



美食联盟

财富精神丛书

餐饮力量

中国餐饮 经济人物 前沿报告

杨登彦★北京烹饪协会会长★★★★★★★
 邢颖★中国烹饪协会专家工作委员会主任★
 吴维库★清华大学经济管理学院教授★★★★
 姜俊贤★中国全聚德集团董事长★★★★★
 张钢★小肥羊火锅连锁集团董事长★★★★★
 张永舵★净雅海鲜餐饮集团董事长★★★★★
 张兰★俏江南餐饮集团董事长★★★★★★★
 李沟★上海金葫芦浙汇餐饮公司总裁★★★★
 朱玉岭★北京华天饮食集团公司总经理★★★
 雷国秀★便宜坊烤鸭集团董事长★★★★★
 孙勇★翔达投资管理公司董事长★★★★★★★
 林锐钧★顺峰饮食酒店管理公司总经理★★★
 严琦★重庆陶然居饮食文化集团董事长★★★★
 王刚★眉州东坡餐饮集团董事长★★★★★★
 邓超★金百万餐饮集团董事长★★★★★★★
 马龙★北京南门涮肉创始人★★★★★★★
 满春林★北京满福楼火锅品牌创始人★★★★★
 叶瑞慈★权金城国际餐饮管理公司董事长★★★★
 瞿传刚★蜀国演义董事长★★★★★★★
 孙秀萍★大鸭梨餐饮集团董事长★★★★★
 陈正辉★台湾王品集团创建人★★★★★
 朱时春★蟹老宋香锅酒楼创始人★★★★★
 周铁马★九头鹰餐饮品牌创始人★★★★★
 于晓武★友仁居肥牛火锅董事长★★★★★
 李再宁★圣淘沙茶楼总经理★★★★★
 花雷★花家怡园创始人★★★★★★★
 林平★南国苑鲍鱼王子总经理★★★★★
 金明★国宴无名居创始人★★★★★
 梁连起★河北直隶会馆董事长★★★★★
 郭馨遥★金鼎轩总经理★★★★★
 聂志伟★三只耳冷锅鱼创始人★★★★★
 张雅青★旺顺阁餐饮公司创始人★★★★★
 杨素青★田源鸡绿色火锅创始人★★★★★
 黄耕★黄记煌三汁焖锅创始人★★★★★
 关泉海★海碗居老北京

北京晚报
美食联盟

著

中国工人出版社

餐饮力量

中国餐饮 经济人物 前沿报告

北京晚报
美食联盟
著

 中国工人出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

中国餐饮经济人物前沿报告：红皮书 / 北京晚报，美食联盟著. —
北京：中国工人出版社，2009.3

ISBN 978-7-5008-4347-4

I. 中… II. ①北…②美… III. 饮食业 - 商业经营 - 研究报告 - 中国
IV. F719.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 021535 号

出版发行：中国工人出版社

地 址：北京鼓楼外大街 45 号

邮 编：100011

电 话：(010) 62350006 (总编室)

(010) 62005047 (编辑室)

发行热线：(010) 62045450 62005042 (传真)

网 址：<http://www.wp-china.com>

经 销：新华书店

印 刷：北京佳信达欣艺术印刷有限公司

版 次：2009 年 3 月第 1 版 2009 年 3 月第 1 次印刷

开 本：700 毫米 × 1000 毫米 1/16

字 数：300 千字

印 张：20

定 价：35.00 元

版权所有 侵权必究

印装错误可随时调换

中国餐饮经济人物前沿报告红皮书编委名单

- 主任：张龙之：全国政协常委、
原全国工商联副主席、党组书记
- 副主任：任欢迎：中国晚报协会会长、北京晚报总编辑
张帆：中国工人出版社社长
杨登彦：北京烹饪协会会长
- 编委：于德斌：北京市旅游局副局长
王卫平：北京市商务局副局长
王富德：中国旅游学院旅游发展研究院副院长
邢颖：中国烹饪协会专家工作委员会主任
李妮妮：北京市旅游局饭店餐饮管理处副处长
吴维库：清华大学经济管理学院教授
罗远琦：北京烹饪协会副会长
赵广朝：北京市旅游局综合处处长
高德步：中国人民大学经济学院院长
焱炆：北京晚报副总编辑
(以上名单以姓氏笔画为序)

总策划：白玮 吕厚艳

报告撰写：梁爽 潘亚萍 曲玉轩 姜宝君 钱密林 金艳峰 等

特约撰稿：陈亚慧 刘建平 段泽林 王雪 白玉洁 等

版式设计：徐免

美食联盟沸腾都市网精诚巨献，详情登录 www.foodun.com 查看

序

中国餐饮发展的壮丽史诗

一

应该说，中国餐饮业是最具经济生命力的一个产业。

放眼全国，无论是偏僻的村镇，还是发达的大都市，凡是有人口聚集或者人口流动的地方，就有餐馆。

尤其在繁华的都市，华灯初上，霓虹闪处，十步不出，肯定就有一家餐厅。而这些满街闪烁的霓虹，简直就是中国餐饮业生命活力的真实写照：野火烧不尽，春风吹又生，千百年来，生生不息，生命不止，餐馆不息！

作为一个个独立的经济单元，这些到处飘香的餐馆，就像是一只只火把，映红着中国经济的勃勃生机。因此说，餐饮业是一个最具经济生命活力的产业并不为过。

但是，遗憾的是，千百年来，我们并没有给这个行业应有的重视，无论是从社会的价值认知还是经济学的理论视角，提起这个行业，都难登大雅之堂。有关这个行业的各类词汇凡是能够上到台面上的，它背后蕴涵着的词义都几乎带着着微妙的贬义色彩。

在这种话语权的背景下，直接导致的就是对这个行业的误读。

二

其实，无论是从社会效益层面，还是经济效益层面，餐饮业都是一个极具经济震撼力的产业。

首先，从社会的层面来考察，应该说，餐饮业是解决社会就业最直接、门槛最低也是最多的一个行业。大多数的农村青年，尤其是女性青年，他们从乡村进入城镇的第一个入口几乎都是从餐馆开始的。就全国来说，所有关于这个行业的就业岗位几乎达到一个亿。这些岗位，给他们带来的不仅仅是饭碗和薪酬，更有成长变迁的快乐体验。

其次，从经济的层面来考察，虽然一个个的餐馆在体量上非常小，和任何一个大的企业相比都无足轻重，但一个个小体量的餐馆加起来，这个数字带来的经济力量却令人咂舌。就全国来说，这几年餐饮业的总产值年年几乎都突破万亿元。在这个天文数字的背后，更蕴涵着一个经济学的真谛，它的社会投入成本和经济转化成本却相对较低。

所以，有人说，餐饮业是现金周转和资金变现最快的一个行业，从菜市场拿

来，在厨房转个圈，立马变现。

这就是餐饮的力量。

三

因此，又有人说，餐饮业是最好干的一个行业：甩开膀子就挣钱——

租个门脸儿，摆几张桌子，弄俩厨师，再找个端菜的。当天开业，当天就来钱。很多人就是这么起家的。更刺激的是，几毛钱的东西，从后厨端出来，能卖十多元，甚至几十元，上百元，简直是暴利。

所以，无数“英雄豪杰”看着这里面的轻便和暴利，没事可干的时候，就朝餐馆里扎。也因此，中国的餐馆经济一直极其发达。

但是，餐馆却又是世上最不好干的行业。

一方面，社会地位较低，任何一个有头有脸的都能拿一把，难呐。

另一方面，门脸儿一开，万事皆来，无数鸡毛蒜皮的事能把人折腾到晕，更有你想都想不到的妖蛾子事件更能把人折腾死。

再一方面，开餐馆是个细活，甚至小到一粒芝麻都要想到，都要算到，不然，赔钱就赔到这粒芝麻上。无数“英雄豪杰”之所以折戟沉沙，都是生生栽倒在这粒芝麻上。

所以，俗语说：“跟谁有仇，就让他开酒楼。”

四

开酒楼难，想把酒楼做大、做出声名显赫的餐饮品牌，更是难上加难！

所以，当这份《中国餐饮经济人物前沿报告》中三十余位餐饮从业者的创业经历和发展历程摆放在我案头的时候，我读完全稿，着实震惊。

这些书中的人物，他们每个人之所以能把酒楼做成知名品牌，虽历经风雨而傲然屹立，皆非凡人。他们管理中餐企业的思想，他们的发展模式，甚至他们在发展中使的一些小招数，都令人惊叹。而他们所付出的辛苦更非常人所想象。他们的创业和经营之高妙，是值得这个行业永远总结和珍藏的宝贵财富。

他们从事这个行业都几乎在十年以上，有的甚至是三十年以上。从这些人物创业经营所经历的坎坎坷坷和风风雨雨中，我们读到的更是一个行业发展和变迁的传记体史诗。

仅以本书向书中的人物致敬，同时，也向这个行业的每一个从业者致敬！

代为序。

美食联盟执行主席 白玮

2009年2月18日



CONTENTS

专家人物

- 004 中国餐饮在探索中前行
——访北京烹饪协会会长杨登彦
-

- 013 邢颖：中国餐饮业的实践型学者
-

- 021 吴维库：价值观 + 阳光心态
——中国餐饮企业的两大法宝
-

财智人物

- 032 姜俊贤：续写百年全聚德新辉煌
-

- 042 张钢：缔造小肥羊连锁王国
-

- 049 张永舵：中式海洋餐饮的掌舵者
-

- 062 张兰：引领国际化餐饮潮流
-

- 071 李昀：传播美食艺术的女性
-

风云人物

- 080 朱玉岭：老字号的金掌门
——老字号成功突围的新坐标
-





090 雷国秀：餐饮巾帼 味道人生

097 孙勇：在市场竞争中炼真金
——国有餐饮企业成功改制的参考范本

106 林锐钧：在改革开放浪潮中前行

113 严琦：陶然于餐饮三级跳的女强人

神奇人物

122 王刚：用奥运标准为全世界做饭

129 邓超：用胆识和机遇构筑成功
——社区餐饮服务的市场扩张探索

142 马龙：运筹帷幄、诚字当头

152 满春林：良心品质成就福气火锅

160 叶瑞慈：权金城在创新中完美升级
——餐饮品牌跨行业发展的现实启示





传奇人物

170 瞿传刚：哲理打造中国川菜新形象

178 孙秀萍：开创家常餐饮新时代

186 陈正辉：台商“另类”经营艺术
——企业文化为品牌助力

194 朱时春：完美书写食蟹传奇

200 周铁马：领军鄂菜复兴

209 于晓武：大气引领北方品质火锅

风尚人物

218 李再宁：演绎中西文化和谐之美
——探析高端茶餐厅的“另类”走红模式

227 花雷：缔造四合院的“花样”年华

235 林平：打造商务宴请专家
——高端餐饮品牌管理的楷模





243 金明：精彩演绎民间国宴

251 梁连起：美食固本 文化强根

259 郭馨遥：寻梦金鼎轩

价值人物

268 聂志伟：专业打造中餐品牌化

276 张雅青：特色与品质铸就的辉煌

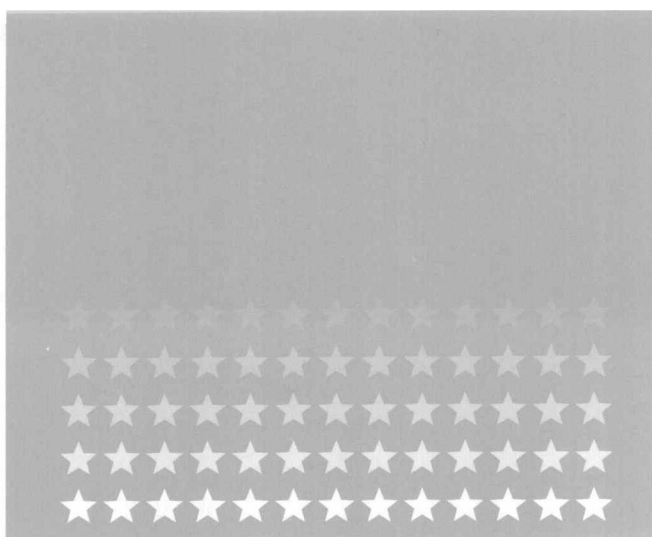
284 杨素青：“自然天成”的火锅鸡王

292 黄耕：专业态度下的成功生态餐饮
——中餐标准化经营之初体验

301 关泉海：振兴老北京文化餐饮

307 后记

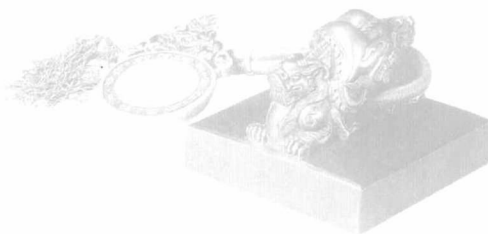




中国餐饮经济人物前沿报告

专家人物

在这个经济理论与餐馆实际经营相对断裂的行业里，他们却独具慧眼，用他们的经历、学识和智慧尽力弥合着经济理论与实际的差异。他们用行动见证、梳理和引领着中国餐饮的发展！





【个人简历】

杨登彦：北京烹饪协会会长。

1927年出生在河北省曲阳县南杏树村一个贫苦家庭。1938年6月参加革命工作，1938年10月参加中国共产党，2000年离休。离休前为北京市政府副秘书长，天安门地区管理委员会主任、党组书记、第八届全国政协委员。



【导言】

餐饮业素有“百业之王”的称号，因为与其他行业相比，餐饮业由于餐饮方式的多样化，相对来说，在变换经营品种和经营形式时不需要投入很多的资金和花费大量的时间。因此，在竞争中比较容易找到出路，也不至于陷入低价竞争的泥潭拔不出腿来，而且，它利润高，资金回流快，在货源方面可以用赊账方式购入，这都是它的行业优势。

俗话说“民以食为天”，餐饮业作为我国第三产业中的一个支柱产业，一直在社会发展和人民生活中发挥着重要作用，特别是最近几年，我国餐饮业呈现出高速增长的发展势头，成为“热门”行业之一。2006年，我国餐饮消费全年零售额首次达到10345.5亿元，同比增长16.4%，比上年净增1458亿元，连续16年实现两位数高速增长，与改革开放初期的1978年相比增长了188倍。餐饮业呈现出迅速发展、繁荣兴旺的景象，确实使不少想瞄准嘴巴做生意的人产生了跃跃欲试的念头，然而，虽然餐饮业是一个永具魅力、前景无限的行业，但是有市场前景和能挣到钱是两回事。这就好比同样是下海打鱼，有的人满载而归，有的人却会翻船落水，这其中的主要原因有哪些？投资餐饮业的获利机会到底有多大？餐饮业的发展前景究竟如何？日前，记者带着这些问题专访了北京烹饪协会会长——杨登彦

他，是北京烹协的首届常务副会长；他，是北京烹协第三、第四届的会长，中国烹协第一、第二届副会长，中国烹协第三、第四届特邀顾问；他，是全聚德集团的组建人；他，致力于提高厨师的烹饪技术和社会地位；他，见证了北京餐饮20年的发展历程；他，密切关注着中国餐饮业的发展。让我们走近杨登彦，倾听他对中国餐饮业全景式的分析和解读。



中国餐饮在探索中前行

——访北京烹饪协会会长杨登彦

中国餐饮：等待挖掘的金山

随着我国经济的持续快速发展，作为第三产业市场化程度最高而竞争又最为激烈的餐饮业，又一次迎来了它的发展高峰期。过去10年，是我国餐饮业蓬勃发展的黄金时期，整个行业经历了从无序到有序，从小草到参天大树的逐步发展壮大过程。餐饮业在国民经济中的比重，从无足轻重的位置飞速增长到年营业收入上千亿元，已成为我国经济发展不可忽视的重要力量。但是，因为市场的巨大，也吸引了更多的人前来分食餐饮这块大蛋糕。于是乎，各路诸侯，八仙过海，各显神通，南征北战，攻城略地，以求用最快的速度占领最大的市场份额。正所谓“你方唱罢我登场，各领风骚一两年”。

餐饮业是随着人民生活水平日益提高而发展的明星产业，也是经济发展所必需的配套产业，因此餐饮业在国内外都发展迅速。然而，由于餐饮业投资风险相对较小，只要利润超过租金，就可以生存，而且，即使出现生存危机，也能及时发现，损失不大，所以餐饮业在国内外都是投资者看中的产业。资本雄厚者可以投入，小本经营者也可以投入，于是现今中国的餐饮业基本形成了高、中、低多档次兼有，中餐、西餐并驾齐驱，传统风味和现代潮流相互媲美的竞争局面。

走在街上，琳琅满目的餐饮品牌让人眼花缭乱，几乎每天都有新的餐馆开张，也都有老餐馆倒闭，似乎中国的餐饮市场已经趋于饱和。那么，餐饮业是否真的已无插针之处？

目前，我国人均餐饮消费刚刚达到100美元，而美国为1600美元、法国1050美元。中高收入国家平均每268人就拥有一家餐馆，而在我国约2000人才拥有一家餐馆。这一数字表明，中国的餐饮市场远远没有饱和，潜力很大，巨大的商机在等着准经营者们去施展自己的聪明才智，沉睡的金山等待着他们去挖掘。”杨登彦会长对中国餐饮的发展潜力信心十足。

近年来，我国餐饮业保持两位数的增长，社会投入持续增加，行业规模持续扩大，呈现出一枝独秀的景象。杨登彦会长分析中国餐饮业将持续增长的原因：

首先是不断加快的生活节奏。随着改革开放和经济的进一步发展，人们就业渠道增多，在工作之余可干的事情也越来越多的。无论是城市还是乡村，人们的生活忙忙碌碌、脚步匆匆。随着劳动力价值的提高，时间价值的升值，越来越多的人不愿将时间浪费在烧菜做饭上，所以到餐厅吃饭已成了一种需求。

其次是餐馆社会职能的扩大。过去，凡新建一个企业，就要建一个食堂，以



解决职工吃饭问题。目前，大多数新建企业都不建食堂，职工的早餐、午餐问题只能由单位附近的餐厅来解决，这使餐饮业担负的社会职能大大加强了。工作餐的社会化也是餐饮业发展的一个良机。

再次就是公共关系的不断发展。社会的不断发展与进步，使人与人之间的交往也在不断地增多，人们出于各种各样的需要，到餐厅就餐已成为家常便饭。这也需要加速餐饮业的不断发展。

第四就是流动人口的不断增加。自从改革开放以来，外出旅游观光的人越来越多，旅游业已成了热门行业，旅游业的发展加速了餐饮业的不断发展。另外，大量的农村富余人口到城市去务工或经商，他们绝大多数都要在外就餐。这些流动人口的增加，增加了餐饮业的市场需求，这是餐饮业发展的重要契机。

最后是职业女性增多。今天的女性，许多已经走出家庭并有了自己的职业。要掌握职业需要的知识和技能，就要用大量的时间来学习。这些职业女性很少有时间从事家务劳动，而生活水平的不断提高，使职业女性能够用外购食品或在外就餐的方式来解决家人的吃饭问题。

商界有句很流行的名言，叫做“不满意就是商机”，用到餐饮业中，意思就是你分别到10家餐厅去用餐，如果只有1家令你满意，你就不要再做餐厅这一行了，因为这个行业已经发展得很成熟，没有你的机会了；如果有3家令你满意，你成功的机会就几乎能达到50%；如果有8家令你满意，这就是你进入这一行的最佳时机。假如你是一个经营高手，你差不多可以100%地获得成功。杨登彦会长认为，就我国目前餐饮业的经营状况而言，令人不满意的程度是不言而喻的，远没有达到一个成熟行业的水平，因此，餐饮业仍有无限商机。

问及投资餐饮业最应注意什么，杨会长一再强调——

正确定位才能赢在起点

一位资深餐饮人曾说过这样一番发人深省的话，“宝马、桑塔纳、自行车，谁会跑得更快？当然是宝马，可是如果一开始的方向就是错的，岂不是跑得越快，离目标越远？”的确，大家都在做市场，如果第一步就迈错了，接下来再怎么下工夫也是徒劳。由此可见企业市场定位、创业者理念的重要性。

若要立足于竞争相对激烈的北京餐饮市场，杨登彦认为，最重要的是找好定位：目前城市餐饮市场的主力有四大部分：饭店餐饮主要是中、高档消费；特色餐馆主要是特色消费；广场餐饮（包括商业大楼中的小吃广场等）主要是大众集中消费；连锁快餐主要是便民消费。高、特、广、快各有所需，互相竞争，互相补充，形成了繁荣活跃的饮食市场。饭店餐饮，尤其是四五星级宾馆是以接待国际性商务、公务、旅游客人为主，其餐饮业务主要应根据世界各国的餐饮要求和



习惯来经营，对饭店设施、环境气氛、菜肴品质、服务素质要求均较高，本地市民很少有机会进高级宾馆消费。因此，四五星级宾馆的餐饮仍应以适应国际性高水平消费为主，其品质与服务应与国际性大城市的高级宾馆去竞争，以体现中国国际性大城市的水准不亚于其他国际性大城市，以增强投资环境和国际旅游者的吸引力。但是大多数三星级以下的饭店是以接待国内客人为主，其餐饮业务主要应根据国内的餐饮消费水平、餐饮习惯要求来经营。

具体来说，“在哪开餐馆？面对哪些消费群体？如何适应这个群体的需要？”是投资餐饮业之前必须考虑的问题。比如小餐馆，若想在激烈的竞争中取胜，定位是否准确将起决定作用。杨登彦以一个小餐馆为例，来说明准确定位之于餐馆成败的重要：“我家附近的居民区有个小餐馆儿，这个餐馆开业一段时间后，我就发现它定位有问题。这家餐馆最火的是早点，质量很好，价格也合理，每天都能从6点卖到9点。餐馆老板也很想经营好，比如别人家卖豆浆，糖不能随便吃，他卖豆浆在旁边放了一碗糖，顾客随便搁，这说明他服务理念很好，舍得投入。但这餐馆中午和晚上的顾客很少，连早上的1/3都不到。我觉得就是它定位没有把握好。你想想，一个居民区的小餐馆，店铺也不大，只有十几张桌子，定位就不能太高，因为正式请客的人不会到你这儿来，不够档次，即使是家庭聚会，人家也愿意找个有包间的。如果餐馆老板调查一下，就会发现，这个居民区里有不少老人和学生，这两个群体都是低消费人群，和餐馆的铺面档次比较匹配，如果把把这个餐馆变成这个居民区的家庭厨房，卖点经济实惠的炒饭、面条、馄饨之类，学生不愿在家里做饭可以到他这儿来一碗炒面，花上五六块就解决问题了，如果有老人腿脚不方便，还可以送饭到户。如果这个餐馆能抓住这两个人群就不愁立足。所以，餐饮界最重要的一条，就是根据各种不同人群的不同需要，准确定位。”

目前中国餐饮市场，仍以中低档消费为主，所以，杨会长提醒商家，在投资餐饮业之前，一定要先从本餐饮场所所处的地理位置、经营环境、消费群体出发，在进行广泛市场调查分析的基础上，根据市场、消费者的需求和竞争对手的特点、优势等综合考察，作出符合本企业可行的定位，做到企业产品、服务的定位和消费者的要求、消费水平基本一致。

无论餐馆锁定的是哪一类人群，都不可避免会遭遇同类餐馆的竞争，那么，如何在同类餐馆的竞争中取胜？什么才是克敌制胜的法宝？杨登彦会长有高见——

品牌 + 特色 = 脱颖而出

餐饮业真正的竞争不是源于地理上的邻近，而是定位的相同。要想在同类餐馆的竞争中脱颖而出，品牌和特色是两大法宝。

谈到品牌效应，杨登彦会长一定会提到他曾经一手经营过的全聚德集团。北



京全聚德，这个大名响当当的中国老字号已有 140 多年的历史了，几代人的兢兢业业、苦心经营打造了全聚德这一妇孺皆知的餐饮品牌。但是在解放前，全聚德经营得十分不景气，只有前门外一家店。杨登彦分析，这不仅与当时整个国民经济低落、人民消费水平低下有关，店内经营管理方法、经营理念落后也是原因之一。

解放后，政府很关注老字号的发展，50 年代初期公私合营以后，政府注入资金、人才等，使全聚德有了很大发展。1993 年，北京市政府根据形势发展的需要，决定成立一个独立的餐饮集团——中国北京全聚德烤鸭集团。全聚德集团成立的时候，北京已有三家店：和平门烤鸭店、前门烤鸭店和王府井烤鸭店。为了全力打造全聚德这个传统餐饮品牌，市政府决定让杨登彦组建，那时的杨登彦虽然已近耄耋，却欣然领命。

怀着打造中国餐饮品牌的雄心，杨登彦在第一次全聚德高管人员会议上就旗帜鲜明地说：“成立北京全聚德集团，目的就是弘扬和打造全聚德这个品牌，更好地服务于改革发展的新形势。我首先就要抓全聚德这个金字招牌，这块招牌是几代人打造出来的，我们不仅要保持，还要将其发扬光大。”

对于全聚德的品牌效应，杨登彦打个比方：“就像看戏要看名角，一说是于魁智要唱，你就会觉得，哎，不错，那咱得看看去。餐饮这行也是这样。”

全聚德集团成立以后，为了提升品牌的知名度，对中国北京全聚德集团进行注册，为了拥有这个品牌的使用专利，他们在世界各国都进行了注册。当时，香港有一个很有商业头脑的人听说他们成立了全聚德集团，就在香港注册了全聚德，韩国有一个人也注册了，为此他们做了很多工作，费了几番周折终于解决了品牌之争。

杨登彦深深地意识到，全聚德之所以能够立足百年，关键是它的特色，而特色恰恰源于它的技术。他说：“全聚德名扬四海，但人们来这里不是吃这个品牌，而是吃这儿烤鸭。技术人才是整个全聚德能够保存下来的根本要素。”全聚德十分重视人才管理和培训，注重调动和发挥原有技术人才的积极性，力图将传统的烹制技术和独特的北京烤鸭风味传承下来。通过杨登彦几年的努力，全聚德快速度过转型期，发展迅猛。

现在，到了北京，登长城、吃烤鸭、听京剧是游客们特别是国外友人必做的事情，而吃烤鸭则非全聚德莫属。现在在北京直属店有六七家，有三个亿元店。一个店年营业额超过一个亿元。今年“五一”期间，2 号和 3 号和平门店（因为现在前门店临时停业装修）日营业额达到 130 万元……

可以看出，只有把餐饮办出特色才能在市场中有竞争力，才能生存和发展。特色并不是老字号的专利，餐饮特色不仅包括饮食产品特色，还包括服务特色、就餐环境氛围的特色等。在各种档次餐饮场所林立的今天，平淡无奇的菜品、墨守