

“2018年中国餐饮行业十大事件”在京揭晓

日前,2018中国餐饮企业家大会在京举行。会上,中国烹饪协会发布了《2018年中国餐饮行业十大事件》,资本助力新餐饮悄然崛起,餐饮外卖市场资源整合,“中国菜”亮相,餐饮供应链发展等十项相关事件入围。

12月14日,国家统计局最新发布数据,2018年11月,全国餐饮收入4525亿元,同比增长8.6%。2018年1-11月,全国餐饮收入38294亿元,同比增长9.5%;限额以上单位餐饮收入8357亿元,同比增长6.5%。

中国烹饪协会会长姜俊贤在大会报告中指出,2018年中国餐饮行业努力奋斗,取得了持续稳定向好发展的可喜成绩。

“市场活力来自于人,特别是来自于企业家,来自于企业家精神”,姜俊贤表示,对于广大餐饮企业家来说,要珍视自身的光荣使命,践行社会主义核心价值观,弘扬企业家精神,做爱国敬业、守法经营、创业创新、回报社会的典范;要练好企业内功,特别是提高经营能力、管理水平,拓展国际视野,增强创新能力和核心竞争力,在更广阔的舞台施展才华、大显身手。2019年餐饮行业将面临新的机遇和挑战,广大餐饮企业家们应坚持树立使命感、责任感和敬业奉献精神。努力传承饮食文化与传统技艺,守护匠心精神,大胆创新,适应需求变化,促进消费升级。与此

同时,倡导热心为希望工程、慈善事业等社会公益活动做贡献,为精准扶贫,开拓发展创造新成果。

2018年中国餐饮行业十大事件:

新餐饮悄然崛起,资本助力迅速扩张。2018年1月1日诞生了一个全新品牌——瑞幸咖啡,在资本助力下,通过A轮2亿美元融资,估值达到10亿美元,仅仅10月,全国布局达到1400多家门店,扩张速度惊人。以喜茶、奈雪的茶,为代表的一批新餐饮时尚品牌,也吸引了投资人的目光,资本助力,快速成长,成为大众消费热点。

餐饮外卖大市场,资源整合增速快。新消费新需求,餐饮外卖市场越做越大,外卖电商平台迅速扩张。2018年4月2日,阿里巴巴联合蚂蚁金服,以95亿美元,全资收购“饿了么”。2018年9月20日美团成功上市,成为估值超百亿美元的互联网巨头。餐饮外卖市场开始进入两大电商平台面对面竞争的新阶段。

纪念改革开放40周年,开启“再出发”的新征程。2018年5月29日,中国烹饪协会在北京召开“中国餐饮行业改革开放40周年纪念大会”,总结40年的辉煌成果和发展经验,向拼搏奋斗的餐饮人致敬。40年改革开放,中国餐饮业发生了翻天覆地的变化,

销售总额从54.8亿增长到近4万亿,增长了700多倍;人均餐饮消费额从5.69元达到2867.12元,增长了503倍。餐饮业从一个基础薄弱、传统落后行业,逐步发展成为国民经济的重要服务消费产业。以改革开放40年为契机,中国餐饮行业又开启了改革开放再出发的新征程。

实施食品安全新规范,品质提升行动创新路。为了贯彻落实《食品安全法》,履行主体责任,提升管理能力,保证餐饮食品安全,2018年6月22日国家市场监督管理总局发布新修订的《餐饮服务食品安全操作规范》,自2018年10月1日起施行。为响应新《规范》的颁布,中国烹饪协会联合北京食药管理部门组织开展了北京餐饮业品质提升行动计划,首批超过5000家餐饮门店、75条街(区)、6个村庄分别达到“品质餐饮示范店”“阳光餐饮示范街(区)”“阳光餐饮示范村”的标准。

社保入税新政策,降低成本新举措。2018年7月20日,《国税地税征管体制改革方案》公布,从2019年1月1日起,基本养老保险费等各项社会保险费,将由税务部门统一征收。国家社保入税政策颁布,短期内将会给餐饮企业带来巨大压力,人工成本大幅增长。长远看将倒逼餐饮企业在用工上更加规范,更加科学,更加精准,

更加高效。同时,鞭策餐饮企业要着力通过信息化、自动化等手段从人效、财务、供应链等各个途径降本增效。

弘扬中华饮食文化,首次向世界发布“中国菜”。2018年9月10日,中国烹饪协会首次向世界发布“中国菜”——全国省籍地域经典名菜、主题名宴,包括两岸三地34个省籍地域的340道经典名菜、273席主题名宴及837家代表品牌企业上榜。中国烹饪协会会长姜俊贤指出:中国菜——省籍经典名菜名宴的发布,科学诠释了“中国菜”,在中国菜系理论发展历程中,开辟了全新的视角,释放了菜品创新发展的巨大潜能,影响深远具有里程碑意义。

海底捞上市,跨入餐饮发展高速路。海底捞,历经24年,在国内外发展至360家餐厅,年服务人次超过1亿人次,2017年收入达到106.37亿元。2018年9月26日,海底捞在香港上市,市值近千亿元,当之无愧的成为中国餐饮界的领军品牌。

发展餐饮供应链,推动供给侧结构改革。为了适应和促进餐饮行业发展,餐饮供应链的改革与完善步伐加快。大型连锁餐饮企业开放自有供应链,出现了蜀海;餐饮企业抱团取暖联合组建餐饮人自己的专业化供应平台,成立了众美联、餐标网等;美菜、链农等供应商

借助互联网优势,搭建新的采购销售平台,在传统餐饮供应链基础上,整合物流、冷藏、保鲜、大数据等多种资源,帮助餐饮企业降低经营成本,提高运营效率,创造全新价值。

智能科技渗透餐饮业 智慧餐厅成为新亮点。继肯德基、德克士开拓前行,2018年众多企业的智慧餐厅登场亮相。老字号五芳斋联手口碑,在杭州打造了旗下首家“无人智慧餐厅”;周黑鸭和微信共同打造的“智慧门店”亮相深圳,刷脸进门、点赞支付;阿里口碑和味多美共同打造的“无人智慧面包店”在北京亮相,顾客可24小时下单取货;京东旗下首家“未来餐厅”亮相天津,提供机器人服务及菜品制作;海底捞于2018年10月28日推出首家智慧火锅餐厅。预计未来3-5年,智能科技将大面积地渗透到餐饮业,从而影响整个餐饮行业的变局。

深入扩大开放,让世界美食走进中国。2018年11月26日,中国烹饪协会发布了“2018世界美食在中国”报告,报告指出,截至2018年9月,世界五大洲80余个国家在中国建立国际美食餐厅超过40万家,并以年均超过25%的速度迅猛增长,极大地丰富了中国餐饮消费市场,推动了餐饮市场的国际化发展。

(中国经济网)

白酒业“收藏+定制”将进入新时期

近年来,定制收藏产品市场越来越火热,这股风潮也吹向了白酒业,“收藏+定制”俨然成为白酒业的新风口。在日前举行的“2018中国首席白酒品酒师年会暨中国酒业协会定制酒联盟年会、名酒收藏委员会年会”上,中国酒业协会副理事长、秘书长宋书玉表示,目前,中国白酒市场正呈现出向龙头企业、民族品牌集中的趋势,中国白酒企业进入高质量发展新阶段,中国白酒的名酒收藏与个性化定制也将进入新时期。

高端定制收藏酒受追捧。在此次年会上,宋书玉披露了国家统计局关于酿酒行业2018年1-10月的最新产业数据:全国酿酒行业规模以上企业完成酿酒总产量4968.04万千升,同比增长0.48%;累计完成产品销售收入6856.90亿元,与上年同期相比增长9.71%;累计实现利润总额1166亿元,与上年同期相比增长21.12%。

“中国酒业进入了不缺酒,

长期缺好酒的时代。”对于名酒收藏和定制,宋书玉认为,定制酒已经成为企业产品研发、产品提升的主要方向,成为产品品质、价值表达的主要方式。在他看来,定制酒不仅是个性化的需求,也是为了收藏的定制。

“定制及收藏酒市场将迎来大有可为的机遇期。”五粮液集团党委书记、董事长李曙光表示,名酒之所以珍贵,在于它们是“工匠精神”的符号代表,不仅是实用价值与商业价值相结合的典范,更具有独特的、不可复制的工艺价值、审美价值、文化价值和历史价值。如今的高端白酒,已不仅仅局限于社交功能,同时也成为广大爱酒人士鉴赏、品评、享受酒道文化,激发灵感,与客观物质世界沟通的精神载体,成为构建中式高端生活方式不可或缺的因素。

白酒金融属性凸显。据了解,我国白酒收藏热大致出现在2000年左右,经过不断发展,白

酒收藏热在全国各地兴起,成为继邮票、玉器、古玩外的另一新兴收藏门类。

近年来,私人藏酒已经成为潮流,据不完全统计,目前国内收藏酒线下的年交易额达数百亿元。业内人士表示,未来白酒收藏市场还将进一步扩大,市场体量或将突破300亿元。而在资本大量涌入的情况下,白酒金融属性更加凸显,个别酒类甚至还具备了“货币属性”。

不过,随着高端白酒金融属性的不断增加,大量资本涌入白酒市场,白酒收藏市场形成了非理性的市场炒作现象,对正常的价格体系和消费市场造成冲击。

李曙光表示,未来,高端定制及收藏酒市场的发展,需要行业协会、企业、交易中介、鉴定师、拍卖机构、藏家各个环节之间形成不断促进的正反馈关系,要让付出有收获、投资有回报,市场才能具备强大的活力,吸引更多人才和资本进入。

(南方日报)

半糖无糖型食品销量同比增幅超70%

本报讯 12月25日,京东大数据研究院发布数读2018系列。数据显示,中高端成熟消费者更爱购买进口品牌商品,主打健康概念的产品成为食品行业的潜力股。

随着消费者购物日渐成熟理性,不同地域不同年龄之间的那些传统的购物小习惯,已经悄然发生了变化。与全站消费者相比,购买中国品牌消费者中16-25岁青年群体占比要高出全站4%。中老年消费者群体的增长也较快,中老年消费者越来越接受电商消费方式,中国品牌各年龄段消费者分布也更加均衡。

在高端中国品牌消费的用户画像上,女性的消费占比增幅超过6%,26-35岁人群及教育工作者的消费占比增幅在2%左右,教育工作者在占比和增速上均处于醒目位置,文化教育程度是促成高端消费的重要因素。

京东大数据显示,以消费额为分析维度,进口品牌消费主力以男性、年龄以26-45岁中青年人群为鲜明标签;白领及教育工作者、中高级以上收入人群占比明显高于全站。与中国品牌以及全站消费者群体相比,进口品牌消费者均呈现出相似的人口特征,即以高端人群为主,在年龄上更为成熟,受教育和收入水平更高。

与此同时,健康品类的销售量在快速增加。数据显示,新半糖主义的相关产品增速加快,半糖、无糖型食品2018年销量同比增幅超过70%,如无糖茶饮料、苏打水、无糖植物饮料等已经成为新一轮的热销产品。同时在运动方面,健身派们消费了更多的滑雪运动、冰上运动、体育服务等相关商品及服务,销售额同比增长超过100%。