

232家老字号餐饮集体“触网”

2015年,O2O势不可挡。整个餐饮行业在互联网的猛烈攻势下,经过了一年的震荡、调整、试错、觉醒,正慢慢走上自己“互联网+”的道路。

232家老字号集体接入百度外卖

北京市统计局发布的数据显示,2015年上半年全市限额以上批发零售企业实现网上零售额792亿元,同比增长38.9%。其中,由网上商店实现的零售额占八成,同比增长27.5%。

这一数据的增长也直接体现在餐饮行业,2015中国(北京)电子商务大会的数据显示,包括峨嵋酒家、鸿宾楼饭庄、护国寺小吃、烤肉季饭庄、北京西来顺饭庄、全聚德、庆丰包子铺、稻香村等共计19个品牌、232个门店的老字号集体接入百度外卖,这也是中华老字号首次以如此大的规模拥抱“互联网+”。

甚至连一向高傲的外资也不得不调整姿态,高调“触网”。例如当年坚决不肯接入POS机的肯德基,在今年6月宣布与支付宝达成全面合作,从上海、江浙开始,全国肯德基餐厅陆续接入支付宝支付。此外,肯德基的免费WiFi服务、电子餐牌、“自助点餐”App等也已在部分地区开通。

9月,麦当劳中国宣布与微信达成合作。自12月3日起,北京的230家麦当劳餐厅将可以使用微信支付。预计2016年一季度,微信支付将覆盖2200家麦当劳餐厅。



瞬间时间,颠覆、创新、增量……互联网创业者以这些关键词兜售垂直领域的切入理念,让传统餐饮行业的人觉醒,一些餐饮企业还尝试着抱团打造自己的O2O平台,欲在餐饮O2O市场分一杯羹。

挖掘年轻人的商机

“传统餐饮行业之所以进入困境,是因为这本身就是个利薄的行业,当八项规定让餐饮恢复常态后,一下子将它打回原形。”金百万餐饮管理有限责任公司(下称“金百万”)董事长邓超表示。

邓超认为,在餐饮业,时间、空间和客单价是餐饮行业的

“天花板”,而人工、房租、原材料以及税收等是“地板”,近些年“天花板”并没有多大的改变,但是“地板”却嗖嗖地涨,尤其是人工、房租还有原材料一直在大幅上涨,其实利润被压缩得已经很小。

“我们一开始尝试‘互联网+餐饮’,但是很快发现外卖除了给用户带来便利外,并没有改变成本结构,还让口感下降很多。”邓超说。经过了“试错”,金百万希望以智能锅占领家庭社区的厨房,在不起眼的角落掀起回归厨房的革命。针对“80后、90后不会做饭不爱做饭”,金百万为传统烹饪提供一整套的智能系统。希望用“准成品+智能锅+平台服务”为核心的商业模式,充分满足

用户在家吃饭的需求,3分钟快速烹饪安全美味的成品菜。

“我们已经联合了行业伙伴,希望自己搭建平台,让餐饮人自己领导行业革命。”邓超表示。

如何避免团购的教训

毋庸置疑,O2O正成为助力传统餐企发展的方式。通过订座、采购、营销、外卖、团购等各个环节,全面影响和改造着古老的餐饮生意。但是,餐饮业的O2O转型却并非易事,团购就是一个血淋淋的教训。

今年4月8日,窝窝团登陆纳斯达克。但是6月,窝窝宣布与餐饮食材供应链企业众美联合,改名为“众美窝窝”。9月,

众美窝窝宣布,剥离团购和其他非餐饮业务。包括美团、大众点评、糯米在内的其他团购网站也纷纷转型。团购网站如今已成了餐饮商家的在线营销平台,广告展示意义大于导流意义。

“这种蜂拥而上只吸血,却并未造血。”中国食品产业资深观察人士朱丹蓬表示,以前是团购,现在是众筹,互联网思维炒了一整年之后,餐饮行业下一步必须谨慎,餐饮必须是实实在在的东西,但是有了互联网这个工具,它就能更快更好地发展。同时,互联网对餐饮品质也是一种倒逼,只有你的产品质量够硬,才能得到互联网的传播,才能禁受住考验。

因此,中国烹饪协会副会长冯恩援认为,跨界而来的互联网企业虽然有很多先进理念、模式,但真正了解餐饮业的还是餐饮人。由餐饮人主导的O2O平台可能会更加切中行业痛点。

易观智库数据显示,2015年,中国餐饮O2O市场规模预计将达到1389亿元,相比2014年增长46.8%,5年时间市场扩容超10倍。巨大的市场潜能,让很多人跃跃欲试。

中国烹饪协会《2014年全国餐饮市场分析和2015年前景预测报告》认为,餐饮市场一直处于不断尝试调整的过程中,波动性贯穿全年。

如何找合适的切入点,让互联网能真正帮助解决这个行业的痛点,“互联网+”带给餐饮O2O更多想象空间,吃的变革正在身边加速快跑,颠覆着每一张餐桌上的场景。(中国经济网)

行业信息

全球电子商务平台上线

本报讯 刘志刚 近日,全球优冻品平台上线。中华全国工商联水产产业商会永久名誉会长尹启忠、烹饪世家张氏鲁菜传承人张宝庭、中国唯一亚洲大厨国际烹饪艺术大师屈浩以及近百名商户应邀出席了发布会。

金沉虎作为全球优冻品电子商务平台创始人进行了会议致词。随后,他就公司平台筹建过程及公司未来发展愿景向与会人员进行了深刻又明确的表述。此外,金沉虎还围绕“我们要做什么,我们解决了什么,我们的目标是什么,我们的魂又是什么。”这一主题,向与会嘉宾介绍了全球优冻品平台的创立理念。

期间,作为全球优冻品合伙人,中华融合菜大师邬刚宣布了全球优冻品菜品研发中心的成立与启动,并由到场的知名大厨王辉为与会嘉宾现场制作其创新研发的两道精品菜肴,同与会嘉宾进行探讨与交流。

全球优冻品在改造了传统的多级供应模式的同时,也丰富了传统冻品行业市场。金沉虎表示,将砍掉供应商与商户中间的层层中间商,让商户自身价值实现最大化。相信在这种理念的鼓舞下,全球优冻品将会给更多的消费者带来最为优质的冻品食材,为传统冻品行业的转型与升级添加无限助力,成为冻品行业中的佼佼者和更多餐饮企业的首选。

企业动态

锦绣生鲜联手途牛打造餐旅新体验

本报讯 张勇 近日,锦绣生鲜农业科技发展有限公司平台上线新闻发布会在京举行。途牛旅游网与锦绣生鲜在会上共同签署了战略合作协议,途牛旅游网市场总监龚晓波参加了本次发布会。双方承诺将融合各自行业特点及竞争力,在多维度、深层次跨界合作,有效盘活各自产业链上的资源,真正实现餐饮企业和途牛的“互联网+”概念落地。

锦绣生鲜农业科技发展有限公司董事长杨海军认为,随互联网的蓬勃发展,生鲜O2O平台也如雨春笋般兴起,能否成为用户最终的选择,归根结底还是要看是否能提供给顾客最物美价廉且安全放心的产品。

他表示,相信在途牛与锦绣生鲜的精诚合作下,双方业务不断深入,产品互相补充,最终



实现美食与旅游完美的结合。双方的合作,将会把更多丰富、优质、安全的食品,以及更加新兴、健康的旅游产品相融合,提供给大众,为大众提供更好的服务。途牛与锦绣生鲜的战略合作前景可观,旅行新滋味,餐旅新体验,势不可挡。