

餐饮业发展加快转向质量效益型

目前,餐饮行业由快速回暖步入稳定发展阶段。随着互联网技术成为餐饮业智能化的支柱,以及多元化品类快速发展,餐饮业的规模不断扩大,百姓的消费体验持续提升。总的来说,餐饮业的发展方式正由规模速度型向质量效益型转变,逐步在经营管理、品牌塑造、格式创新、技术应用、现代供应链供给等环节全方位改进——

在近日举办的“2018中国餐饮产业创新峰会”上,中国烹饪协会会长姜俊贤表示,随着信息技术的发展应用及其与餐饮企业不断融合,互联网信息技术将越来越成为餐饮智能化的支柱,有些餐饮企业开始大力向零售跨界经营转变,业务也开始触及时长、外卖、外送加包装品牌全覆盖的经营模式,不仅为餐饮企业带来了更大商机,也为消费者带来了不同的餐饮消费体验。

整体形势稳中向好

随着国民经济运行稳中向好,餐饮行业也由快速回暖步入稳定发展阶段。数据显示,2017年全国餐饮收入39644亿元,同比增长10.7%。今年1月份至4月份,全国餐饮营业额达12736亿元,同比增长10.1%,持续保持了两位数增长。其中,大中型餐饮企业表现比较突出,限额以上大中型餐饮企业收入达2889亿元,同比增长7.7%。这表明,餐饮行业在稳定发展中进入了一个小高潮。

中国烹饪协会日前出版的《2018年中国餐饮产业发展报告白皮书》也显示,到2017年,我国餐饮业营业额从改革开放初期不到60亿元增长了700多倍;服务网点也从1978年的12万户发展到2017年的465.4万户,涉

及门店超过800万个。姜俊贤表示,按照这样的发展速度,餐饮品牌的引领作用会进一步加强,整体上会朝着销售额超4万亿元、限额以上大型餐饮企业超万亿元的目标中高速推进。

与此同时,信息技术在餐饮业的应用逐步深入,外卖外送借助移动互联网发展,使外卖外送成为消费者“自己做饭”和“在外堂食”以外的第三种常规用餐模式。数据显示,2017年线上外卖市场规模突破3000亿元,与2011年的203.7亿元相比,增长了13.6倍。外卖住宅区订单交易额占比已达50%,从这个角度看,外卖取代的不是堂食而是在家做饭。

“得益于线上消费发力和送餐能力提升,外卖呈现爆发式增长,越来越成为餐饮企业一个重要的销售渠道。”姜俊贤表示,在互联网技术的作用下,整个餐饮消费格局开始蔓延至一个全时代的场景趋势,随着餐饮消费日趋个性化、体验化、多层次和多样化,除了在传统用餐时间出现的一些餐饮市场外,下午茶、夜宵等一些全天候休闲餐饮也越来越活跃。

品类发展分化明显

中国第一份基于海量交易数据的全维度餐饮报告——《中

国餐饮报告2018》显示,在2017年国民生产总值82.71万亿元中,与“吃”有关的占比为16%,即近14万亿元,这表明未来餐饮新零售进化空间巨大。在保持快速增长的同时,餐饮业也在进入变革期,预计2018年餐饮业全年增速将维持在10%左右。

目前,餐饮业在品类方面最显著的特征是单品餐饮爆发式增长,一道菜带火一家餐厅成为餐饮品类赛道上的新常态。比如,以牛蛙、小龙虾、酸菜鱼等作为招牌的单品餐厅越来越多,而且各个单品品类均出现了代表性的品牌。调查结果也表明,面对“大而全”和“小而精”的餐厅,63.3%的消费者会倾向于选择后者。从供应端来看,单品餐饮有去厨师化、高利润、快速复制的优势,具备规范化、零售化基因,也意味着更容易规模化占领市场。

可以说,目前餐饮业已经发展到了一个经营多元化,收入多元化的阶段。借助互联网和大数据提升运营效率和营销转化率,餐饮企业已开始呈现出“全零售”属性,即“堂食+外卖+外送+流通食品”多核驱动,通过新技术、新工具探索新的盈利模式。

味多美创始人黄利认为,新一代消费者购物的渠道已经发生了改变,从传统的到店消

费,到O2O订餐,以及B2C平台服务,形式愈发多样,“如果固守线下实体店,流量会变得越来越少”。

“餐饮在线化已经是大势所趋,而且还在继续深入。”美团餐饮学院院长白秀峰介绍说,典型的消费体验就是提前点、到店吃,不需要再到店排队、点菜,甚至排队付款开发票等,就餐的所有环节都在线完成。此外,在新餐饮时代,餐厅还需要争做有模式、有品牌、有数据、有线上、有外卖的“五有”餐厅,才能跟上时代的步伐,做到让每位客人都成为回头客。

科技创新引领潮流

从美食团购、外卖、外送,再到利用高科技代替人工,包括智能系统代替点餐员、收银员,包括迎宾机器人、服务机器人、智能炒菜机、刷脸支付,乃至无人餐厅的出现,科技创新正在引领餐饮行业发展。

“作为一种全新的餐饮业态,网络外卖并非是对到店餐饮的替代,而是对餐饮业的一次巨大变革,可以给传统餐饮商家提供数据、带来客流、降低成本,加速传统餐饮业转型升级。”美团高级副总裁王莆中认为,餐饮商家要提升获客能力,必须做好外卖的品牌定位和产品组合,在此

基础上还要努力提升单店渗透率,通过多元化服务深度挖掘用户价值,从而实现自身外卖业务的新一轮高速增长。

数据显示,目前电影票务线上化率为80%,高铁购票线上化率更达到了90%,但餐饮行业线上化率还不到10%。“餐饮产业未来发展,可以概括为线上线下一体化、供应链垂直整合以及餐饮零售化三大趋势。”美团新到店事业群总裁张川认为,通过线上线下一体化、数据化、科技化,未来餐厅可以把每一位顾客变成用户、每一个用户变成会员,店长可以通过大数据了解每个顾客,提供千人千面的服务,这是餐饮业必将面临的一次革新。

总的来说,餐饮行业发展的方式正由外延扩张型向内涵企业型转变,由规模速度型向质量效益型转变,逐步在经营管理、品牌塑造、格式创新、技术应用、现代供应链供给等环节全方位改进。

“尽管目前无人餐厅或者‘餐饮+超市’等经营模式还不是十分完善,但随着科技进步,无人餐厅可能将首先尝试在一些休闲餐实际应用。”姜俊贤认为,未来餐饮市场的发展离不开科技创新,新零售零售将会成为电商巨头们重点争夺的领域,新技术将为整个餐饮业带来一次新的革命。 (中新网)

中国油茶种植面积扩大到6550万亩

2018年全国油茶产业发展现场会6月5日在湖南衡阳举行。中国国家林业和草原局副局长李春良此间表示,截至2017年底,中国油茶种植面积扩大到6550万亩。

茶油素有“东方橄榄油”之称,是中国特有的纯天然高级食用植物油。中国有2000多年的油茶栽培和利用历史,长江以南广为种植。

李春良表示,近5年来,湖南、江西、广西三省油茶种植面积增速最快,共完成新造林任务1026万亩,占中国新增油茶种植面积的三分之二。

湖南省林业厅党组书记、厅长胡长清介绍,截至2017年底,湖南油茶林总面积达2092.2万亩,茶油年产量29.1万吨,产值350亿元。湖南油茶种植面积、茶油产量和产值均居中国第一。

“目前中国茶油全产业链加工格局已初步形成,各类加工企

业达到1018家,年产茶油60万吨,产值近千亿元,相比5年前产量、产值分别提高2倍、3倍。”李春良表示,近几年来中国积极推进良种选育工作,现已选育审定375个油茶品种,定点苗圃达308个,良种苗木年生产能力达7亿株,良种使用率提高到95%以上。

据介绍,近年来,中国油茶高产高效加工机械设备也不断升级,茶籽出油率目前可达30%,比5年前提高了5个百分点。

“中国耕地面积有限,油料作物种植面积不足4亿亩,食用油自给率仅为30%。未来我们将大力推进油茶低产林改造,促进科技研发和推广,完善油茶全产业链标准体系建设,维护国家粮油安全。”李春良说。

根据《全国油茶产业发展规划(2009—2020年)》,到2020年,力争使中国油茶种植总规模达到7000万亩,茶油产量达到250万吨。 (中新网)

我国首次进行保健食品国内外同步试食试验

作为市面上常见的保健袋泡茶,以绿茶和土茯苓等为主要成分的碧生源常润茶获批的主要保健功用为通便。然而,近期由中国保健协会保健咨询服务工作委员会组织国内外机构进行的试食试验却表明,碧生源常润茶除通便外,还对肠道菌群具有调节作用。该研究负责人、中国保健协会保健咨询服务工作委员会会长张大超表示,未来将就其相关作用和机理进行更加深入的研究。

人类的肠道菌群是一个复杂的生态系统,以细菌为主,还包括一些其他微生物,如真菌、寄生虫、病毒、古菌等。肠道菌群参与物质代谢、调节免疫应答、抵御外来病原侵害,肠道菌群的失调与人体消化道疾病、慢性代谢疾病的发生发展有关,因此保持肠道菌群微生态平衡,对于人体健康具有重大意义。

在国内试食试验中,研究者在北京、广东两地招募30天内未患过胃肠道疾病且未服用过抗生素的受试者100名,随机分为对照组(52人)和受试组(48人),受试组按推荐服用碧生源常润茶,对照组服用某品牌红茶,服用15天。研究人员采集服样前后受试人群粪便,通过16S rRNA基因序列分析技术,研究受试人群服样前后的肠道菌群差异。海外试食试验由美国洛杉矶加州博康医学中心组织进行,该中心招募有排便困难的自愿受试者54名,并随机分为两组,试食组、对照组各27人。其中,试食组服用碧生源常润茶,对照组服用性状口味相似的安慰剂,连续15天。

国内试验发现,碧生源常润茶除具备通便功能以外,通过调节肠道菌群,可能对体肥胖、高血脂症等有帮助。国外试验显示,碧生源常润茶对受试者

排便次数、排便状况、粪便性状三项指标均有明显改善。

“这是我国首次在国内同步进行保健食品试食。”张大超介绍,该研究的初始目的为进一步验证碧生源常润茶的通便功能,积累更多的循证医学证据,其对肠道菌群的作用属意外发现,未来将对该产品的这一功能进行更加系统、深入的观察,这说明对保健食品进行循证医学研究十分必要。作为将原本属于医学范畴的循证医学研究引入保健食品领域的开拓者,中国保健协会保健咨询服务工作委员会近年来已开展了多个保健食品的循证医学研究,目的是通过科学研究,拿出可靠的研究证据,回答公众“保健食品产业能否改善健康、降低医疗支出,是否应大力发展”等疑虑,从而最终优化保健食品行业发展模式,提升保健食品行业发展水平。 (中国食品安全网)