

传统餐饮业争相走向“数据化”运营

无人智慧餐厅、会员电子化……在移动互联网时代,随着消费需求不断升级,催动着传统餐饮业向智能化、数字化加快升级,不管是麦当劳、德克士等洋快餐,还是本土餐饮企业,均加大了数字化改造的力度。

在日前举行的中国连锁经营协会(CCFA)主办的“2018中国特许加盟大会”上,顶巧餐饮副执行长邵信谋表示:“在消费者需求不断变化的今天,餐饮企业发展的关键在于更精准实时地掌握消费者喜好,数字化、即时化、尊享化是深挖会员‘金矿’的三个方向。”

餐饮企业争相数字化

如今,移动支付已经成为了餐饮行业的“标配”,并在此基础上不断升级。今年1月,广州首家麦当劳未来餐厅旗舰店开业,维多利亚广场餐厅也成为了广州首家拥有个性化定制甜品吧的麦当劳餐厅。未来餐厅旗舰店通过数字化的硬件、个性化的产品与人性的服务,为顾客提供自助点餐、移动支付以及送餐到桌等八大服务。

进入新餐饮时代,无人智慧餐厅则成为兵家必争之地。德克士在去年率先开了全国首家无人智慧餐厅,在点餐系统和支



付系统上也做了智能化的全面提升。但在各种智能化应用的表象背后,本质仍在于大数据。

业内人士分析认为,数字化改变的背后,实质上还因为餐饮企业可借用数字化工具降低成本,并精准运营。肯德基中国数字营销总监陈琦曾透露,通过移动支付,肯德基可以平均为每位顾客节省8秒的结账时间。对于连锁餐饮企业来说,这8秒可

以帮每个门店提升运转效率。

而随着互联网公司的进入,给餐饮业带来数字化的新“玩法”。据盒马鲜生创始人侯毅介绍,盒马实现了从门店自助点餐,手机点餐,一直到整个生产流程的数字化管理。比如,因为盒马主要卖海鲜,有个海鲜的宰杀过程,所以消费者在家里用手机完成点餐后,可以把宰杀后的海鲜放到自动化的冷库里。消

费者到门店后,只要一确认,厨房就加工,保证快速上菜。

深挖会员数据“金矿”

“餐饮行业各种智能化应用的表象背后,本质仍在于大数据。”业内人士分析认为,餐饮企业数字化、智能化的升级,可运用大数据提供门店选址参考、利用第三方支付平台扩展渠道,接

触更多用户。同时大数据还能协助品牌完成线上线下会员的打通和深度运营等等,实现精准营销,进一步提升运营效率。

业内人士表示,对餐饮企业而言,数字化改造后,将会员数据变会员金矿的关键在于掌握会员大数据,即时掌握会员喜好,升级营运效能的同时也提升了会员体验,让数字化会员管理形成良性循环。

在“2018中国特许加盟大会”上,邵信谋分享了德克士数字化会员管理的经验。据邵信谋介绍,2014年起德克士就实行会员电子化,累积可分析的大数据。此后德克士全国门店打通集享联盟会员系统,完成数字化升级,接入微信、支付宝等第三方渠道,扩大会员触点,全面融入消费者数字化生活。目前德克士已在全国拥有超过4000万的集享会员,掌握上亿笔消费记录。

“在获得会员大数据后,即时挖掘会员喜好,并根据消费者洞察进行新品研发和产品升级,是德克士将数据变成‘金矿’、赢得市场先机的关键。”邵信谋表示,在英雄产品脆皮炸鸡的产品升级中,德克士通过会员在线调查结果,对脆皮炸鸡进行升级,只选够赞两块腿——琵琶腿和腿骨,受到消费者一致好评,也成为德克士产品差异化优势。

(中经网)

代餐食品走俏市场：真实功效存疑 盲目食用隐患多

打着“天然、营养、低热量、能量持久”旗号,并宣称能够迅速有效减肥的代餐食品,因为迎合了当下一些女性崇尚减肥变美的消费心理,一时间风靡市场,在不断升温的“她经济”领域掀起一股热潮。

而近段时间来,一些关于“代餐食品当饭吃,导致身体健康出现问题”的案例被媒体频频披露,再次引发了公众对于代餐产品市场鱼龙混杂、标准不一、过分宣传等现状的担忧。

因“助减肥”走红

代餐,顾名思义就是用来替代正餐的食物。这一理念源于西方国家,由于人们逐渐意识到了肥胖对于健康的危害,一些替代高热量、高脂肪正餐的食物,如压缩饼干、代餐营养棒、代餐粉等应运而生。

而说到国内掀起的“代餐热”,绕不开女性减肥的话题。

在当下社会,女性对市场消费的重要性不言而喻,对于商家来说,如果能摸清楚女性消费者的心理,就等于占得了“她经济”

市场营销的先机。贴上“助减肥”标签的代餐产品,正好激发了女性“为美丽投资”的强大市场驱动力。

打开网购平台,检索“代餐”,形形色色的代餐产品价格从几十元到几百元不等,经营好的店铺月销量可达到上万件,最常见的有各类代餐粉、代餐饼干、代餐棒等。记者注意到,代餐产品一般都宣称具有高纤维、低热量、易饱腹等特点,有些甚至还宣称产品具有调理身体平衡、降血脂等功效。这对于那些“懒得动”又“管不住嘴”的想瘦爱美人群,无疑有着强大的吸引力。

而借力于国内电商的快速发展和社交平台的强大传播力,一些企业瞄准“代餐”这一蓝海,致力于打造又一个“爆款”网红产品。

在北京市昌平区一家健康产业园内,一条38米低温隧道的食品冷加工生产线上,正24小时不停歇,以每天18万支的速度生产一款新型食品——营养棒。据生产商介绍,相比于代餐粉,这种营养棒因包装轻巧、

易于携带和食用方便,已成代餐界的“网红”,颇受消费者青睐。

据统计,目前全国18岁及以上成人超重率为30.1%,肥胖率为11.9%。其中,国内肥胖人群、糖尿病患者人数则超过1.1亿,而食用代餐食品已经成为肥胖人群减重的渠道之一。有数据显示,目前中国代餐市场规模已经达到200亿元,未来代餐市场规模将达千亿元。

在“争议”中前行

代餐食品走红以来,网上关于其真实功效的质疑,从未停止过。

不用挨饿、不用运动,只是每天吃吃“代餐粉”,轻轻松松就把体重降下来……一些依靠代餐食品减肥卓有成效的案例常常刷爆微信朋友圈。这些代餐食品的忠实粉丝们认为,代餐食品热量低,饱腹感强,确实能达到很好的减肥效果。那么,诸如代餐棒、代餐粉、代餐饼干等低脂、低糖的代餐食品,是否真如宣传所言“低热量又营养均衡”,能达到“健康瘦身”的目的?

有专业人士表示,代餐食品的营养元素含量往往不均衡,维生素、矿物质等也非常有限,无法满足人体的需要,长时间食用还是会给人体的健康带来不良影响,因此不推荐三餐全部食用代餐食品。想要减肥,还是需要通过有氧运动(游泳、慢跑、打网球等)再加上适当的饮食控制,这样才能有效地除去体内多余的脂肪。

盲目食用隐患多

“代餐热”下的盲目食用,如今还是暴露出越来越多的安全隐患。梳理发现,尽管代餐食品品牌众多,但由于缺乏相关的标准认证,消费者很难从外观上分辨质量好坏。不仅如此,一些产品还存在具体成分不明确、用量无明确标准等问题。在缺乏有效监管的情况下,消费者如若盲目食用,确实存在安全隐患。

早在2016年,原国家食品药品监管总局通报,食药监部门就发现有减肥类产品添加盐酸西布曲明和酚酞的违法行为,提醒消费者理性购买、服用减肥类食品。尽管近两年来,随着国家食品安全监督力度的不断加大,代餐类食品鲜有此类情况出现,但代餐产品鱼龙混杂、良莠不齐,过分宣传的现

象依然存在。

在国外,减肥用代餐粉应该属于特殊医疗食品,必须是中度或严重肥胖者在医生或营养师监督指导下使用。

而国内大多数跟风的减肥人士并没有胖到那么严重的程度,甚至很多女性在比较正常的体重下仍然坚持不断食用代餐粉以追求极致的“纤细”和“瘦身”。同时多数人在食用“减肥代餐粉”时直接听取“成功人士”的经验就开始随意使用这些代餐产品,这都是不科学的,也容易给身体埋下安全隐患。

事实上,人体需要的营养素是全面的,应该通过均衡饮食获得,如果刻意偏重或避免某种营养素,就容易引起营养失衡,导致健康出现问题,严重的会造成营养不良、内分泌紊乱等不良后果。

中国农业大学食品科学与营养安全学院副教授朱毅建议消费者,食用代餐产品可以作为减肥的一个辅助办法,最健康的减肥办法还是改变生活方式。“上班族尽量自己烹饪新鲜食材,如果考虑便捷因素,尽量选择复配型代餐粉,但不能成为进食主打,不能长久依赖。肥胖有多种原因,代餐粉减肥对暴饮暴食者有一定帮助,对其他类型肥胖未必奏效。”朱毅说。

(新华网)