

近800餐饮从业者齐聚昆明 共议云南味道“飘出去”

10月11日，云南昆明迎来了一场餐饮行业的盛大聚会“深耕本土走出去云南餐饮业暨窄门知识峰会”。近800位来自全国各地的餐饮行业专家、品牌创始人及从业者齐聚一堂，共同探讨如何让“云南味道”在更广阔的市场中绽放光芒。这场峰会不仅是一次思想的碰撞，更是为云南餐饮行业寻找新发展路径的重要契机。云南以其得天独厚的食材优势和多样的民族饮食文化闻名，但如何将这些优势转化为全国化、甚至国际化的品牌影响力，仍是摆在从业者面前的课题。峰会上，中国饭店协会特邀副会长、中国烹饪协会副主席杨艾军在致辞中指出，云南餐饮行业虽然拥有丰富的自然资源和独特的饮食文化，但在快速发展的市场环境中，仍然面临诸多挑战。供应链的优化、跨区域发展的战略布局、品牌文化的输出，都是亟需解决的问题。他强调，云南餐饮需要通过创新和协作，让更多人了解并爱上“云南味道”。此次峰会正是为行业提供了一个交流经验、分享案例的平台，旨在助力云南美食突破地域限制，走向全国。与会者们围绕“云南味道飘出去”这一主题展开了深入讨论。云南菜以其鲜香麻辣、原生态的食材和独特的烹饪方式深受食客喜爱，但要实现全国化发展，仅仅依靠口味优势远远不够。一位来自昆明的餐饮品牌创始人分享了自己的经验，他提到，品牌要想走出去，必须在保留云南特色的同时，适应当地消费者的口味习惯。例如，通过调整菜品的辣度和口感，或者开发适合快节奏生活的便捷餐品，才能更好地融入外地市场。此外，供应链的稳定性也被多次提及。云南地处西南，优质食材的运输和保鲜成本较高，如何构建高效的供应链体系，成为与会者关注的焦点。峰会还邀请了多位行业专家，分享了成功案例和前沿趋势。一位来自上海的餐饮连锁品牌负责人表示，云南菜的全国化需要借助数字化手段，比如通过短视频平台和社交媒体宣传，吸引年轻消费者群体。他举例说，一些云南餐饮品牌已经在抖音等平台上通过展示地道滇菜的制作过程，成功吸引了大量粉丝，带动了门店客流量的增长。另一位专家则提出，云南餐饮可以借鉴川菜和粤菜的成功经验，通过标准化生产和连锁经营模式，将“云南味道”推广到更多城市。除了品牌推广和供应链优化，文化输出也是此次峰会的重要议题。云南拥有26个民族，每个民族的饮食文化都独具特色。如何将这些文化元素融入餐饮品牌，让消费者在品尝美食的同时感受到云南的文化魅力，成为与会者热议的话题。一位从业者提出，可以通过餐厅的装修设计、菜品的故事化呈现等方式，让消费者在用餐过程中了解云南的民族风情。例如，傣族的竹筒饭、彝族的烤全羊等菜品，不仅是味蕾的享受，更是文化的传递。峰会期间，与会者还就云南餐饮行业的未来发展进行了展望。许多人认为，随着消费升级和旅游业的蓬勃发展，云南餐饮迎来了新的机遇。尤其是在“五一”“国庆”等旅游旺季，昆明等地的餐饮消费持续升温，吸引了大量外地游客。如何抓住这一机遇，将“云南味道”与旅游经济结合，进一步提升品牌影响力，成为从业者们的共同目标。此外，部分与会者还提到，云南餐饮企业需要加强与电商平台、外卖平台的合作，通过数字化手段拓展市场份额。这场峰会不仅为云南餐饮行业提供了宝贵的交流机会，也让从业者看到了“云南味道”走出去的无限可能。从食材到文化，从供应链到数字化，云南餐饮正在以全新的姿态迎接挑战。正如一位与会者所说：“云南味道不仅是舌尖上的享受，更是一种文化的传播。我们希望通过努力，让更多人爱上云南的美食，爱上这片土地的独特魅力。”

原文链接：<https://hz.one/baijia/近800餐饮-从业者-2508.html>

PDF链接：<https://hz.one/pdf/近800餐饮从业者齐聚昆明 共议云南味道“飘出去”.pdf>

官方网站：<https://hz.one/>