

2023年,我国经济企稳回升,餐饮的烟火气加速恢复。麦当劳、肯德基、必胜客、汉堡王等国际头部快餐连锁品牌纷纷提出加速开店、深耕中国市场的目标。在“狂飙”模式下,一些西式快餐品牌此前提出的“千店”“万店”等目标不断达成。与国际巨头相比,中国本土西式快餐品牌的发展步伐也不甘落后,华莱士、塔斯汀、“贾国龙中国堡”等中式汉堡持续占领一二线城市的同时进一步加快下沉市场布局。

西式快餐持续扩店 中式汉堡加速布局

关键词:加速拓店

在近日召开的财富全球论坛上,百胜中国首席执行官屈翠容表示,百胜中国今年前9个月实现了创纪录的收入和利润,公司计划全年净新增1400~1600家门店。“KFC全球在150个国家有2.9万家店,而其中近1万家在中国。中国现在依然是增长的来源,而且将会继续增长。”2023年9月14日,百胜中国在西安举办的2023年投资者日活动上表示,百胜中国计划到2026年门店数量达到2万家。在未来3年,肯德基将保持每年1200家以上净新增门店数,担负着百胜中国75%以上的全年拓新任务。2023年12月16日,随着肯德基京杭大运河餐厅在杭州开业,肯德基中国门店规模正式突破1万家。

百胜中国并非唯一以如此迅猛步伐扩张的公司。2023年12月6日,麦当劳全球战略更新大会上,麦当劳全球CEO的预判是“中国市场没理由不能开到2~2.5万家餐厅,这将成为我们在全球的最大市场”。麦当劳全球最新开店计划显示,店数目标最高、开店最猛的IDL(麦当劳的国际特许经营业务)正是中国业务所属板块,而中国也是麦当劳未来几年的开店主力阵地。麦当劳首席财务官Ian Borden透露,到2027年年底,IDL部门预计新增约7000家餐厅,其中一

半以上计划开在中国,“我们最近宣布收购凯雷所持有的28%麦当劳中国股份,使我们能进一步受惠于麦当劳第二大且增速最快市场的长期增长潜力。”麦当劳此前曾对外宣称,2023年麦当劳中国计划开业900家新餐厅,以平均每10个小时开出一家新餐厅的速度推进,这也刷新了其进入中国内地以来的开店速度纪录。

去年6月,赛百味中国在完成了新的总特许经营协议时表示,计划在未来20年中国开设不低于4000家门店的新餐厅。

去年,汉堡王在中国的1500家门店——北京达美中心店正式开业,这也是土耳其TFI TAB食品投资公司(简称“TFI公司”)在全球的第3000家餐厅。TFI公司董事会副总裁兼首席执行官Korhan Kurdoglu称,汉堡王已定下从2023年开始保持每年在中国市场新开设200家餐厅的计划。

在中国本土西式快餐品牌方面,据窄门餐饮数据显示,2019—2022年,华莱士分别新增门店3459家、4023家、5402家、1826家,仅用了4年时间,华莱士新开门店14710家。2019—2023年,塔斯汀的门店数从两位数增长到超6000家。2023年前9个月,塔斯汀的新开门店数就超过了2400家,拓店势头非常猛。

关键词:本土化

中式汉堡崛起是近年来西式快餐品类的一个明显变化。以塔斯汀、“贾国龙中国堡”为首的中式汉堡品牌推崇“中体西用”,即以中式味道+西式标准来抓住“中国胃”。

西贝的子品牌“贾国龙中国堡”以浙江桐庐的酒酿空气馍对标西式汉堡,以中式发酵的方式制作汉堡的面饼。爆炒黄牛肉、酒焖红烧肉、吊炉北京烤鸭、藤椒小炒鸡等中式口味也深得消费者欢迎。搭配汉堡的小吃、饮品也是爆汁臭豆腐、火山土豆、酸辣汤、酸米浆这样的国民小吃。

塔斯汀所有的汉堡现点现做,并且采用现擀现烤的面包坯,强调烘烤的油香味和烟火气,与汉堡老牌选手的流水式、自动化作业区分开来。在传统的牛肉饼、鸡排等馅料之外,还充分考虑国人的口味需求,推出了小龙虾、北京烤鸭、火爆辣子鸡、鱼香肉丝等特色馅料。截至2023年10月,塔斯汀在中国已开出了超6000家门店,以质优价廉的定位打开了下沉市场,并逐步往一线、二线城市拓展。此外,享哆味、楚郑等中式汉堡品牌也受到了一

定的关注,部分品牌更是获得了资本的青睐。

业内人士认为,随着我国经济社会的发展,国潮风的兴盛以及消费市场上一系列国产品牌的崛起,当代年轻人的文化自信在不断增强,“中式汉堡”的流行正是此趋势的一种表现。

与此同时,国际品牌的本土化也从尝试变成了一种战略。麦当劳中国通过本地化采购生产,满足不断扩大的用量需求,推出更适合中国消费者的产品。据了解,目前90%的食材来自于本土化采购生产。前不久,麦当劳中国首席影像官顾磊表示,每年麦当劳中国本地研发中心推出的新品超过200种。

汉堡王(中国)投资有限公司CEO博涛(Atakan Bozkurt)日前表示,在中国“国潮消费”正在兴起,年轻一代更加关注中国的文化和传统,在光顾快餐店的消费者中,40.4%的人更喜欢中西结合的菜单。

肯德基的老北京鸡肉卷、嫩牛五方、热干面,必胜客的“仙跳墙”比萨、北京烤鸭比萨、孜然羊肉比萨……在这些经典产品中“本土化”不断落实。



关键词:市场下沉

红餐大数据显示,我国三线、四线、五线城市的每万人西式快餐门店数分别为4.1家、4.1家、4.2家,与一线、新一线、二线城市的每万人西式快餐门店数存在着一定的差距。

基于此,诸多快餐品牌纷纷瞄准下沉市场,下沉市场的竞争渐趋激烈。相关数据显示,早在2022年,全国就有近五成的西式快餐门店分布于三线及以下城市。华莱士、塔斯汀等本土品牌在下沉市场均有大量的门店布局。

早在几年前就开始布局下沉市场的肯德基、麦当劳再度提速。红餐大数据显示,在肯德基和麦当劳2022年新开的国内门店中,分别有34.7%、21.8%的门店位于三线及以下城市。进入2023年,肯德基、麦当劳等巨头的下沉策略仍在继续推进,比如麦当劳宣布年内将在中国新增约1000家麦咖啡,并且主要分布于三线城市。今年8月,麦当劳公开表示,麦当劳中国的新店在低线城市的占比已达到50%。肯德基方面的数据显示,2020年至2023上半年,3至6线城市净增门店数占比均高于高线城市。

从下沉市场的竞争格局来看,麦当劳和百胜中国的扩张策略已有了一定的收获。截至2023年10月,肯德基在三线及以下城市有着3000余家门店,是下沉市场中门店数第二多的西式快餐品牌,仅次于华莱士;麦当劳在三线及以下城市有着千余家门店,与深耕下沉市场多年的德克士门店数相差不多。塔斯汀在这两年的加速拓店中,在三线及以下城市布局了2000余家门店,其在下沉市场中的门店数居于快餐品类中的第三位。

西式快餐加速布局下沉市场或源于此类市场消费增长潜力巨大,据消费增长研究院发布的《2023中国消费市场潜藏价值研究报告》显示,目前中国下沉市场的人口总量约为10亿,占中国总人口的71%以上。此外,相较于一二线城市,下沉市场消费者表现出更为强烈的消费意愿。据上述研究报告显示,在下沉市场消费者个人及家庭收入中,日常消费占比高达59.8%。可以预见的是,随着肯德基、麦当劳等巨头深入下沉市场,未来,快餐品类在下沉市场的争夺会更激烈。

(王萍)

北京黔菜协会第二届 成立大会在京举行

本报讯 漆云 近日,北京火锅美食文化节黔菜分会场启动仪式暨北京黔菜协会第二届成立大会庆典在北京贵州大厦圆满举行。贵州省政协副主席、省工商联主席李汉宇,省驻京办副主任马尚海出席会议,各州市驻京联络处相关负责人代表、北京市商业服务业行业协会、中国饭店协会、中国畜牧业协会、中国烹饪协会、北京烹饪协会等相关代表以及企业商会代表、媒体代表共计130余人参加了会议。

会议选举产生了北京黔菜协会第二届理事会领导班子。贵凤凰创始人、董事长陶婷婷当选为会长,中开丝路生态产业集团董事长张志刚当选为执行会长,百里桂花(北京)餐饮管理有限公司董事长王益民当选为监事长,北京贵州大厦执行总经理唐毅强当选为常务副会长。

李汉宇为会长单位授牌并发表讲话。他祝贺北京黔菜协会换届大会圆满成功,对第一届理事会辛勤付出和取得的成绩给予了充分肯定,对黔菜协会及黔菜产业发展提出了三点要求和期望:一是希望北京黔菜协会进一步在北京、贵州与世界之间搭建起黔菜美食文化的桥梁,让贵州菜受到更多人的喜爱,甚至走向世界,让世界分享到真正的贵州味道。二是希望黔菜餐饮及相关企业坚持“真材实料、贵州味道”原则,在保证食品安全的前提下,把贵州菜原材料做好,坚持真材实料,坚持匠人精神,学习借鉴各菜系的优秀文化和经验,踏踏实实做好每一道黔菜。三是积极进行创新探索,讲好黔菜故事,汇聚发展合力。贵州菜主打生态与健康,具有广阔的发展前景。希望大家共同努力,让黔菜、黔材、黔品、黔文化更好走出大山、走向全国、走向世界,助力黔货出山,助推乡村振兴,为贵州高质量发展作出新贡献。

马尚海在致辞中表示,北京黔菜协会自2016年5月成立以来,致力于搭建贵州和北京两地美食文化交流的桥梁。在传承和发扬黔菜文化、打造黔菜品牌、推动黔货出山、助力乡村振兴等方面取得了显著的成效。他指出,随着人们对高品质农产品的需求增加,生态和绿色的农产品越来越受欢迎,越来越多的“贵州山珍”畅销海内外,成为“抢手货”,热忱欢迎广大企业家到贵州参与农业现代化建设,共享高质量发展红利,省驻京办将积极做好牵线搭桥,竭诚提供优质服务。

第二届北京黔菜协会会长陶婷婷在履新发言中表示,在贯彻黔菜协会的宗旨下,将不断发扬黔菜协会精神,进一步提升会员归属感,打造专业服务能力,为会员提供专业赋能;加强会员联络与交流,为会员搭建抱团取暖、合作交流平台;服务于政府,服务于市场,服务于社会,努力做到与政府同频、与市场同频、与时代同频;积极发挥黔菜协会的桥梁作用,增强与各方的联系与互动;加强平台硬实力,提升金融、法律、公关及冷链仓储的能力以及专业品牌运营能力;加大宣传力度,宣传好黔菜故事、贵州故事、贵州文化等,让更多人了解黔菜,爱上黔菜。

会上,贵商总会授牌北京黔菜协会为“贵商总会团体会员”单位。中国饭店协会副会长金勇、北京黔菜协会黔菜专家委员会负责人王学勇教授、北京黔菜协会执行会长张志刚等嘉宾作了发言。北京市商业服务业行业协会第五联合党委、北京烹饪协会等单位发来贺信,期待精诚合作,为弘扬中国黔菜文化,释放餐饮消费潜力,促进产业繁荣发展,开创餐饮业美好未来。