

2017年中国特许连锁百强出炉

销售规模同比增长13%

5月31日,中国连锁经营协会发布2017年中国特许连锁百强名单。

2017年,特许百强销售规模约3300亿元,同比增长13%。门店总数超过16万个,同比增长11%。其中加盟店数量超过12万个,同比增长12%。

虽然特许百强的销售规模与门店总数均保持了双位数增长,但增长幅度与上一年相比略有下降。根据统计,2017年,百强企业特许发展指数(简称特许指数)为108,比2016年下降5个百分点,特许指数所包含的三个

系数,体系规模系数为113,比上一年下降7%,加盟人气系数为112,比上一年下降8%,单店业绩系数102,与去年持平。

数字化应用成为行业创新热点

特许百强企业积极投身数字化创新浪潮,在营销、加盟商招募与管理等方面的应用较为普遍。

经济型酒店是特许百强中数字化水平最高的行业。参加调研的企业全面导入微

信服务号和微信小程序,线上培训和线上招募加盟商也成为标配,线上招募加盟商占比平均达到60%。快餐和食品专卖也是数字化应用水平较高的业态,线上招募加盟商的占比分别达到25%和50%。在数字化实施过程中,特许百强主要采取与第三方专业机构和平台合作的方式。

食品专卖、便利店和健身成为行业业绩领跑者

食品专卖和便利店特许

指数分别为116和114,体系规模系数分别为125和123,加盟人气系数分别为116和113,单店业绩系数分别为110和109,表现稳健。从加盟店到期续约率及加盟费缴纳率等加盟关键指标看,食品专卖在各个行业中最高,分别达到93%和98%。便利店分别为89%和90%。

健身是今年特许百强中增速最快的行业,门店增幅和单店营业额增幅分别达到96%和106%,多店率达到48%,成为百强企业中最引人注目的板块。

快餐与汽车后市场面临增长压力,正在寻求突破

快餐与汽车后市场特许百强2017年销售增长分别为2%和1%,快餐企业门店总数和加盟店总数分别下降4%和9%。汽车后市场单店营业额下降了14%,两个行业发展指数均低于特许指数7个百分点,作为特许经营两个主要行业,随着消费升级和市场规范化水平的不断提高,未来市场空间仍被看好。

(联商网)

互联网外卖巨头二三线城市开辟“新战场”



继登陆江苏无锡引发外卖风波之后,6月1日晨,“滴滴外卖”新端口从定位在南京的“滴滴出行”页面中弹跳出来,打出最合南京人胃口的鲜亮标识——“吃鸭送券”。南京被选为滴滴外卖全国第二个“落子”处。

滴滴出行公关部工作人员1日表示,不做启动仪式,“滴滴外卖”即日起低调启动南京市场。拟“进驻”的第一批次城市,还包括江苏泰州、四川成都等。6月底前,滴滴外卖在全国上线的城市至少达到4座。

今年4月在江苏无锡上演“外卖大战”曾引发全国关注。自4月1日滴滴外卖上线无锡后优惠给力,美团、饿了么见状立即投身到优惠大放送狂潮中。“1分钱炸鸡,1元钱奶茶……”一时间无锡全城餐饮进入“外卖模式”。几家平台相继公布订单数据争称“老大”。餐品质量下降、优惠券消失、配送跟不上、商家被排他性挤出平台等问题爆发。外卖大战愈演愈烈,直至无锡市工商局迅速约谈3家外卖平台“喊停”。

对二三线城市“新战场”会否“重蹈覆辙”,滴滴出行公关部

回复表示,在遵守当地规定的同时,他们希望为用户带来好吃不贵的外卖。饿了么公关部则表示,欢迎健康的竞争,愿和同行友商们一起努力,为用户、商户提供更极致服务。

“低价往往意味着低质。最终,消费者会用嘴巴、手指‘投票’,‘风口’的风,也会回归本质状态。”江苏省餐饮行业协会执行会长于学荣说。

据前瞻产业研究院等第三方机构统计,2017年,中国外卖市场规模突破2000亿元(人民币,下同)大关,预计2018年将超2400亿元。有资本“加注”、代表不同“系别”的“逐鹿者”,激烈争抢外卖这个巨额“食”流量“入口”。

“行”与“食”,均是当下消费升级浪潮中应用频次极高的领域。长期观察研究互联网经济的东南大学副教授顾大松认为,不论是做“食”的美团进入“行”(美团打车),还是做“行”的滴滴进入“食”(滴滴外卖),都是互联网巨头跨行业的竞争整合,“市场空间很大,有竞争是好事。”

顾大松认为,目前外卖行业呈现的痛点在于,由于生产

制作、消费场景分割离析,产生了诸多不确定的外部因素,如食品安全、交通秩序、骑手安全等。网络平台“烧钱”、可持续盈利问题仍备受关注。这些亟须主管部门有所预见,“穿透式”监管。

在于学荣看来,餐饮业形态分为普惠型餐饮和社交体验型餐饮,互联网模式改造的主要是前一种。未来,新技术、智能化应用将推动普惠型餐饮整体进步,例如无人机送餐缩短送餐时间,“中央厨房”、批量工厂确保外卖质量的标准和安全。

一线城市外卖格局初现,互联网外卖巨头战线“下沉”。对选择南京等地的考虑,滴滴出行公关部回复称,其“下一城去哪儿”投票显示,南京、成都进入前三,南京用户呼声最高。

艾媒咨询分析师认为,中国在线订餐市场渐从高速增长阶段走入稳定期,在线外卖面临转型。未来外卖市场的增长点,或主要源于已有用户流量的沉淀,以及平台从一二线城市“下探”至三四线城市的深度挖掘。

(中新网)

扫码开门 自助结账

首个智慧面包坊在京亮相

本报讯 能自动识别糕点的自助收银台,不打烊的无人售卖区,可自助取货的预点单自提柜……继“新零售”超市、无人便利店在京落地后,国内首个“无人”智慧面包坊近日在朝阳门亮相。在这里,选完糕点后可以直接在自助收银台结账,面包店还像银行一样开辟了24小时无人值守区,在主店打烊的夜间,市民也可扫码进入旁边的小店购买蛋糕和饮品,甚至坐在店里享用。

一些上班族习惯在上班路上到面包店里买早餐,但高峰时段总会排着长队。在朝阳门华普大厦一层的味多美智慧面包坊里,这种烦恼得到了解决。

自助收银台就像一个投影仪,当托盘放在扫描仪下方,眼前的屏幕就出现了商品的图片,点击“开始扫描”,托盘里的商品立刻被标出了“葡式蛋挞”“老婆饼”等名字。与此同时,屏幕上出现了各类商品的数量和金额,这时点击“结账”,将支付宝付款码对着扫描仪一扫,就完成了付款。收银台上还放有包装袋和包装盒,供顾客自助打包。

多数无人便利店以扫描商品条形码的方式自助收银,但面包坊里的多数糕点并没有预包装,这给自助收银增加了难度。味多美相关负责人介绍,店里的自助收银系统采用了人工智能图形识别技术,系统预先给每个商品拍摄了上百张不同角度的照片,即使糕点只露出一个小角,扫描仪也能

识别出来。托盘下方是一个电子秤,通过对比扫描仪识别的数据和实测重量,可以算出是否有商品被遮盖。

“无人”智慧面包坊并非完全无人,烘焙员们正在现场制售间忙碌着,几位店员在售卖区为顾客提供服务,店里还保留了一个人工收银台。不过,在店里一侧,约15平方米的临街空间被打造成了24小时自助面包坊,店员晚上下班后,主店的大门会关闭,但市民仍可以用支付宝扫码进入24小时自助面包坊。

相比主店,自助面包坊里的商品均进行了预包装,这里摆放着装有糕点和饮品的智能货柜,可通过扫码解锁柜门,取出商品后,支付宝会自动扣款。

对于赶时间的上班族来说,现场选购毕竟耗时,为了减少顾客停留时间,自助面包坊里出现了一排预点单自提柜,顾客在家里通过口碑平台下单,店员5分钟内就会把订单中的商品放进自提柜,顾客到店只需扫码打开柜门,就能取出所买的商品。店员说,未来自提柜还将实现升级,引入热柜和冷柜,以保持商品的口感。一直以来,无人零售的出现也伴随着商品丢失的尴尬,对此,店里安装有多个摄像头,以对顾客行为进行约束。该店已经试运营一个月,目前还未发现恶意盗损行为。

据介绍,目前味多美在京有300多家门店,未来,这样的智慧零售技术也将陆续推广到其他门店。