动、商圈结构变化，使餐饮业态与房地产业之间的关系发生了变化，即餐饮业态从被动适应房地产业到二者之间相互衬托，在这样背景下，“东方饺子王”也迎来简餐高速发展的市场契机。