

麦当劳中国独立运营一周年好事多磨未来可期

独立运营后的麦当劳中国交出了一周年的成绩单。近日,麦当劳中国董事会主席张懿宸首次对外透露了麦当劳中国一周年的成绩—在过去的 12 个月里,麦当劳在国内新开了 300 多家门店,在中国的门店总数达到了 2800 多家,为麦当劳在中国内地扩张史上开店数量最多的一年。

据了解,在独立运作之前,麦当劳中国由于全球标准化和统一化的管理约束,在中国发展的步子一直迈得很小,而 2017 年无疑成为了麦当劳中国的求变之年。据悉,麦当劳在过去一年转变的成果还体现在方方面面,比如数字化、外卖、以及菜单的本土化等等。不过,有外界观点认为,麦当劳中国与中资的磨合才刚刚开始,双方的融合成效尚待时间观察。

快速扩张的一年

去年 8 月 8 日,与中信、凯雷的一纸签文,拉开了麦当劳中国化的序幕。

2017 年 1 月 9 日,中信股份、中信资本、凯雷投资集团以及麦当劳联合宣布达成战略合作并将成立新公司。2017 年 8 月 8 日,随着麦当劳与中信、凯雷的战略合作正式完成交割,这家后来改名为“金拱门”的新公司成为了麦当劳在美国以外最大规模的特许经营商。

对于麦当劳作出的这一抉择,中国食品产业分析师朱丹蓬向时代周报记者分析认为,“过去的 20 多年里,洋快餐在中国市场历经高速增长,但在中式快餐崛起和外卖平台冲击之下,洋快餐已面临营收和利润的天花板,他们通过采取股权转让或出售特许经营权等方式引入中国市场的战略投资,其实是降低风险的明智之举”。

无论出于何种原因,独立之后的麦当劳中国一下子铆足了劲。据麦当劳提供的数据,在过去一年,麦当劳共开出了 300 余家门店,截至当前中国区门店达 2800 家,其中一二线城市和三四线城市各占一半。

实际上,门店扩张或对麦当劳中国利益相关方均有好处。(餐饮邦)创始人、龙策餐饮智库创始人田广利分析认为,一方面,麦当劳中国独立后需要给中方资本交出成绩,因此需要开拓门店来增加盈利;另一方面,虽然麦当劳全球总部已经把盈利风险转移给了中方资本,但开店需要向总部购买设备,这无形中

以人工智能撬动能源变革 亿可能源入选微软加速器

8 月 7 日,微软正式公布“微软加速器·北京第十二期”入选名单,经过激烈角逐,亿可能源作为唯一的能源科技公司,从上千家候选企业中脱颖而出,成功入选微软加速器。作为全球最具影响力的加速器项目,微软加速器的招募动态是判断业界技术发展趋势的风向标,是众多创业公司心中的“圣地”,因为严苛的选拔要求和标准,入选的比例不到 2%,被业内称为“难于进哈佛”。依靠微软强大的技术积累和丰富的业内资源,微软加速器自 2012 年启动以来,已经成为中国创新创业版图上举足轻重的角色。截至 2018 年 7 月,已扶持 231 家创新企业,超过 93%的入选企业获得新一轮融资。

亿可能源的成功入选,源自于雄厚的技术实力和强大的商业落地能力,这也预示着“人工智能(AI)+能源”获得业界人士的聚焦,同时也是对亿可能源作为“AI+能源”赛道领跑者角色的认可。伴随着数据采析、智能识别、算法模型、机器学习……等人工智能技术在能源领域的广泛应用,一场能源行业的变革已经拉开帷幕。

面对这一变革,亿可能源从 2014 年创立开始,就树立了“以人为本”的应对战略,这也是亿可能源“技术实力”和“落地能力”的底层建构;只有“以人为本”才能聚拢优秀的人才,积累优异的技术实力,构筑强大的竞争壁垒,目前亿可能源超过 80%的员工为技术、产品人员,近 90%的员工具备硕士以上学历;同时,只有“以人为本”才能“想用户所想”,研发出适合不同应用场景的、“用户友好型”的能源智能管理产品,高体验感的满足用户需求,切实为用户创造价值,完成产品的商业落地。

亿可能源对微软加速器“从生态中来,到生态中去”的理念高度认同,只有符合行业生态现实的产品,才具有旺盛的生命力,而这与亿可能源“以人为本”所强调的“满足用户需求、创造用户价值”的理念不谋而合,都需要贴近行业一线生态现实。

借助本次入选微软加速器的契机,亿可能源将会得到“微软创业者 360 大生态计划”扶持,获得“人、财、战略、市场拓展”的全方位优质服务,其中最重要的是可以与微软的全球生态系统进行深度合作,微软在全球的企业客户都将成为亿可能源的潜在客户,帮助亿可能源更快、更有效地拓展市场,推动和加速能源智能化变革,共同成就美好能源世界。

(唐彤)



也给麦当劳总部增加了盈利,因此总部也愿意配合麦当劳中国开店。

中资为麦当劳带来的资源与优势也可见一斑。独立后,麦当劳中国在半年时间内接连与碧桂园、恒大、中海地产、融创等地产公司签订战略合作协议,“优先选址,加速开店”。最近麦当劳在房地产方面的举措都是为了增加开店速度,与地产商的合作会让麦当劳在新店选址方面更具竞争力。

特许经营专家李维华认为,麦当劳中国拥抱中国资本的好处显而易见,“第一,由于背后是中国的资本,因此更能获得中国政府和中國百姓的支持;第二,中国资本和中国团队更了解中国文化与中国消费者的心理;第三,中资的实力给麦当劳经营以及网络拓展带来很大好处”。

本土化求变

事实上,改“姓”后的麦当劳在积极扩张门店之外,还在多方面加速中国化落地。

此前,麦当劳在中国开放特许经营的步伐一直迈得很小,2008 年才开始特许经营。截至 2017 年底,在麦当劳的全球版图中国,特许经营业务占比为 90%,而在中国市场,特许经营业务占比仅有 30%。但独立之后,麦当劳中国的计划是把这个数字提高到 70%以上。

与此同时,麦当劳也在不断加码数字营销的力度。麦当劳方面透露,全国 2800 家餐

厅中已经有近 75%完成未来餐厅的升级,全面整合自助点餐、双点式服务、非现金支付、电子餐牌、送餐到桌、APP 及小程序等元素,为消费者提供更个性化的产品与服务。

外卖也在麦当劳中国中扮演越来越重要的角色。麦当劳中国董事会主席张懿宸曾对外表示,去年麦当劳在中国的外卖增加了 75%,在北京、上海、深圳等大城市,外卖已占整体销售额的 25%之多。

更为重要的是,过去一年,麦当劳也积极在口味上推进本土化。今年年初,麦当劳推出了粥王系列产品,麦当劳中国 CEO 张家茵此前曾在接受媒体采访时表示,麦当劳已经开始有针对性地推出不同定位的套餐产品,其中既有价格偏低的常规套餐,也有客单价较高的“星厨”系列套餐,同时也在针对当下的轻食风口设计沙拉类的产品,让消费者的选择更加多样化。不过,许颖婷向记者透露,未来麦当劳中国的重点仍是汉堡业务。

在业内看来,麦当劳中国过去一年多以来大步调整的背后,或是为扭转此前过于“保守”的顽疾。事实上,相比老对手肯德基,麦当劳中国在市场开拓力度上及产品本土化方面依然显得温和。李维华就向记者指出,麦当劳在中国“太小心谨慎”了。1990 年,麦当劳在深圳开了中国区的第一家店铺,比肯德基晚了三年,与后者早已放开加盟不同的是,麦当劳一直坚持直营门店的策略,直到 2008 年才有限放开了特许经营的数量。

这或许成为麦当劳中国一直以来在中国

市场的竞争中落于下风的原因。在全球其他市场,麦当劳的门店数量都要远远大于肯德基,然而,这一情况却在中国刚好相反—2016 年 3 月,当麦当劳决定为中国区业务引入战略投资者的时候,它在中国内地的餐厅数量为 2400 家,同期肯德基则有超过 5000 家的店铺。

如今,独立后的麦当劳中国正在努力打破这一切。曾经参与麦当劳中国交易谈判的凯雷亚太区董事长杨向东对媒体透露,麦当劳中国在供应商、IT、菜单方面,都争取到了很大的自主权。“尽管谈判的过程有时候会比较艰难,但我们坚持在一些方面争取到灵活度,如果不这样,可能麦当劳在中国的业务无法有大的改善。”杨向东表示。

未来可期

按照麦当劳中国的愿景,麦当劳中国计划于 2022 年,开满 4500 家店。但根据欧睿信息咨询公司(Euromonitor)预测,到 2019 年,已经饱和的中国快餐市场增速将进一步放缓至 4%左右,不到十年前增速的 1/3。

这意味着,麦当劳不得不面临的自己的边界问题:市场到底能容纳多少家快餐店,中国化后的麦当劳,是否要开到每一个乡村?对此,李维华认为,麦当劳完成开出 4500 家门店的目标并不难,随着中国城市化的进程推进,中国餐饮仍有巨大的潜力,但另一个问题也随之而来:随着人才迁移与地方经济的发展,麦当劳重点出击的三四线城市餐饮竞争也日趋激烈,“根据我的预测,三四线城市一定会成为竞争最激烈的战场”。

实际上,在三四线城市,麦当劳面临的市场竞争远非与肯德基、汉堡王等老对手们抢夺市场那么简单。早在前些年洋快餐风靡全国的时候,德克士、华莱士等品牌就在三四线城市默默地扎了根,相比于洋快餐巨头,他们拥有更低的成本和更为扎实的市场基础。

李维华认为,麦当劳中国在三四线城市开店,关键在于打法上的差异化。“在三四线城市,麦当劳更适合采取加盟的模式,这样可以充分运用加盟商的本地资源与人脉;其次,在营销手段上,麦当劳也应该结合大数据,分析本地的特点。”李维华表示。

(时周)

重庆北碚加速推进智能化改造传统制造业

“北碚加速推进智能化改造传统制造业。目前,重庆北碚区已有数十家传统制造企业进行了自动化、信息化改造。”8 月 14 日,重庆市北碚区经信委相关负责人在接受重庆日报记者采访时说,今年还有正川等 24 家企业、30 个项目进行智能化改造。

“智能化让我们公司的产品走出了国门。”北碚区颜宏齿轮工业有限责任公司负责人向记者介绍,目前公司生产的汽车启动电机、发电机轴等产品,已出口到欧洲、美洲、非洲、亚太地区等,成为奔驰、宝马、奥迪等高端汽车品牌主要分供方。

在曾有上百名工人同时操作的生产车间里,如今工人减少了一半以上,生产线上 80%左右的操作,都由机器人和机械手承担。

颜宏齿轮成立于上世纪 90 年代初,最初是一家传统的生产摩托车与汽车零部件的企业。近 5 年来,公司每年投入数千万元,对传统生产线进行自动化、智能化改造。公司负责人说,通过机器换人和智能化控制产品标准,生产一线的人工节约了 50%以上,产品合格率提高了 10 个百分点,产值和效益提升了 20%左右。

与颜宏齿轮相邻,同年建厂的重庆顺多利机车有限责任公司,也是一家改造生产汽车零部件的企业。“目前,我们公司已对设备进行了全面升级改造,引入机器人代替传统作业人员,并全面推进生产线信息化改造。”该公司负责人说,如今人员减少了一半,但综合产能反而提升了 30%以上。

“以前,产品质量主要靠人工来控制检测,质量不稳定。”该负责人说,通过设备自动化改造及全面信息化技术的运用,产品质量更加稳定,合格率提高了 3%以上,并实现了产品质量全过程追溯的品质保障。

据了解,在推动传统制造业的智能化改造中,北碚重点引导企业进行技术创新、机器换人等改造,并帮助企业从多方面争取智能化改造的资金支持。今年已为企业争取到 4741 万元的智能化改造资金扶持。

此外,北碚区经信委还帮助有智能化改造需求的企业创造共享平台,帮助企业采取多种渠道和方式,购买智能装备产品、促进技术合作等。

(罗成友)

靠电商推动,金利来服饰上半年国内收入增长 14%

金利来集团 8 月 17 日盘后发布 2018 年中期业绩,在截至 6 月 30 日的上半年内,金利来服饰总销售额同比上涨 11%至 7.83 亿港元,毛利润增长 10%至 4.58 亿港元,毛利率为 58.5%,净利润则同比大涨 16%至 1.71 亿港元。

公告显示,期内集团收入增长主要得益于期内采用的人民币汇率较去年同期上升约 5%,及来自国内电商渠道的销售增长,至于其他主营业务的相关营业额与去年同期均并无重大差异。

按地区分,集团在国内的整体营业额为 6.11 亿港元,同比大涨 14%,若以人民币计算的增幅则为 8%,其中国内服装销售业务毛利率约 52.7%,直营零售渠道收入与去年同期基本持平,按人民币计算的门店销售额增幅则为 2%,广州地区的增幅最显著,增长约为 10%。

在新加坡及马来西亚等国际 markets,期内集团的销售基本与去年同期持平,录得 3259.9 万港元,毛利率为 47.8%,主要因为集团自去年下半年开始就不断关闭业绩不佳甚至亏损的销售点,同时通过较高的折扣优惠来清理过季产品影响。

除电商、直营零售业务外,金利来旗下还设有团体定制业务。该业务以国内企业为主要目标,提供订制团体制服服装产品,上半年以人民币计算的销售额增长达 114%,但在集团整体服装销售中的占比并不高,低于 5%。

为进一步节省运营成本,金利来集团今年继续出售以国内市场为主的鞋履、皮具、内衣和休闲服装的经营使用权,上半年经营权收入同比增长 7%至 4775.7 万港元。截至报告期末,金利来集团在国内共有 950 家服饰零售点,其中约 100 家为直营零售门店,35 家为奥特莱斯门店。

金利来集团成立于 1968 年,受品牌老化问题困扰,于 2016 年推出了副线品牌 G.I. D goldlion,试图在消费升级的趋势下吸引核心的年轻消费人群,同时加速战略转型调整。受健康问题影响,84 岁的金利来集团创始人曾宪梓已于今年 4 月辞任主席及执行董事职务,其职位由副主席曾志明接任。

(陈舒)



(安松)

2018 年双汇员工子女金秋奖学金发放仪式隆重举行

■ 本报记者 李代广

8 月 17 日下午,2018 年双汇员工子女金秋奖学金发放仪式在双汇大厦二楼会议室隆重举行,双汇发展总裁马相杰、双汇集团工会主席刘清德出席发放仪式。

本次活动由刘清德主席主持,马相杰总裁、刘清德主席为考上大学的双汇员工子女代表颁发奖学金;员工代表张敏生,员工子女代表石泽航、王蕾分别发言。按照万隆董事长指示,根据《双汇员工子女考上大学的奖励规定》,集团公司所有在册(含劳务派遣人员、返聘人员)的员工子女,当年参加全国统一考试(含单考单招)被国家认可的院校录取或被国外正规高等院校录取、保送的,均可获得公司工会发放的奖学金。

本次,经员工个人申报、基层工会初审、集团工会审核,漯河总部共有 237 名员工子女被列为“金秋奖学金”的第一批奖励对象,总部第二批和异地双汇分公司考上大学员工子女的奖学金也将陆续发放。



双汇举办“金秋助学”,是坚持以人为本,贴近员工办实事,贴近基层搞服务,全面建设和谐企业的具体体现。员工子女代表石泽航、王蕾表示:感谢双汇给他们的父母提供稳定的工作,让父母成为他们前进道路上的有力支撑,同时希望同学们能以大学为新起点,开始新的征程。

员工代表张敏生表示:“奖学金不单是给我们的家庭带来了及时有力的帮助,更重要的是企业这种以人为本、关爱员工、关爱员工子女的精神,让大家感动和骄傲,以后

会更加努力工作、立足本岗、用更加勤恳严谨的工作态度报答企业。同时也教育孩子:不辜负双汇的殷切希望,不忘初心,砥砺前行,成为国家的栋梁之才,反哺社会。”

双汇集团工会从 2011 年 7 月出台《双汇集团员工子女考上大学的奖励规定》开展金秋助学活动,至今已经连续为 4183 名员工子女累计发放奖学金 1080 万元。活动开展以来受到广大员工和社会各界的一致好评,已成为广受双汇员工拥护的民心工程。

助力精准扶贫 重庆五洲世纪集团向重庆市城口县捐赠 110 万元

日前,笔者从重庆五洲世纪文化产业集团获悉,为弘扬中华民族“扶危济困,扶弱助贫”的传统美德,积极履行社会责任,该企业向重庆市城口县捐赠现金 50 万元及 60 万元的爱心创客教室一间,共计 110 万元,用实际行动推进精准扶贫。

据该企业负责人徐登权介绍,企业作为全国知名、重庆市规模最大的民营文化教育企业之一,重庆市慈善总会副会长单位,充分认识到了精准扶贫的重大意义,在脱贫攻坚的大舞台上,把企业参与扶贫与自身商业优势相融合,积极履行企业社会责任、参与公益事业,持续开启“向善之门”,不忘初心、勇于奉献、敢于担当,持续助力推进精准扶贫工作,让更多的群众享受到企业高速发展带来的实惠,做负责任的企业公民楷模。

(安松)

