

2011 餐饮市场十大热词:谎言穿帮 大佬折戟



“寒冬”困局下家居业的破冰之路

如果要一句话来形容 2011 年家居市场的话,那么“在艰难中匍匐行进”无疑是最贴切的。随着竞争的加剧,“被扩张”的怪圈效应,在有限的市场份额中,卖场、独立店、品牌连锁之间难免相互冲击,生存环境每况愈下,整个行业陷入了“严冬”。

2011 年初,石狮不少家居企业纷纷看好电子商务,再加上国内有不少规模和品牌家居企业均已经开始试水电子商务,分食电子商务平台带来的利润这块蛋糕。在此带动下,石狮家居行业也开始松动,准备赶上电子商务的热潮。但结果却是“雷声大,雨点小”,这其中很大原因还是那些愿意试水电商的企业,到现在仍旧没有真的付诸行动,或者因为成绩不如预期而逐渐退缩。

为何家居行业未能像服饰、家电一般“星火燎原”,而仅是“小打小闹”未成气候?难道家居业真的跟电子商务无缘吗?

子芳路一家居店老板告诉记者,由于家居行业的特殊性,受物流和规格所局限,“比如你在网络上看到的沙发,在石狮当地就可以买到,为什么非得下单从上海或者北京运呢?运输费都快赶上沙发的钱了,这是不现实的,再加上大件商品的网络交易环境不甚理想,让很多原先看好电商的家居企业望而却步。”

他表示,家居“傍”电商,赚的只是一个噱头,广告的效果比销售业绩明显,而目前家居企业在电商领域少有做出成绩的,不少企业还处于摸索阶段。

那么,电商是否真的不适合家居业呢?业内人士分析,目前家居电商还处于成长阶段,随着消费观念及品牌推广的深入,传统卖场和电子商务紧密结合是一种必然趋势,从而充分发挥各自长处,家居卖场中,如标准建材产品、床垫之类的一些商品,适合电商广泛推广。

产品、价格、渠道,是决定建材家居企业利润的三要素,入行 10 多年的王先生表示,电子商务有可能将帮助建材家居行业迎来“春天”,比实体店便宜三—四成的网购直销价格吸引更多客户,在市场萎靡的情况下,以量取胜也是行业的新生存之道。

而另一位建材商施总认为,“同城化”可解决建材网销物流问题,24 小时货运圈为建材最佳销售半径,商家的售后服务也能及时跟进,电子商务区域性平台的逐步成型有望解决建材行业突围瓶颈。

电子商务的大潮已经涌向了家居卖场,电商正在逐渐成长,已渐成趋势,不少业内人士预测,家居电子商务平台将在未来两三年内激增,随后将出现“大鱼吃小鱼”的局面,成为下一个争夺的战略要地。电商,将为家居行业突围开创营销新渠道,让家居业焕发新活力。

(摘自《中国服装网》邱育钦/文)

2011 年餐饮行业可谓在困境中前行。这一年,“豆浆门”、“骨汤门”、“老油门”等一系列事件的曝光,令不少行业大佬谎言穿帮、颜面扫地。

热词一:勾兑

谎言穿帮,行业大佬纷纷折戟

2011 年,栽在“勾兑食品”上的知名餐企不在少数。先是肯德基的“醇豆浆”被曝是用浓缩豆浆粉冲兑而成。随后,一直以骨汤熬制、高营养著称的味千拉面,被曝不仅钙含量严重夸大失实,所谓骨汤熬制也是用“猪骨汤精”浓缩液勾兑而成。就连素以好服务著称的火锅巨头海底捞,也被曝骨头汤、柠檬水、酸梅汤等原来都是兑制而成,店家还专门教员工如何回避顾客询问。

虽然经媒体曝光后,这些餐饮企业都承认了勾兑事实,食品专家也纷纷为勾兑食品安全性正名,但真正令消费者愤怒的并非勾兑食品本身,而是这些餐饮企业的刻意隐瞒甚至公然欺瞒。

热词二:食品添加剂

食品添加剂“上墙”接受监督

今年以来,随着“化学火锅”、“双汇瘦肉精”、“台湾塑化剂”、“染色馒头”等非法添加事件接连曝光,政府也加大了对餐饮、食品领域非法添加的打击力度。不过业内人士指出,真正威胁食品安全的是非法食品添加剂,但再傻的商家也不会将其公示出来自投罗网,因此公示治不了食品添加剂乱象。

热词三:地沟油

规范餐厨垃圾处理才是治本之策

9 月中旬,公安部破获了一起涉及 14 省的重大地沟油案,一条集掏捞、粗炼、倒卖、深加工、批发、零售六大环节的地沟油黑色产业链终于首次浮出水面。然而尴尬的是,对人人喊打的地沟油,监管部门却拿不出有效的检测方法。为彻底杜绝地沟油,北京市决定将监管从“末端”提升到“源头”,除了对各区县餐馆食用油进货渠道进行逐一排查外,还对餐厨垃圾处理全过程进行管理,实现规范收运,资源化处理。

热词四:涨价

快餐产品涨声一片

肯德基涨价了、麦当劳涨价了、真功夫涨价了……2011 年快餐企业涨声一片,有的企业甚至多次调高产品价格。年内上调产品价格的还包括吉野家、大娘水饺、味千拉面、永和大王等。据悉,人力成本和原材料价格不断上涨导致的成本压力过大是涨价主因。

热词五:蟹券

送礼经济催生新商业模式

今年阳澄湖大闸蟹的开捞日子是 9 月 17 日,错过了 9 月 12 日中秋节的最佳销售期,然而蟹商们并不为此担心。早在大闸蟹上市前几个月,大闸蟹的提货券已经满天飞了。“蟹券”让原本不易保存的活蟹,变成了随时可提取的“期货”,变身高档礼品的大闸蟹由此身价倍增。如今,蟹商们一年的收成已经不看卖了多少蟹,而看卖了多少券。

而且由于是“期货”,蟹商仅凭自己印的“纸”,层层流通转回自己手中,就能赚取相当于券值 20%的真金白银。

热词六:阴阳菜单

生熟有区别,宰客不见血

团购菜单上标价 78 元的“烧味三拼”实际仅 49 元、实际价仅 13.9 元的腊味饭在团购券上却标成了 29 元……面对各大团购网站竞相推出的“超低价”团购活动,一些细心的团友发现,有商家悄悄拿出“阴阳菜单”来应付,让消费者产生上当受骗的感觉。

热词七:换标

多元模式开辟新财路

2011 年,星巴克的粉丝们发现,无论是店面招牌、白色咖啡杯还是星巴克全新商品上,星巴克标识上的 STARBUCKS COFFEE 字样不见了,只保留了标志性的美人鱼头像。启用新标识的星巴克以此向世人宣告,虽然咖啡仍是星巴克最根本的业务,但星巴克已经不限于咖啡,还会进入茶、饮料、西点等众多领域。

热词八:传统小吃

喜忧参半,亟待升级

今年传统小吃可谓热点不断。5 月,前门鲜鱼口老字号美食街开街,引来数万人捧场。10 月,整饬一新的护国寺商业街新装亮相,令护国寺小吃总店迎来大批尝鲜客。就连美国副总统拜登也在今年访华期间,特意前往位于鼓楼的姚记炒肝店,品尝中国的民间小吃。不过传统小吃风光背后暗藏隐忧。

9 月,位于九门小吃的 7 家传统小吃就因管理费猛涨 2 万元,上演了一场“撒档风波”,而矛盾根源在房租上涨。同时,传统小吃重油、重糖、重盐的口味特点,以及多用动物内脏加工等,也与当今健康膳食理念背道而驰,这可能也是拜登一行到炒肝店没点炒肝的主要原因吧。

热词九:收购

小肥羊、金钱豹、吉野家改姓

11 月 7 日,美国百胜集团跨国并购小肥羊计划终于被商务部放行。百胜集团将持有小肥羊 93.2%的股权,并经营和管理其业务。收购完成后,预期小肥羊股份将撤销及终止在港交所的上市地位。此前,欧洲最大的私募股权投资集团安佰深也于 7



美食体验馆:你做饭它赚钱

享用美食是一种幸福的事,但是作为繁忙的上班族,细数你的日子,有几天能在家里那张雅致的饭桌上放放轻松地吃饭呢?回归饭桌竟成了一件很奢侈的事情。所以,一种久违的温暖情感在一种崭新的商业模式中得以延续,那就是美食体验馆。这种新颖时尚的美食体验馆到底是一种什么样的盈利模式?它的投入又有多大呢?

美食厨房达到 100 平米

走入金女士开的美食体验馆,一种温馨、时尚的感觉立刻将你包围。这里布置得很像家,除了一个面积大约 100 平方米的大型厨房外,还有孩子的游戏角,有随意轻松的书房。墙边的苹果绿货架上摆放着各色健康调味品、国际精品及休闲食品,一支美食指导团队一边跟会员聊着家常,一边帮助会员现场烹饪事先设计好的菜肴。

据美食体验馆老板金女士介绍,她在做这个美食馆前,在某个星级酒店做面点师,接触了很多餐饮界的朋友。她了解到在北京等一线城市,这

种美食体验馆非常受欢迎,很好地迎合了都市人生活忙碌、不能回归家庭的内心需求。所以,当她自己开始创业时,就锁定了美食体验馆这一项目。

金女士说,这是一种集美食制作、品尝、推广于一体的新业态,主要的经营方式就是在周末或者节假日开展一系列的美食制作体验,理念就是让年轻人回归家庭,体验健康饮食,同时开展很多亲子课来加强亲情,培养孩子的动手意识。体验的食材由体验馆提供,体验者只需交纳一定的体验费用。

体验馆前期投入 24 万

开这样的一家美食体验馆到底需要多大投入呢?

金女士介绍,美食体验馆的前期投入相对较大,她自己总共投入了 24 万元,其中占比最多的是房租和设备。因为她选择了高档社区,房租一年就 12 万元。装修和购买厨房设备共花了 7 万元,其中,仅整体橱柜就买了 14 组。金女士说,这些设备大都是品牌的,所以价格很高。

之所以这样大的投入,是因为美食体验馆是为客户提供享受高品质家庭生活的地方,一定要通过较好的载体展示出美食文化的魅力。另外,因为这种商业模式太新颖,她在网络上打了不少广告,宣传费用投入大约 3 万元。关于人工费用,因为美食馆是在周末营业,没有聘用日常工作人

员,而美食指导大多为临时聘用,费用一般为一次一结。

另外,她留一部分流动资金,但金女士表示,这部分钱并不需要太多,因为美食体验馆采用网络定制和会员制,这样可以提前收费,需要多少食材都是量身定做,不用多备货。“相比饭店省心,这是肯定的!”金女士这样表示。

食材越普通收益越高

这样的美食体验馆的利润空间到底有多大呢?

以一个套餐(焦糖布丁、动物饼干、松鼠桂鱼、泰式咖喱虾)为例,金女士为我们简单核算了一下成本和收益:这个套餐分为上午和下午各 2 个小时,收费为 150/人。体验这个套餐的一般都是父母带孩子过来,因为小孩免费,一家三口要付 300 元。由于此套餐中的松鼠桂鱼、泰式咖喱虾需要鱼和虾这样的食材,因此成本相对要高一些,一组食材成本大约在 50 元左右。另外,这几个菜不太好操作,需要付给美食指导更高的费用,一般的课程需要 80 元/课时,这个课程就要 120 元。因此,如果一家三口体验这个套餐,扣除食材和辅导费,金经理还能剩下 130 元(300 元-170 元)。

据金女士透露,在诸多课程设置中,食材越普通、制作工艺越简单的,比如套餐“酸菜炖排骨和蒜蓉西兰花”,她的收益也就越高。金女士表示,这种美食体验馆目前还不敢要太

月 26 日宣布,旗下基金已经完成对以高档自助餐厅著称的金钱豹酒店餐饮集团的收购。

12 月 1 日,在港上市的香港合兴集团对外宣布,以 34.75 亿港元总价收购 Summerfield Profits Limited 已发行股本及 4200 万港元贷款,北京吉野家快餐有限公司及相应的 DQ 冰雪皇后连锁餐饮门店的经营权也涵盖其中。频繁并购国内大型餐饮连锁企业,无疑是外资加快占领中国餐饮市场的重要举措。

热词十:农餐对接

龙头餐企直供比例增六成

继 9 月 6 日首届北京市餐饮业采购大会高调举办,各大餐企采购人员与来自全国各地优质绿色农产品直接对接之后,11 月 27 日,全聚德、呷哺呷哺、湘鄂情等 10 家大型餐饮连锁企业又与 10 家农业专业合作社签订了 2012 年“农餐对接”合作协议。大型餐饮连锁企业与郊区县农产品生产基地对接,不仅有利于餐饮企业的原材料安全,降低成本,同时也拓展了农产品销售渠道,促进了农民增收。

(摘自《北京商报》)



探访网店创业背后一本万利只是个传说

小到针线纽扣,大到家用电器;从几元钱的简单服饰,到数万元的奢侈品甚至数百万元的豪车,网络购物已经潜移默化地改变了人们的生活方式。然而,正当人们沉浸于一个个以网店迅速起家致富的神话时,网店的老板们却发出了“亲,网店并不是一本万利、满地黄金”的疾呼!

近日,记者走近岛城一位网店店主的工作生活,这位刚刚结婚、山东大学本科毕业的店主向记者倾诉了在网店背后不为人知的辛酸和内幕。

上午 8 时 夫妻俩在家上班

尽管是周日,刘君和妻子小郭一如继往地在早上 7 时 30 分许起床,并在 8 时准时打开电脑、登录淘宝网开始上班。随着接连不断“叮咚”响的提示音,网店正式“开门”营业。

这处位于劲松三路的家是刘君在半年前租来的,三室一厅一厨两卫的房子大约 150 平方米,听上去面积不小,但除了厨房一处卫生间,真正供夫妻俩生活用的只有一间小卧室。在非常宽敞的客厅里,地上整齐摆满了一个个大纸箱,纸箱里是叠放整齐的羽绒服等大衣和外套。在主卧室和一处未使用的卫生间里,货架和地上也是存放着满满当当的服装。

电脑在上午就“叮咚”响个不停,刘君说,今天的生意之所以不错,是店里搞限时特价的活动。刘君说,自己的网店已经开了快 5 年了,现在马上就要双“皇冠”信誉,搞活动,就是为了给网店聚集人气。

生活 夫妻俩都得了“叮咚病”

刘君在 11 月 11 日刚刚结婚,妻子现在也从单位辞职,两人一起经营网店。开网店虽然看起来自由,但实际上生活已经完全被“绑架”,需要对个人时间做出很大的付出。每天在电脑前处理生意,由于每天和“叮咚”响的提示音打交道,夫妻俩也都患上了业内所称的“叮咚病”。“这种病的症状就是,一听到‘叮咚’响,就不自觉地想往电脑前跑。”刘君笑着说。

而从早上 8 时至晚上 10 时,必须要有至少一个人留在电脑前,也正是因此,两人很少能有机会一起外出活动。

误解“网络富翁”只是传说

“网店”真的是一本万利,空手套白狼式的致富神话吗?作为一个经营近 5 年网店的店主来说,这一切光环只不过是传说,即便有,也只存在于网购的初期。

刘君说,很多人认为开网店并不难,并且很容易挣钱,但这毕竟是少数人,更多的是像他这样的“中小户”,在初期由于从业人员少、竞争压力小,开网店确实很容易赚钱,而现在,难度就非常之大了。

刘君说,他所租的房子又当仓库,一个月的房租加上物业费等一系列是 3000 元,第二大项支出是网店的推广费,当有买家搜索某一项商品时,想要在搜索排名里靠前,每一次点击都需要交一次推广费,额度上不封顶,他对不同的商品设置的最低是 0.2 元,最高是 1 元,自动划账,交的钱越多,排名越靠前,每月的推广费是 2500 元至 3600 元。

然后就是旺铺使用费,开店是免费的,但想“旺铺”拥有更大的权限,类似可以自主设置网店的样式,每月是 1000 元钱。服装的图片空间存储费是每月 50 元,使用网站规范的打印快递单服务每月 30 元。一家实体店,排除像台东这样的旺角地带,一般的店 20 平方米月房租 3000 元,水电税费等 500 元。

刘君说,不算搞促销让利,正常利润为 30%的话,那么一天需要卖出 1000 元货物,才刚刚保本。因此,现在如果要开网店并要经营好,必须初期要有足够的经济实力来保证投入。

(摘自《半岛都市报》)