

共享经济背景下高校共享厨房可行性分析

——以梧州学院为例

王钧誉 谭晴晴 任永晴 张好 赖懿杰 徐亚兰*

梧州学院, 中国·广西 梧州 543000

【摘要】针对当代大学生的饮食需求,设计并提出了一种共享厨房经济模式。该模式以梧州学院为例,为梧院学子量身打造兼具自主烹饪、美食共享、情感交流功能一体化公共休闲空间。

【关键词】共享经济;共享厨房;“O2O”厨房;DIY

Feasibility Analysis of Ahared kitchen in Colleges and Universities under the Background of Sharing Economy

—Taking Wuzhou University as an example

Wang Junyu, Tan Qingqing, Ren Yongqing, Zhang Hao, Lai Yijie, Xu Yalan*

Wuzhou College, Wuzhou, Guangxi, China 543000

[Abstract]:Aiming at the dietary needs of contemporary college students,a shared kitchen economic model is designed and proposed.Taking Wuzhou College as an example,this model creates a tailor-made public leisure space for Wuyuan students that integrates the functions of independent cooking,food sharing, and emotional communication.

[Key words]sharing economy;shared kitchen;"O2O" kitchen;DIY

【基金项目】2022年大学生创新训练项目资助(S202211354041)。

“共享”是指把社会中的闲置资源,整合后再利用。目前共享文化已经越来越融入到高校日常生活中,共享电滴、共享洗衣机、共用雨伞、共享充电宝等已经变成了高校学子日常生活中的重要组成部分,为了适应时代的发展,满足大学生的共享需求,经过一系列的研究,我们决定开展共享厨房项目。一方面,大学是一个多域化的集合体,聚集着来自五湖四海的学生,各个地方有着不同的地域风格口味。单一的食堂提供餐饮,很难满足学生们多样化的需求,也很难还原学生们地域口味。另一方面,由于大学生的消费能力大幅增强,大学生对优质餐饮产生出巨大的需求,常规的校园餐饮模式,也无法跟上时代步伐。此外,随着生活水平的提高,大学生愈发看重食物的品质,他们更加喜欢味道鲜美,菜品独特,价格便宜,有地方特色,营养丰富的食物。对于课业相对轻松,具有较多休闲时间的大学生来说,有余力干自己想干而未干过的事情。学生们有做餐的想法,但却讨厌洗碗等收拾行为。本文以热点话题“共享厨房”为切入点,聚焦高校学生这一特殊消费群体,以梧州学院为小范围试点,通过建立满足个性化需求的餐厅,完善菜谱生成系统,提供线上烹饪指导等措施,改变传统校园餐厅的经营模式,创新共享厨房模式,在校内打造一个全新的用餐模式。

1 高校共享厨房发展脉络

1.1 共享厨房的起源

共享厨房模式最初来源于美国,初期模式主要包括提供场所、设备给餐饮创业者入驻以及专业运营咨询两个功能。在我国,第一个开放式的共享厨房是在2017年8月,在湖北高校的风华苑餐厅里,大三学员杨海北开设了间“共用厨房”,只带上食物,花了几块钱就租用,人们均能下厨房体验做饭的乐趣,增强大学生动手能力,培养大学生之间真挚的情感,掌握生活必备技能,还能充实课余时间,丰富校园生活。

共享厨房在国内的发展始终呈现出良性趋势,并且相关企业一直受到资本的追捧。并且随着法律法规、监管政策,市

场的运作方式日益完善,共享厨房不断向前发展,给我们的生活模式带来了全新的动力。

1.2 共享厨房的发展

共享厨房自2014年出现以来得到了诸多投资与大牌餐厅品牌的关注,目前正在稳步走向新坐标。国家发改委等三个部委出台《关于支持新业态新模式健康发展激活消费市场带动扩大就业的意见》规定,以支撑线上线下结合的新产业,以新模式为经济社会转型增长和推动改革创新的关键突破口,有效激发数字化创业对实体经济提质增效的积极推动效果。通过引导公共出行、餐饮外卖、生活团购、在线购药等服务领域产业智能提升和运营模式创新,培养生活消费的新方式,积极培养线上服务高端品牌。通过国家的政策支持,更加明确了自己的责任与目标。互联网+背景下,共享经济在中国得以迅速发展并且国家下发共享经济和大学生创业方面的相关政策予以支持。

目前市面上的共享厨房又叫“O2O”厨房,对象客户主体大多为外卖商户。“共享厨房”会为商家们提供统一的营业执照和相应的餐饮设备,只做外卖不做堂食也不设置餐椅。市场上仍广泛缺乏为大学生服务的共享厨房,面向大学生的共享厨房是一项前景可观的项目。由于大学生是一个不断更新的社会规模庞大的人群,同时也是一个充满活力的社会并拥有大量消费力的人群,只要找准了他们的需要点就可以从中获利。校内共享厨房以完整有特色的厨房设施及用品为基础,不仅提供了专业厨房设施和个性化服务,还能为用户带来了DIY式的体验乐趣。

2 高校学子校内餐饮困境

大学生来自五湖四海,饮食有着很大不同,风味也有很多差异,而学校食堂菜品仍面临着同质化问题,无法适应高校学生的个性化要求。近两年来,由于疫情的暴发,疫情下的高校管理模式让学校食堂面临人员拥挤的困境,食堂桌椅供不应求,食堂内部卫生问题也有待改善。

首先,为了迎合学生想要自主烹饪的心理需求,解决学生烹饪工具短缺、烹饪地点匮乏等问题,打造一种全新餐饮业

态, 创建一个另类就餐模式, 让大学生就餐多元化已迫在眉睫。在共享经济的背景下, 将“共享厨房”聚焦在高校学生这一特殊群体身上, 以小范围试点构建具有可行性的运营模式, 共享厨房可将社会闲散资源整合在一起, 将互联网与厨房相关联, 是一种高效、便利的在校大学生新式餐饮商业模式。

其次, 出于防控安全的考虑, 大多数高校求学生统一在校就餐, 可有效管理人员流动, 减少与外界接触而产生的风险。但全国大学高校人员大多为几万人, 庞大的人员数量很难实行错峰就餐管理且学校就餐窗口有限, 菜品单一, 食堂职工人员较少, 很难及时补给菜品。考虑到大学生课余时间较多, 共享厨房可实现自我做饭的可能性, 能有效缓解食堂就餐压力过大的问题。

大学生共享厨房计划的诞生, 不但缓解了这些困难也增加了其他领域的需要。另一方面, 高校公共餐厅为需要独自烹饪的大学生提供一个场地, 不但能够增强他们的动手意识, 也能够增加他们居家在外的自我生存能力, 公共餐厅的租赁费用往往很低廉, 他们仅需要缴纳几块钱就能利用厨房里的炊具自己做好一餐饭菜。另外, 大学生共用厨房也为校友聚餐提供了新去处。据了解, 学生们通常都会在同乡或宿舍的聚餐、生日派对等聚餐场所选择共享厨房, 而这种新颖的聚餐方法不但可以加深校友彼此间的感情, 并培养合作能力与默契, 同时也是各个区域的学校间一种美食文化交流与相互促进的重要过程。所以本项目就立足于上述提问明确提出了共享厨房定义, 以及利用共享厨房的优势来解决这些问题。

3 梧州学院校外内餐饮现状分析

3.1 校内外餐厅整体概况

(1) 校内。据调查显示梧州学院校内一共设有四个食堂, 其中第一食堂设有餐饮窗口4个, 餐饮种类2种, 其中以米饭为主; 第二食堂设有餐饮窗口30个, 餐饮种类8种, 其中以米饭、面食为主; 第三食堂设有餐饮窗口12个, 餐饮种类5种, 其中以米饭为主; 第四食堂设有餐饮窗口30个, 餐饮种类8种, 种类齐全; 据统计, 梧州学院学生以第二食堂最为喜爱, 原因为食堂内餐饮种类丰富, 囊括各大菜系。

(2) 校外。以梧州学院南门外为例: 南门外共有餐厅30家, 其中地方小吃类10家, 粉面类6家, 西式餐点类2家, 饮品类4家, 米饭类8家; 由于学院内学生来自各个不同的省份及国家, 各个地域有不同的风格口味, 所以南门外餐厅各家客流量均等。

3.2 大学生餐饮调研情况分析

为了更好地了解大学生餐饮情况, 我们设置了一份《共享经济背景下高校共享厨房可行性战略分析》调查问卷, 该问卷由各大高校大学生填写, 并作出总结。问卷分别在各大互联网平台以及线下校园内发放, 共发放了1000多份, 有效回收了800多份, 其中65%为女性, 35%为男性, 年龄较多分布在20岁左右, 大一大二的学生对此期盼较高。

(1) 饮食偏好。调研表明, 57.59%的中国大学生爱好川菜, 川菜以鲜香麻辣为主, 其中有名的川菜有: 宫保鸡丁, 麻辣豆腐, 鱼香肉丝等; 52.36%的大学生喜欢湘菜, 湘菜以酸辣清香浓鲜的口味为主, 其中有名的菜有: 剁椒鱼头, 麻辣小龙虾等; 24.08%的学生喜欢粤菜, 粤菜也就是广东菜, 其中包括白切鸡, 梅菜扣肉, 盐焗鸡等; 55.5%的学生喜欢吃烧烤, 很多城市都具有自己的特色烧烤, 种类繁多; 48.17%的学生喜欢面食, 学生来自五湖四海, 饮食习惯自有差异; 47.64%的学生都喜爱麻辣烫, 而作为火锅的简化版, 这个简单容易且独具特色的吃法也大受欢迎; 36.13%的学生喜欢烘焙类食品, 作为西式餐点的经典代表, 食用方便, 便于携带; 24.61%的学生喜欢快餐食品, 由于学生学习时间紧凑, 快餐具有快速, 方便, 环保等优点, 能够满足大众化餐饮。

(2) 价格范围。随着大学生消费水平的不断提高, 学生对单餐价格接受范围也在不断提高, 其中15.71%的学生接受范围在

十元以下; 75.39%的学生接受价格范围在十元到二十元; 8.9%的学生接受价格范围在二十元以上, 由此可见大学生普遍喜欢价格实惠的三餐。

(3) 口感。据调查结果表明, 对于饭菜95.29%的人比较关注于饭菜的味道; 60.73%的人比较重视饮食的营养价值和保健, 选用适宜自己的食品以起到饮食自身的生理调节作用以改善自己生活条件; 51.31%的人更加喜欢具有地方特色的美食。

4 共享厨房建设过程中可能出现的问题及解决方案

共享厨房的建设避免不了问题的发生, 针对这些问题, 我们逐一排查并给出解决方案, 努力实现共享厨房建设, 以便于更好地满足大学生的体验与需求。

4.1 宣传力度小, 不能充分挖掘潜力顾客

对于共享厨房, 主要据点是在QQ空间、微博、优酷上的图片进行推广; 主要梧州学校内部的校园广播、海报广告、企业介绍等主要推广方式, 扩大影响力。再加以宣传, 通过设置活动咨询点, 建立起消费者信息库, 掌握校园内各个学生群体的联系方式, 把优惠活动、新闻动态等有效地传达给潜在消费者, 以此激起学生对共享厨房的浓厚兴趣。在积极开辟校园市场的同时, 为了进一步加强推广力度, 可以面向广西壮族自治区各大高校做出多次宣传, 例如粘贴海报、发放传单来打开潜在市场。

4.2 劳动力成本高

可以多角度、多渠道获取资金, 用以支持共享厨房的运行当中高昂的人工成本以及维护支出。动力成本高, 盈利空间小。例: 设置共享冷藏柜, 规定放置时间为四小时, 超出规定时间按每小时一元收取费用。

4.3 如何运用产品用途进行定位

共享厨房提供各种厨具、调料、餐桌等设施, 租赁对应的厨房灶台, 自带食材制作想吃的菜也可以利用厨房内的设施对食品进行保温、制冷、加热等操作, 满足学生个性化需求。

4.4 如何运用使用场合进行定位

共享厨房适用于日常个人需求, 同时也适用于集体团建, 如宿舍聚会、班级团建、组织团建、情侣约会等场合。以共享理念为在校大学生打造一个优质的共享厨房。后期会考虑在教职工宿舍周围开设共享厨房, 为教职工群体、退休干部做饭提供条件。

4.5 定价过高

为增加厨房的利用率, 我们还可采取错峰优惠活动战略, 在早上、下午的时段也可调低收费标准以引导顾客前来使用。

5 结论

共享厨房项目个性化程度较高, 是共享经济和网络时代发展中的一个趋势, 给餐饮市场提供了全新的发展, 通过它的便捷和对闲置资源的再利用, 使经营者与消费者之间达到了双赢的效益。我们有专门的创新队伍, 通过不断的创新, 具有较丰富的社会实践能力, 并具备强烈的社会责任感和较强的协调、组织与统筹能力。据调研表明, 如果在校园内或周边有公共厨房, 87.96%的受访者都乐于去体验。

参考文献:

- [1] 朱晓悦. 从多元化共享厨房看共享经济的发展与风险防范[J]. 今日财富, 2022(06): 151-153.
- [2] 和文超. 共享厨房在共享经济中的发展现状及对策研究[J]. 现代商业, 2017(18).
- [3] 王嘉奇. 共享经济背景下的餐饮服务模式研究[J]. 现代商业, 2018(10): 17-18.

作者简介:

王钧誉(2002-), 男, 本科生, 研究方向: 企业经营与管理。

通讯作者: 徐亚兰(1989-), 女, 硕士, 讲师, 研究方向: 珠宝企业管理及市场营销。