

餐饮巨头分食千亿级外卖市场

外卖 O2O 餐饮平台斗法升级，线下餐饮巨头也开始集体开拓这一市场。5 月 15 日，百胜中国宣布收购外卖平台到家美食会，预计收购将会于 5 月底完成。据比达咨询发布的报告显示，2016 年国内外卖市场保持着快速增长的态势，整体交易额达 1761.5 亿元，面对千亿级别的“蛋糕”，除了百胜中国，麦当劳、德克士等餐饮巨头也将外卖业务列入了企业战略发展重点。

业内人士分析认为，近几年“洋快餐”品牌到店客流量不断下降，餐饮业竞争进入白热化阶段，凭借高效的“中央厨房”，快餐巨头们在外卖业务上有得天独厚的优势，遇上都市男女的“宅家”潮流，他们对外卖市场的热情一点就燃，可以预见，未来外卖行业还会继续发生大的整合和调整。

百胜中国入局外卖市场

百胜中国近日宣布收购到家美食会控股股权，这一交易预计会在 2017 年 5 月底完成，但具体收购多少股份及收购金额尚未透露。公开资料显示，到家美食会成立于 2010 年，聚焦于北京、上海、广州、深圳等大城市的高端市场；该公司自建物流团队，还运营着外卖服务平台食派士，此前曾获得晨兴创投、鼎晖、京东等在内的 4 轮融资。

根据协议，交易完成后到家美食会创始人 CEO 孙浩将继续管理公司。“通过将百胜中国的餐饮业务（百胜中国拥有肯德基、必胜客在华业务）与到家美食会的技术基础设施相结合，我们期待双方在数字化发展与外卖业务领域实现协同效益。”孙浩表示。

从百胜中国方面获悉，百胜中国 CEO 潘伟奇对此次收购表态称“数字化业务和外卖服务是我们业务的长期战略驱动力，我们希望在这个快速增长的业务领域建立起我们的技术和能力”。

分析人士称，这笔交易与百胜中国的战略相吻合，即通过数字化业务和外卖服务加速增长，百胜将外卖及数字业务领域的领先地位作为增长战略之一，拥有超过 3000 人的自有物流团队的到家美食会恰好可以作为百胜中国业务和战略的补充。据了解，截至今年第一季度末，在百胜中国旗下 7663 家餐厅中，超过 4400 家提供外卖服务，外卖服务占到了百胜中国销售额约 12%，而去年第四季度这一数字为 10%。

外卖市场引餐饮巨头竞“折腰”

除了百胜中国，另一外资餐饮巨头麦当劳也在国内加速部署外卖业务。据比达咨询发布的报告显示，2016 年国内外卖市场保持着快

速增长的态势，整体交易额达 1761.5 亿元。广东三元麦当劳食品有限公司高级总经理张越此前表示，数字化和 O2O 的兴起改变了中国外食市场的格局，据张越透露，外卖业务的拓展被视为麦当劳今年的发展重点之一，麦当劳中国去年外卖业务增长超过了 30%。今年 4 月，整合“麦乐送”及手机下单餐厅取餐服务的麦当劳 APP 在上海、杭州、苏州等城市上线，预计下半年在全国各地陆续推广，麦当劳在发展自有“麦乐送”业务的同时，还在加强与第三方外卖送餐平台合作。

去年德克士成立了外送事业部，根据各地的具体情况，调整外卖模式。据了解，目前德克士的外送团队包括德克士自建的车队、美团和饿了么等第三方订餐平台的外卖员，在第三方订餐平台尚未进驻的中小城市，则与顺丰闪送等快递服务商合作。据德克士母公司天津顶巧餐饮服务咨询有限公司的执行长苏明瑞透露，2016 年外卖业务为德克士贡献了两成左右的营收。

对于餐饮巨头从去年开始频频在外卖市场“秀肌肉”的举动，中国品牌研究院研究员朱丹蓬表示，近几年“洋快餐”品牌到店客流量不断下降，整体与中国快餐的品牌优势、竞争优势距离缩小，在餐饮业竞争进入白热化阶段，百胜需要进一步提高服务质量和速度。

■ 连线

广东省餐饮协会荣誉副会长姚学正：

“洋快餐”外卖业务有自身优势

在“互联网+餐饮”的形势下，外卖业务线上线下整合加速，外卖业务在传统餐饮品牌所占份额越来越大。广东省餐饮协会荣誉副会长姚学正表示，以广州为例，此前送外卖的一般是茶餐厅，酒楼是没有外卖业务的，但近年来外卖业务在传统酒楼业务占比几乎达到了 1/3。“外卖业务为传统餐饮带来了新机会，这中间也经历了三个阶段。要做外卖是有限制的，首先得有‘中央厨房’，此前拥有‘中央厨房’的餐饮企业不多，而且中餐又是非标的，这一阶段外送的主要是些特色小吃；随着传统餐饮‘中央厨房’的建立和保鲜技术的提高，销售盒饭成为传统餐饮企业外送的主要产品；而在‘互联网+餐饮’下，第三平台提供技术和人力，部分传统餐厅可以有条件地为客人定制生日宴、结婚宴、同学会等特色菜肴，外送到指定场地。”

了解本土传统餐饮的外卖业务发展脉络后，可以发现外资快餐品牌在外卖业务上有得天独厚的优势。姚学正认为，首先百胜中国、麦当劳等拥有效率极高的“中央厨房”，规模化是国内餐饮企业的短板，但却是“洋快餐”们的优势所在；其次，“黑外卖”给国人留下了阴影，外资品牌在产品质量的管控上口碑仍在；最后，外资餐饮巨头近些年的门店销量放缓，正在通过店面变革还是产品上新改变这一困境，两厢比较，发展外卖业务的成本低、需求大，遇上年轻人“宅家”的潮流后，他们在外卖市场上的热情一点就燃。此外，姚学正分析认为，收购第三方外卖平台可供百胜中国探索“店+客”互动的新路径，建立更多元的消费情景，衍生其它经营方式，打破产品单一的局面。

（中国网）

■ 企业动态

东来顺获“2016 年度中国餐饮百强企业”等殊荣

本报讯 崔岚 日前，主题为“品牌深耕 产业融合”的中国烹饪协会“2017（第十一届）中国餐饮产业发展大会”在京隆重召开。北京东来顺集团有限责任公司作为会员单位参加。

会上，中国烹饪协会会长姜俊贤发布了《2016 年度中国餐饮百强企业和餐饮五百强门店分析报告》，中国烹饪协会副会长李亚光主持大会。

2016 年，在整个行业趋稳趋缓的情形下，餐饮业的典范和标杆却一改上年发展速度回落的窘境，逆势上扬，表现出强劲发展动力，盈利能力也显著增强。会议号召：2017 年餐饮百强企业和餐饮五百强门店要充分发挥品牌的引领作用，为提升质量安全、做大做强实体经济、建立健全品牌建设系统工程贡献不可替代的核心力量，带领全行业向 4 万亿目标全力冲刺。

本次大会揭晓了 2016 年度中国餐饮百强企业榜单和“2016 年度中国餐饮业十大品牌评选”活动结果。其中，年度中国餐饮百强企业评选，经过十七年的打造，已经成为行业期待、媒体关注、政府重视的重大活动，也是餐饮企业申报“中国驰名商标”等诸多荣誉的基本要求，是研究餐饮业变化趋势与发展动态的重要依据。而“中国餐饮业十大品牌评选”活动，则有着“餐饮界奥斯卡”之称，由中国烹饪协会等共同举办，以“质量提升塑造品牌 服务社会”为主题，以企业自荐、中国烹饪协会各专业委员会推荐、在线投票、媒体评选、专家评审相结合的方式，经过几个月的评选，从正餐、火锅、快餐、团餐、清真餐、国际美食、休闲简餐七个类别分别评选出十大品牌 and 知名品牌共 12 个奖项。

北京东来顺集团有限责任公司分别荣获了“2016 年度中国餐饮百强企业”和“2016 年度中国餐饮业十大品牌”殊荣。

此外，本次大会还按照相关程序审议通过了“关于调整变更和增补部分负责人的议案”。东来顺集团总经理周延龙增补当选为第六届中国烹饪协会副会长。

■ 行业信息

全球乳制品贸易平台指数持续上升

全球乳制品贸易平台近日公布的数据显示，在最新一次拍卖中，全球乳制品交易价格指数上升 3.2%，这是该指数连续第五次上升。

在最新一次拍卖中，具有指标意义的全脂奶粉交易价格为每吨 3312 美元，比上一次拍卖上涨 1.3%。全脂奶粉价格是恒天然等大型乳制品企业决定原奶收购价的重要指标。

新西兰乳业分析师表示，拍卖结果显示，黄油、脱水乳脂产品价格上涨较快，延续了整个产奶季价格上涨的趋势，原因在于不少发达国家消费者追求天然食品，而非人造或加工食品，导致乳制产品在国际市场的需求迅速增长。

澳新银行认为，乳制品交易价格指数持续呈现上升趋势，将会促使新西兰奶农获得较高回

报。此前几年，国际乳制品交易价格波动剧烈。为此，恒天然曾向旗下奶农提供无息贷款，以帮助他们走出价格“泥潭”。全球乳制品贸易平台由以新西兰恒天然公司为首的国际乳制品卖家组成，一般每两周组织一次乳制品拍卖，买家遍及全球 90 多个国家和地区，其拍卖价格直接影响全球乳制品定价。

（中经网）

白酒行业回暖趋势没有改变

近日，茅台公开表示不再发展新的经销商，五粮液公布非公开发行股票获得证监会核准批复。业内人士称，这些消息的背后都显示了白酒行业继续在行业淡季延续的保价控量策略。

茅台酱香酒营销公司日前发布经销商合同签订通知，即日起原则上不再发展新的经销商，不再增加合同量；特殊情况要签订合同，需满足规定条件。而五粮液公告称，公司非公开发行股票获中国证监会核准批复，同时因实施 2015 年度及 2016 年度利润分配方案，公司此次非公开发行股票价格由最初的 23.34 元/股调整为 21.64 元/股。

中国食品行业评论员朱丹蓬认为，这些消息显示了茅台和五粮液仍然采取保价控量的策略，以延续中国白酒淡季中市场对白酒品牌的追捧，是出于企业中长期发展的需要而制定的策略。据透露，目前茅台和五粮液的产品价格在全国因地域、销售渠道和客户的不同而有所不同，但整体稳中有涨，幅度有所不同。

国海证券分析称，白酒行业持续分化，有业绩支撑的个股估值有望继续抬升。白酒子行业一季报业绩发布后，各上市酒企营业收入增速呈现明显分化，拥有业绩支撑的个股的估值有望继续抬升。

分析师表示，白酒子行业所有上市酒企综合来看，2017 年营业收入一季度同比增长 18.51%，环比增长 42.11%，净利润一季度同比增长 23.05%，环比增长 81.72%，白酒行业回暖趋势没有改变。其中，高端白酒酒企、次高端白酒酒企和中端白酒酒企一季度营业收入分别同比增长 21.01%、17.23%和-2.31%，白酒行业内正在持续分化，中高端白酒收入增速明显快于行业平均。该分析师认为，在白酒行业整体回暖以及持续分化的背景下，拥有业绩支撑的中高端白酒的估值将有望继续抬升。

（人民网）