

# 快餐业进入十字路口 企业积极转型

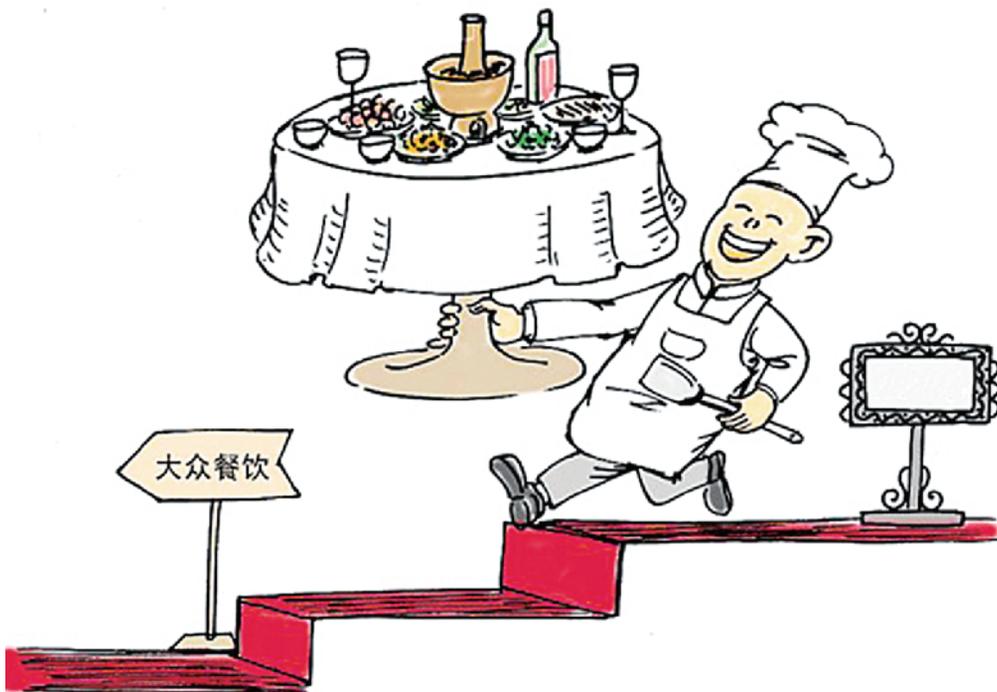
2011年平均利润为8.52%的中国百强餐饮快餐行业,在2015年滑落至2.8%,快餐业进入严重瓶颈。在日前召开的真功夫品牌新战略发布会上,真功夫资产证券化第一批收益权项目上线,业内人士称,本土快餐企业尝试以转型升级和金融化来走出行业十字路口,走“标准化+个性化”路线进入到中式快餐3.0时代。

## 中式连锁快餐举步维艰

近年来,由于高端餐饮下沉、成本上涨、电商入侵等因素,导致快餐行业的利润持续下降,中式快餐行业面临前所未有的压力。很多快餐巨头如大娘水饺、大嫂水饺和乡村基等也在此期间受到影响。

曾经作为中国快餐十佳品牌企业的大娘水饺,在2013年12月由CVC完成收购。当时,CVC表示,考虑将大娘水饺作为中式快餐整合平台,在3~5年内推动大娘水饺在香港上市。然而在CVC入驻之后,大娘水饺业绩连年下滑,公司在三年换了三位CEO。

创建于1999年的大嫂水饺是合肥的特色美食,曾在全国建起了数家连锁店,如今这个苦心经营了16年的企业却从2014年下半年开始,陆续上澳门店关门潮。西南最大快餐企业乡村基在纽交所上市,曾跃居全国餐饮



前三。如今,乡村基将从美国退市,并暂缓一线城市扩张,退守西南。以上种种折射出行业状况,快餐行业飞速发展的时代已经过去。

中式快餐为何举步维艰?在真功夫董事长兼总裁潘宇海看来,主流消费群体出现变化,“85后”、“90后”甚至“00后”正在成为餐饮消费的主力军,他们不仅要求更个性化的就餐体验,甚至还希望有能够在精神层面

拥有共鸣的餐饮品牌:“外出就餐对他们来说不再是为了果腹,而变成一种融合社交、娱乐、‘自我宠爱’功能的体验。与此同时,中式快餐行业却陷入高端餐饮下沉、四大成本上涨、电商入侵、行业集中度不升反降的行业困境。”

## 资本运作是现阶段最好选择

“中式快餐已跨入了‘3.0时

代’。”业内人士称,目前各大中式快餐企业正在做“转身”的各种尝试,一是为创新顾客体验而转型升级,二是积极利用各种金融手段。潘宇海说到:“‘标准化’依然是快餐企业的核心竞争力,‘出品质量稳定’与‘高效率’之所在,新的模式应该是‘标准化+个性化’。”

在本地餐饮企业或走上上市之路或不断试水互联网金融之际,真功夫资产证券化第一批

收益权项目也于近日上线。据透露,真功夫之前也曾考虑进入资本市场,但目前重点在尝试众筹项目、运营孵化器上,并正在筹备产业基金以投资孵化器。

随着我国快餐行业逐渐进入瓶颈期,中式快餐连锁巨头真功夫也开始寻求转变。6月18日,真功夫正式对外发布了品牌新战略,包括全新的品牌形象,并从品牌价值理念与顾客就餐体验两方面双管齐下,以希望俘获年轻消费者的芳心。

事实上,除真功夫外,不少快餐巨头也纷纷将年轻消费群体作为重点目标群体。今年1月27日,麦当劳与微信合作,在北京开出内地首家麦当劳智慧概念餐厅。这家餐厅融入了很多智能化的元素,包括自助点餐机、DIY汉堡服务等。5月,肯德基也推出其在华首家智能概念店“Original+”。肯德基概念店“Original+”是与百度联手打造的连锁餐饮行业首个人工智能服务场景。一场快餐行业“年轻化运动”正在上演。

一位不愿具名的餐饮行业专家表示,餐饮行业随着时代的发展,带来的是多元消费需求的爆发,而非单纯的年轻消费群体的更迭,品牌核心价值是未来消费者的选择核心要素,重塑自有产品价值和品牌文化,才是突破快餐行业发展瓶颈的长远之道。

(中经网)

## 行业信息

### 新西兰猕猴桃和乳制品对华出口均大增

据新西兰统计局6月27日公布的数据,今年5月新西兰猕猴桃对华出口同比增62%,乳制品对华出口也明显增加。

数据显示,5月,新西兰出口商品总额增加2.2亿新西兰元(约合1.56亿美元),同比增5.1%。统计局表示,木材和水果产品出口增加是当月出口增加的主要因素。

现阶段正是新西兰重要水果出口产品猕猴桃的出产季节。从出口目的地看,向中国出口的猕猴桃增速最快,出口额增长3100万新西兰元(约合2192万美元)。

当月,新西兰主要出口产品乳制品出口额下降9000万新西兰元(约合6364万美元),降幅为9.9%。不过,中国市场向新西兰乳制品出口商释放积极信号,新西兰对华乳制品出口增长4100万新西兰元(约合2900万美元)。(人民网)

## 企业动态

### 恒顺醋业将上调部分产品价格

本报讯 凌应敏 恒顺醋业近日发布公告显示,未来3个月内,该公司将上调部分产品价格,且此次涉及提价的产品为公司主营的经典醋系列,共19个单品,调价平均幅度在9%左右。

恒顺醋业是一家老牌调味品企业,也是目前国内最大的制醋企业,已经形成香醋、白醋、料酒、酱

类、酱油、麻油、酱菜七大品类系列产品。该公司2015年的财务数据显示,去年恒顺醋业的净利润为9800万元,相比2014年7500万元的净利润,增长微小。此外,作为该公司的主营业务,调味品在2015年实现了11.38亿元的收入,同比增长了9.08%,酱醋调味品的毛利率为41.17%,同比减少了1.2个百

分点。

据悉,该公司此前公布的一季度报告显示,该公司前3个月录得3.59亿元的营收,同比增长了7.91%,但是该公司的净利润却出现了75.08%的下滑,至3633万元。恒顺醋业称,此次上调产品价格将对该公司2016年的经营业绩产生一定影响。

### 俏江南携手蟹·锡兰打造美食混搭餐厅

本报讯 凌应敏 俏江南(北京)企业管理有限公司与北京建佳誉美餐饮管理有限公司日前在北京罗斯福广场3层举办旗下品牌“俏江南”“蟹·锡兰”联营门店新闻发布会。

据悉,俏江南作为中式正餐领导品牌一直不断追求新求变,与作为国内唯一一家正统斯里兰卡餐厅蟹·锡兰携手,正因其餐厅定

位、服务、菜品品质、经营理念等方面与俏江南相一致。同时,双方始终将顾客的满意度放在首位、旨在为每一位客人提供最美味的特色菜品和最优质的服务。

“俏江南为给消费者带来更丰富及多元化的独特美食,希望透过此创新的合作模式,带给消费者在一家餐厅就可享受到截然不

同的美食盛宴。餐饮与艺术的创意结合、天然香料与优质海鲜的魔幻搭配,中式佳肴与南亚料理的优雅混搭,将带给食客们更美妙的味蕾旅行。”俏江南集团总裁安勇先生表示,未来俏江南将联合更多优质餐饮品牌打造全新联营品牌,专注于菜品创新,打造更多“定制餐厅”。