

为什么繁华商业区难觅本地名小吃的身影？为什么名小吃不能多开几家分店？近日，本市一家名小吃店刊发的一则声明，引发社会反思——

洛阳名小吃： 一则声明背后 几多发展困惑



刘永康说，以前，从他们店里走出去的员工，想再回来，他们是不会用的。但是现在，他们会选择再用，其中一个很重要的原因就是缺人。



核心提示

□见习记者 寇玺 记者 许晓洁 文/图

近日，洛阳市西工饭庄有限责任公司在本报刊发一则声明，重申其经营的小街锅贴已在国家商标局注册，少数商家未经其授权，使用小街锅贴商标的行为属于商标侵权。

本报记者走访了小街锅贴、马蹄街馄饨等本地知名小吃，发现除了被仿冒带来的困扰之外，我市名小吃在经营发展中，在做大做强道路上，还受到许多因素的制约。

1 被仿冒，受损的是名誉

前段时间，洛阳西工饭庄有限责任公司(以下简称西工饭庄)的董事长刘永康接到了一名朋友打来的电话：“你们做的小街锅贴是啥呀？”向他抱怨锅贴的味道不好。刘永康听后一愣，随口问了一句：“你在哪儿吃的？”朋友回答说是洛宁。刘永康笑了，因为他们在洛宁并没有分店。

1987年刘永康就到洛阳西工饭庄当经理，2002年饭庄由国有饭店改

制为股份制企业，定名为洛阳市西工饭庄有限责任公司，刘永康任董事长。

早在1999年，洛阳西工饭庄经注册就开始使用小街牌商标，核定使用商品为糕点、锅贴等，在刘永康的记忆里，被仿冒的经历还真不少。“有一次，一家店卖仿冒的小街锅贴，我一看那颜色，就知道不好吃。”

刘永康说，被仿冒，受损的主要不是经济利益，而是名誉。

说起被仿冒的经历，马蹄街馄饨第四代传人之一谭建立也深有体会。谭建立回忆说，在马蹄街商标注册之前，很多地方卖馄饨都打着马蹄街馄饨的招牌，但用的并不是他们的配方。

后来，谭建立发现，来他们店吃馄饨的人群中，很多都是慕名而来的。于是，他们也有了品牌保护意识，注册了商标。在这之后，仿冒的几乎没有了。

2 本地名小吃曾经很辉煌

作为老洛阳传统小吃的刘家不翻汤，早在清末之时便开始沿街经营了。它酸辣过瘾的口味特别符合本地人的喜好，因为其具有洛阳特色，不少外地游客也会选择来一饱口福。

刘家不翻汤的第四代传人刘峰经营的店面，现坐落于老城区居业家园小吃街上。与过去不同的是，现在的店面招牌上除了不翻汤，还写上了水席单做，而炒菜、砂锅也都在其经营范围。

刘峰说，记忆里，父辈推着架子车在街边售卖时，总有顾客排着二三

十米长的队，端着碗，等着盛汤。然而现在，仅仅销售不翻汤已经无法满足越来越多的开支了。

“房租和员工工资开销很大，只卖不翻汤已经顾不上了。”刘峰解释说，现在市面上可选的食品种类非常丰富，没点儿改进实在不行。然而，由于是个体经营，增加品种后伴随的是更加辛苦的劳作。说起这些，刘峰有些无奈，对于未来不敢考虑更多。

马蹄街馄饨也是洛阳名小吃之一，卖相好，味道佳，使得马蹄街这块金字招牌闪耀了百余年。讲起卖得最

好的时候，谭建立说：“最辉煌的时候，25公斤一袋面，一天能用4袋呢。”而现在，一个店远卖不了这么多。

西工饭庄的前身是1956年从上海迁到洛阳的野味香饭店，经过半个多世纪的经营，锅贴从店内的一道普通点心变成了“招牌”产品，并且拥有了自己的品牌——小街。

据刘永康介绍，小街锅贴一直保持着较为平稳的销量，每天从上午10时左右开始，排队的人络绎不绝，锅贴一天的销量能达到二三百公斤，节假日能增长到近400公斤。

3 为何繁华商业区难觅本地名小吃的身影？

目前，西工饭庄共有4家分店售卖小街锅贴，刘家不翻汤有一家店面，马蹄街馄饨有5家店面，然而，在每家店面中，位于城市商业中心的却很少。

刘永康说，一些商业区也想找他们去开店，但由于擀皮、调馅等锅贴必备的工序需要店面面积足够大，而中心商圈店面租金又很昂贵，光是房租的负担就让他们无法

承受。

刘永康告诉我们，锅贴的利润很薄，毛利率大概在38%左右，如果再算上人工和税收等，利润就更少了。如果把店开在新都汇、王府井百货这样的地段，就必须依靠涨价来维持经营。一旦涨价，顾客群体就会发生很大变化。

谭建立说，很多人觉得餐饮店常常会有油烟、有污染，也不愿意把店

面租给餐饮企业；此外，一些商业中心在进货时间等方面有严格要求，让他们感觉“受不了”。

谭建立表示，馄饨这样的小吃必须现做现卖吃，如果把店开在繁华商业中心，不菲的租金可能只允许他们租一间较小的店面，那样，存储的物品就会有限。他担心，一旦存货卖完了，顾客又等着吃饭，那该怎么办？

4 是什么把洛阳小吃圈在“围城”里？

刘永康说，以前，从他们店里走出去的员工，想再回来，他们是不会用的。但是现在，他们会选择再用，其中一个很重要的原因就是缺人。

“小吃，是个劳务行业。”刘永康说，做小吃，几乎每个环节都离不开人工。但现在很多人，特别是年轻人，不愿意学习做小吃的技术，觉得不够体面。

市餐饮行业协会办公室主任陈玉田说，过去都称餐饮业是“勤行”，意思是说很辛苦。现在很多人觉得做小吃既辛苦收入又不高，愿意做的人少了，传统小吃缺乏发展的冲劲儿。

除了人工的困扰外，刘永康还担心门店增多之后会在管理上存在困难，如果管理不好，

就可能面临砸牌子的风险。

为了扩大经营，西工饭庄正在构思中央厨房的设计。此外，他们也请人为各家分店设计统一的装修，提升店面水准。

谭建立说，马蹄街馄饨的中央厨房已在现有的店中进行试验，将来是否推广成连锁店、加盟店，则要等到下个月财务核算之后再决定。目前的几家店虽是各干各的，独立经营，但是内部装修风格较为统一，目的就是增强顾客对马蹄街馄饨品牌的认知。

谭建立说，以前大家会为了吃一碗馄饨，大老远跑过来。但是，现在吃的种类实在是太多了，他们不能再坐等顾客上门，而是要想办法把店开在离顾客近一些的地方。

5 打造国际文化旅游名城，少不了小吃这一环

“羊肉汤、牛肉汤、豆腐汤、不翻汤、菜馍、烫面角、羊肉包、浆面条……”陈玉田说，洛阳的小吃虽然不像开封那么多，在种类上也绝不算少。但总体看来，本地小吃规模小而散，离做大做强还有不小的距离。

刘永康说，打造文化旅游名城，突出小吃品牌，强化本地

小吃特色少不了。

“应该对小吃进行标准化规范。”刘永康认为，只有标准化做好了，本地小吃品质提升了，才能够向外推广。而外地游客来到洛阳，如果吃不好，则很可能住不长；如果吃得好，可能就会延长在洛阳的时间，为洛阳带来更多的旅游收入。

6 本地小吃品牌需自强

“在保护品牌方面，开封的做法值得学习。”陈玉田说，开封市工商部门在鼓楼一带的小吃街设有管理单位，定点管理该小吃街。在这种专项管理的影响下，该小吃街在出摊、收摊时间和卫生质量等方面都相当规范。

陈玉田说，统一的管理会对传统小吃起到规范作用，而时常进行的优秀小吃评选还能给予商户鼓励，极大地促进了特色小吃的发展。

“小吃街的模式同样重

要。”陈玉田表示，开封、西安等城市，都为小吃经营开辟有集中地段，即使售价较贵，很多外地游客也愿意尝尝，这样一方面使经营者赚了钱，另一方面会吸引更多的人投身到小吃经营中，形成了良性循环。

陈玉田说，相对于开封，洛阳市目前的小吃市场还有些分散。如果能将本地名小吃集中起来并形成规模，既是对这些餐饮店铺品牌的再次提升，也可以为古都洛阳再创建一个旅游品牌。



顾客排队购买小街锅贴。