

---

[首页](#)

[推荐](#)

— [亚运会](#)

[关注](#)

---

---

[朋友](#)

[我的](#)

[直播](#)

[放映厅](#)

[知识](#)

[热点](#)

---

---

[游戏](#)

[娱乐](#)

[二次元](#)

[音乐](#)

[美食](#)

[体育](#)

[时尚](#)

---

---

业务合作

2023 © 抖音

[京ICP备16016397号-3](#)

[京公网安备 11000002002046号](#)

---

[广播电视节目制作经营许可证](#)

[京B2-20170846](#)

[网络文化许可证-京网文-\(2022\)0938-030号](#)

互联网宗教信息服务许可证 京(2022)0000057

药品医疗器械网络信息服务备案(京)网药械信息备(2023)第00318号

[网络谣言曝光台](#)

[网上有害信息举报](#)

违法和不良信息举报 400-140-2108

青少年守护专线 400-9922-556

算法推荐专项举报 sfjubao@bytedance.com

网络内容从业人员违法违规行为举报 feedback@douyin.com

[广告投放](#)

[用户服务协议](#)

[隐私政策](#)

[账号找回](#)

[联系我们](#)

[加入我们](#)

[营业执照](#)

[友情链接](#)

[站点地图](#)

[下载抖音](#)

搜索

---

## 投稿

- [发布视频](#)

- [视频管理](#)

- [作品数据](#)

- [直播数据](#)

- [创作者学习中心](#)

- [创作者服务平台](#)

---

---

登录

登录后即可观看喜欢、收藏的视频

■ 我的作品

■ 我的喜欢

■ 我的收藏

---

---

- 观看历史















---

0

0

0

分享

[音乐](#)



[愿你我皆安好 \(剪辑版\)](#)

----- [贾晓龙](#) -----

---

举报

发布时间：20260404 00:19:44

全部评论

请先登录 后发表评论

暂无评论

---



粉丝 57 获赞 1

关注

中国餐饮，到底要不要学日本？2025 年对于大多数中国餐饮业来说，绝对是难熬的一年。旺季不旺、淡季更淡，消费持续低迷，流量下滑严重。"反内卷"沦为口号，价格战越打越凶。压抑、失落、迷茫，各种情绪阴霾笼罩着从业者。然而，市场并非没有亮光。以寿司郎、滨寿司、肉肉大米为代表的一大批日本餐饮品牌逆势增长，很多中国本土品牌却持续低迷，两者反差强烈。这些日本餐饮品牌凭什么在中国市场上大杀四方？进入到全新周期的中国餐饮，又能从这些日本品牌身上学到些什么？学日本餐饮，到底学什么？过去几年间，餐饮圈流行一种观点，即："

日本餐饮的昨天，就是中国餐饮的今天

"。这个观点的理论依据，大多来自于三浦展的《第四消费时代》。被誉为"日本消费社会研究第一人"的三浦展，在其著作《第四消费时代》中为我们总结了日本从 1912 年到 2020 年横跨百年的社会消费变迁。第一消费时代（1912-1937）：以国家为中心。消费与国家利益紧密绑定，中产开始增多；第二消费时代（1945-1974）：以家庭为中心。经济高速增长，消费围绕"一家一户"展开；第三消费时代（1975-1997）：以个人为中心。从追求数量转向品质，消费成为个性表达；第四消费时代（1998-2020）：以社会为中心。消费降级，追求低价和情绪价值，共享、环保、社区责任成为关键词。如果用这四个消费时代来对照中国社会经济发展，你会发现我们似乎正在复刻日本的发展之路。首先，我们面临着相似的社会背景：收入降低，核心资产贬值（房产），人口生育率下降，老龄化严重.....其次，人们消费观念的变迁路径也大致相同：从消费升级变成了追求性价比，从追求名牌到追求简单、休闲，从崇尚欧美到本土化意识崛起，从吃饱到吃好，再到吃出健康，追求情绪价值。从这个角度来看，日本餐饮的突围经验确实值得我们学习借鉴。但到底要学什么呢？图片来源：图虫创意第一，"

极致性价比"。被称为日本牛丼快餐三巨头的吉野家、食其家、松屋，都是在"大萧条"时期凭借着"极致性价比"实现了高速增长；而回转寿司界发起的"百元革命

"，从而造就了一大批平价寿司连锁品牌，凭借着超高的性价比被日本消费者称为"国民寿司"的寿司郎，其战略调整和确定市场地位的时期就在"失去的三十年"

里。对于极致性价比和品牌经营之间的关系，萨莉亚创始人正垣泰彦很早就做出过总结："连锁的本质并不是要做出生意多么兴隆的店铺，而是要做出销售额平平，但仍可以产出足够多利润的店铺"。极致性价比的背后，是品牌对消费趋势的准确判断和对利润的清醒认识。日本餐饮早于我们三十年就进入微利时代，连锁餐饮品牌的平均毛利率大约在 40%-70%，比如萨莉亚，2025

财年前三季度的净利润率就仅有 4.1%。第二，"极致单店"。作为日本餐饮行业的优秀代表，萨莉亚绝对是中国餐饮人学习的标杆，大家学习的重点聚焦于萨莉亚对于单店运营的极致追求。萨莉亚对运营的速度可以量化到秒：员工上菜时并非使用托盘，而是将菜品叠在胸前，这种反常识的上菜方式可以节省 8.6 秒；全员通岗，每个人都要承担点餐、清洁、补货这三项任务；餐厅的冷藏柜需按"伸手可及"的原则分区摆放，备餐动线呈 U

型以便减少步行距离。经过对运营动作的精算和拆解，萨莉亚创造了"15 分钟极速翻台"的行业纪录。在用工上，萨莉亚同样"苛刻"：大部分门店的正式员工仅有 4

名，其余均是小时工，正式员工和小时工的比例为

1:4，这种极致的用工模式帮助萨莉亚把人工成本控制在12%以内。在选址上，萨莉亚遵循"113策略"，即"一线城市+核心商圈+非黄金位置

"。通过避开黄金位置，萨莉亚大幅压低了租金成本。有数据显示，其租金占比控制在13%左右，远低于行业的平均水平。这部分节省下来的成本，并没有装进企业的腰包，而是直接让利给消费者，进而支撑其低价策略，使其能够长期保持高性价比的定位。第三，"极致供应链"如果要问过去三十年间日本餐饮最大的变化是什么，那就是完成了对供应链的重构，即：从手工时代进入到工业时代。而这个变化的基石是"效率革命"。日本餐饮的供应链早就进入了"中央厨房2.0"阶段。以"日本外卖大王"玉子屋为例，其全自动米饭蒸制机对于每粒米的吸水率控制在 $62.5\% \pm 1\%$ ；机械手臂可以精准分装4种配菜，误差不超过3克；其物流系统更是达到了"分钟级"响应：上午10:00前接收订单，11:30前完成配送，分组配送方式（远、中、近距离组联动）实现了高效补货，冷藏车按照最优路线行驶，全程温控误差 $\pm 0.5$ 。日本的餐饮企业深度借鉴了制造业中精益管理的经验，比如日清集团把丰田的"JIT准时制"转化为"食材零库存制"，央厨可以做到"订单下达后4小时内送达门店"。日本餐饮供应链通过建立中央厨房、联合采购，和与上下游供应商深度合作等方式，大大降低了采购成本，保障食材品质的稳定，全程可溯源；同时冷链覆盖率达95%，食材损耗率小于

2%，供应链效率远远高于中国的餐饮同行。相关数据显示，日本餐饮行业劳动生产率是中国的4.2倍，供应链成本比例低至18%，这些惊人的数字背后，是餐饮工业化体系不断迭代和深化的结果。日本餐饮供应链高度发达，让其很早前就实现了净菜、配料、米饭等食材的集中供应，单一菜品的低成本和高翻台率也推动了连锁餐饮品牌的高速发展，到2021年，日本餐饮连锁化率就已经高达50.8%，而截至2025年，中国餐饮行业的连锁化率为24%，仅为日本的一半。小结：过去三十年里，日本餐饮企业充分认识到经济下行周期里大众消费习惯的变化，不再追求发展速度和效益最大化，而是主动调整经营结构和方式，用工业化思维改造传统的餐饮行业，引入大量的先进设备和生产标准，提升效率降低成本，最终成功地穿越了周期，并成长出一批具有国际影响力和竞争力的餐饮品牌。可能会得不偿失今年4月，三浦展在其新书《第五消费时代》里描绘了未来二十年社会消费的7个趋势（7S）：1、slow：慢生活2、small：小而美3、sodiable：人情味4、soft：人性化5、sustainables：可持续6、sensuous：多层次的愉悦7、solution of social problems：

社会责任感三浦展把这些趋势汇总成一个关键词：Well-Being。我们可以简单理解为：消费者以"悦己"消费为核心，消费趋势倾向于"满足自我内心幸福"，即"我开心最重要

"。从重视外在到关注内心，从物质到精神，从集体到个人，这的确是一大跨越。"第五消费时代"的到来，也为我们餐饮人提出了一系列的难题：新时代下，我们到底是该满足刚需，还是要关注情绪价值？到底是要侧重性价比，还是要做质价比？到底是要大力发展供应链，提高工业化的水平，还是更看中锅气、人气和烟火气？在这样的背景下，笔者认为，对于日本餐饮，我们可以借鉴，但必须结合国情；可以学习，但必须以我为主。原因很简单，日本由于国土面积狭小，民族单一，其模式相当单调且很容易复制。而中国幅员辽阔，国家的超大规模性使得不同地区呈现出截然不同的消费特色。另外，中国经济的发展也不均衡，呈现"K型"发展，一线城市的消费者已经处在追求简约和可持续发展的第五消费时代，而广大三四线城市的消费者还处在消费升级的第三消费时代。最关键的是，中国餐饮市场的变化之大、复杂，数字化程度之高，是日本无法比拟的。过去几年我们深刻地见证了这一过程：很多夫妻店的老板刚学会手机点餐，抖音直播就呼啸而来了；日本的一碗骨汤拉面可以卖几十年，但是中国奶茶品牌一星期没有上新，消费者就觉得你out了；日本的餐饮消费以线下为主，中国的渠道则高度碎片化，仅仅一个外卖就有三家竞争，还有一大堆类型迥异的渠道，外带、团购、拼团、直播、私域、零售……所以，如果完全照搬日本模式，就等于刻舟求剑，结果自然是南辕北辙。图片来源：图虫创意第五消费时代下，中国餐饮的破卷之路，可以从以下五个方向入手：第一，"高质平价"过去两年，中国的餐饮业走过最大的弯路，就是错把"极致性价比"理解为"极致低价

"，最典型的例子就是咖啡行业牵起的"9块9大战"。大家拼命卷价格的结果，就是全行业的"无利润繁荣"。"极致低价"吸引到的是价格高度敏感的客群，但对于商家而言，"一分价钱一分货"，追求"极致低价"就意味着必须在成本和品质之间二选一，最终的结果就是商家不赚钱，消费者不得利。还有一点需要明白，只有"大玩家"才有资格谈"极致性价比"。我们只看到了蜜雪冰城的柠檬水卖3块钱一杯，没看到的是雪王全球超五万家店和每年超过11.5万吨柠檬的惊人采购量；瑞幸有底气坚持"天天9块9"，也是靠着2.6万家门店带来的恐怖采购规模，相关数据显示，仅瑞幸一家企业的咖啡豆采购量就占了巴西对华出口的六成。没有体量上不了牌桌，没有利润就无法发展，对于绝大多数餐饮

品牌来说，"高质平价"才是最现实，也最务实的发展之道。举个例子，过去一年多的时间，北京快餐市场的价格战愈演愈烈，几乎是贴身肉搏。而南城香坚持"快餐价格，正餐品质"，主动放弃低价值客群，向"高品质低价格的精致餐厅"转型。今年4月份，南城香车公庄店重装开业，新店型定位"现炒社区食堂"，且坚持"真食材、基地直采、新鲜直达"。改变带来的效果立竿见影，据创始人汪国玉透露，该店单日接待顾客超过1000人次。"高质平价"的背后是企业平衡成本、品质、利润、体验等多个维度的结果，是兼顾企业生存发展和用户体验的最佳选择。第二，无人化+智能化今年7月，京东正式推出了"七鲜小厨"，主打新鲜现炒无预制，承诺5分钟内出餐，走极致性价比路线，一经推出就爆单，日均订单已超过1000单。而后，京东更是直言三年内要在全中国开出1万家"七鲜小厨"，其底气来源正是炒菜机器人。最近一年，一场后厨机器人化、智能化的"军备竞赛"正在悄悄展开：小菜园拿出1.5亿元采购3000台炒菜机器人，霸碗全国700多家门店全都配备炒菜机器人，锅圈食品宣布完成对炒菜机器人品牌的数千万级战略投资，南城香投资小女当家旗下炒菜机器人公司……根据《世界炒菜机器人产业发展报告》显示，近年来中国炒菜机器人呈现持续井喷态势，2025年市场规模将突破37亿元，未来几年将持续保持两位数的增长，预计到2030年，炒菜机器人的市场规模将突破百亿，在团餐和快餐的渗透率达到50%左右的临界值。上个十年，中餐的产业化主要围绕着央厨的工业化、仓储物流的信息化和传统菜肴味型的标准化展开，但随着竞争进入深水区，餐饮的成本压力陡增，炒菜机器人成了竞争的突破口之一。眼下，炒菜机器人3-5分钟就能完成一道菜，大大提升了用餐高峰期的接待能力；同时能精准调控温度、时间，调味品用量甚至可以精确到克，菜品稳定性大大增强。整体来看，其能帮助餐厅降低40%的人工成本，压缩30%的厨房空间，在降本增效上优势明显。中国餐饮行业正经历着从"规模扩张"到"效率深耕"的深刻转变。未来随着视觉识别和味觉传感技术的进步，炒菜机器人将实现更精准的食材识别和口感复现，通过云端训练和机器学习，甚至可以实现自我学习和个性化调味，拥有"没有边界的厨艺"。"无人化+智能化"组合下的炒菜机器人，将成为餐饮行业最强大的新质生产力。第三，反供应链模型预制菜之争给了所有餐饮人一个警醒，那就是：中国传统的餐饮文化依然根深蒂固，"吃新鲜的，吃口热乎的，吃点健康的"，是刻在我们这个民族骨子里的基因，短时间内无法改变。作为预制菜消费大国，日本的老百姓为什么不像中国这样

**WhatsApp网页版全新上线：实时消息聊天，扫码同步登录，便捷沟通再升级！**

随着移动互联网的飞速发展，人们对于即时通讯工具的需求日益增长。WhatsApp作为全球最受欢迎的即时通讯应用之一，其网页版近日正式上线，为广大用户提供了一款全新的实时消息聊天工具。这款网页版不仅支持实时消息聊天，还实现了扫码同步登录，让用户在电脑上也能轻松享受WhatsApp的便捷沟通体验。WhatsApp网页版是WhatsApp官方推出的全新版本，用户可以通过电脑浏览器访问WhatsApp网页版官网，无需下载任何软件，即可实现与手机端同步的消息接收和发送。以下是WhatsApp网页版的主要特点：1. **\*\*实时消息聊天\*\***：WhatsApp网页版支持实时消息聊天，用户可以随时查看和回复手机端收到的消息，确保不错过任何重要信息。2. **\*\*扫码同步登录\*\***：为了保障用户隐私和安全，WhatsApp网页版采用了扫码同

---

步登录的方式。用户只需在电脑端打开网页版，扫描手机端显示的二维码，即可快速登录，实现手机和电脑端的同步。

- 界面简洁**：WhatsApp网页版界面简洁，操作方便，用户可以轻松查看聊天记录、发送图片、视频和语音消息等。
- 多平台支持**：WhatsApp网页版支持Windows、MacOS、Linux等多个操作系统，用户可以根据自己的需求选择合适的平台使用。
- 数据同步**：WhatsApp网页版与手机端实现实时数据同步，用户在电脑端发送的消息会立即同步到手机端，确保消息的及时传递。
- 隐私保护**：WhatsApp网页版遵循WhatsApp的隐私保护政策，确保用户聊天内容的安全。

使用WhatsApp网页版，用户可以享受到以下便利：

- 随时随地沟通**：无论身处何地，只要有一台电脑和稳定的网络，用户就可以随时登录WhatsApp网页版，与亲朋好友保持联系。
- 提高工作效率**：对于经常使用电脑办公的用户来说，WhatsApp网页版可以让他们在电脑上处理工作消息，提高工作效率。
- 节省手机流量**：使用WhatsApp网页版聊天，可以减少手机流量消耗，降低手机话费。
- 保护手机电池**：长时间使用手机聊天会消耗大量电量，使用WhatsApp网页版可以减少手机电池的消耗。

总之，WhatsApp网页版的上线，为广大用户提供了一款便捷、实用的实时消息聊天工具。用户可以通过电脑轻松实现与手机端的同步，享受无缝沟通的乐趣。随着移动互联网的不断发展，相信WhatsApp网页版将会在未来的沟通领域发挥越来越重要的作用。

TA的作品

[更多作品](#)



---

[广告投放](#)

[用户服务协议](#)

[隐私政策](#)

[账号找回](#)

[联系我们](#)

[加入我们](#)

[营业执照](#)

[友情链接](#)

[站点地图](#)

[下载抖音](#)

---

[抖音电商 《最新一肖一码预测公开大全网》](#) | [《网红精准六肖免费资料开奖》](#) |  
[《新版官方资料大全全网独家查询》](#) | [《2026澳门六开彩公式规律导航》](#) |  
[《新版生肖特码表全网独家导航》](#) | [《新版正版资料公式规律结果》](#) |  
[《免费免费资料免费资料图解》](#)

[网络谣言曝光台](#) |

[网上有害信息举报](#)

| 违法和不良信息举报：400-140-2108 | 青少年守护专线：400-9922-556 |  
算法推荐专项举报：sfjubao@bytedance.com |  
网络内容从业人员违法违规行为举报：feedback@douyin.com

[京ICP备16016397号-3](#)

| [广播电视节目制作经营许可证](#)

| [京B2-20170846](#)

| [网络文化许可证-京网文-\(2022\)0938-030号](#) |

| 互联网宗教信息服务许可证 京（2022）000057