

6 品牌营销 Brand Marketing

餐企电子营销能走多远

■ 张可丹 宁甜

3月7日起,支付宝在全国开展了“一分钱吃中华名小吃”的活动,用户使用支付宝钱包支付一分钱,就能获得一份招牌小吃,郑州市的“绝味鸭脖”也在参与之列。

从饭店纷纷试水“微营销”,到鸭脖“傍上”支付宝,餐饮商家对电子营销的热衷可见一斑。

电子营销模式下的效果究竟如何?消费者是否买账?

体验:一分钱真能买鸭脖?

“一分钱买鸭脖,太不可思议了吧!”“这到底是真是假的?”不少人都有这样的疑问。

3月8日,也就是“一分钱吃中华名小吃”活动的第二天,记者来到了位于郑州市航海路上的一家绝味鸭脖店。

一分钱如何买到鸭脖?

记者发现,与之前网络上疯传的“用手机下载支付宝钱包后,打开‘当面付’功能,店员即会收取1分钱,并送出一根左右的鸭脖产品”的购买方式并不相同。

店内工作人员告诉记者,并不是一分钱只能购买鸭脖,而是可以购买价值7.19元的绝味的任何产品,如果购买产品的价格超过7.19元,就在总额的基础上减去7.19元。

随后,记者购买了价值7.4元的鸭脖,打开手机支付宝,和工作人员“扫描”之后,记者

的支付宝当即显示消费了7.4元,并非1分钱。

面对记者的疑问,工作人员解释,在此次活动结束后,支付宝才会将7.19元返还到顾客的账户。

现场:未现参与“热潮”

在位于郑州市航海路附近的绝味鸭脖店内,记者看到,写着“吃绝味鸭脖1分钱”字样的大幅海报已经摆放在了店门口。虽然当天是周末,但是记者并没有看到想象中的排队场景,此时的店内并没有顾客购买鸭脖。

店内的服务员告诉记者,活动第一天下午有十几个人前来购买,但是活动第二天整个上午都没有人来购买。

在位于大学路的绝味鸭脖店内,记者看到3名正在购买鸭脖的年轻顾客,却无一使用“手机支付宝”进行支付,仿佛对于店内硕大的“一分钱吃鸭脖”的广告宣传置若罔闻。

为什么不参与这个优惠活动呢?正在购买鸭脖的王先生告诉记者,一看到要扫描二维码就觉得很难烦,还是直接付钱方便。他说自己没有用手机购物的习惯,首先是觉得下载软件很麻烦,另外就是觉得手机支付有风险。

店内负责人周先生告诉记者,现在活动开始已经三天了,通过“支付宝”购买的顾客大约占20%。

调查:商家评价褒贬不一

对于“一分钱买鸭脖”活动,郑州的店家反应如何?是否认同这种新的电子营销模式?在采访中记者发现,对于这个活动商家的评价褒贬不一。

在位于大学路的一家鸭脖店,记者见到了店面负责人周先生,他说,自己非常愿意参加公司此次的活动。“电商销售是未来食品行业发展的新方向,就像刷卡消费一样,一定会慢慢地被大众接受。”

但是,在采访中记者还发现,不少店面并没有参与此次活动。3月9日,在位于桐柏路的一家绝味鸭脖店内,没有海报、没有宣传页,看不到任何与活动有关的东西。

店内负责人告诉记者,从昨天开始,就有顾客来店问这个活动,但是自己并不知情,不知道该怎么办。

问及原因,该负责人告诉记者,他没有接到任何通知,另外他觉得活动本身对自己的意义不大,自己并不热衷手机支付,而且真正喜欢绝味产品的人,也不会在意这几块钱。

探讨:餐饮电子营销蜂拥而至,究竟能走多远?

从“扫一扫”二维码就能获得餐饮商家提供的优惠,再到鸭脖“傍上”支付宝,电子商务平台成了不少餐饮商家的“必争之地”。

但是,餐饮商家的电子营销现状究竟如何?蜂拥而至的餐饮电子营销,究竟能走多远?

在采访中记者了解到,很多餐饮商家通过微信等电子营销手段,搜集顾客资料,增加电子会员,并定期向会员的手机推送优惠和服务信息。

“会员的申请条件较低,因此容易出现会员‘缩水’的现象。”一家饭店的负责人告诉记者,去年开通的微信公众号,现在有两千多名电子会员。但也有不乏顾客关注之后再取消的现象。比如说,有些顾客在推出优惠活动时,申请成为电子会员,享受完折扣之后,便取消对饭店的微信关注。

“有不少饭店还会经常向顾客推送一些服务信息”,该负责人说,这样的情况也往往会令顾客产生反感和抵触心理,从而很难进店再消费,导致会员的流失。

他说,之所以开通微营销,是因为看到很多饭店都在做,自己如果不开通就觉得跟不上潮流,目前只吸引10%左右的顾客群,他认为电子营销不能作为餐饮营销手段的主流。

一名业内人士指出,随着社会的发展,市场竞争也日益激烈,电子营销手段将会是未来的发展趋势,但是千篇一律肯定是行不通的。他建议,餐饮行业的电子营销也必须做到差异化竞争,深化服务内容,做得好了,就是顺应潮流成为赢家,如果做得不好,也很可能被市场淘汰。



建议:抓住消费者心理是关键

无论是绝味鸭脖“联合”支付宝,还是餐饮商家“试水”微营销。业内人士指出,传统营销或电子营销,对于餐饮行业来说,抓住消费者的心理,了解顾客的需求,才是关键所在。

“自从开通微信营销以来,刚开始的增长很快,但是现在是逐渐变慢的趋势。”从事电子商务营销的张先生分析,电子营销的最大优势就是与会员的互动性相对较高,但维护和巩固却需要商家的长久坚持,活跃的会员特权、优惠活动是吸引对价格敏感的消费人群的最好方式,但是一些餐饮商家在后期的会员维护上难以保持热度,从而造成后期会员的流失。

他认为,要想长期保持和发展电子营销这种新模式,餐饮商家要进行不断总结和完善的,抓住顾客心理,明白顾客想要什么。抓住消费者日常消费的心理因素,是餐饮行业制胜的关键。

[紧接 P2]

四川食品药品企业社会责任报告

上下联动协调能力不足,运行不畅,监管不力等方面的问题。除此之外,由于GDP的增长与官员升迁考核密切相关,政策的制定和执行不具有连续性,往往容易导致地方政府因单纯追求短期利益和GDP的增长,而片面维护投资者的利益,最终忽视了对产品质量安全、消费者、环境和员工利益的保护。习近平总书记2013年在湖南考察时强调,要防止一味以生产总值排名论英雄,要注重健康发展。这也为我省食品药品安全生产和监管提了醒。

以往,我省的食品药品安全监管主要是按照点对点的原则,一个监管环节由一个部门负责,突出分段监管的模式。而这种模式常常容易出现监管的重复和盲点。有的地方政府为了当地的短期经济利益,甚至对不法食品药品企业睁一只眼闭一只眼,则更造成了企业社会责任意识的严重缺失。2013年四川省食品药品监督管理局成立以来,从治理层面改变了过去的“九龙治水”的混乱局面,但由于食品药品安全监管涉及的部门多,大部分又单独设立自己的检测机构,造成低水平重复建设,资源共享差,发挥效能不够。与此同时,由于经费有限,必需的高端设备无力投入,现场快速检验能力也不适应实际需要,导致总体检验检测能力不强。此外,各监管部门同时抽检,造成了重复检查,浪费资源,也增加了企业负担。因此,笔者认为应在新成立的省食品药品监督管理局统筹安排下,统一规划、合理配置、资源共享,不断加强检测能力。

三、企业社会责任缺失

企业社会责任理念在中国的推行尚处在初级阶段,据不完全统计,2013年我省有上百家企业发布了社会责任报告,这已是川企在履行社会责任方面取得的巨大进步,但是仍然频发的食品药品安全事件表明我省仍处于食品药品安全事故和质量风险的高发期,仍处于供质量保证与经营成本、公众利益与商业利益之间的矛盾凸显期。从行业的角度来看,一些食品药品企业对社会责任的承担还存在明显的不足,食品药品企业社会责任最核心部分应该是为顾客提供安全的食品药品,为消费者负责是企业责任的底线,也是企业良性健康发展的基石。一个连食品药品安全都保证不了的企业,是一个没有底线、没有未来的企业。

食品药品安全问题频发从企业方面来讲就是社会责任意识不强。主要表现在对企业社会责任的误解、误读和误判。目前,有些食品药品企业对社会责任感不甚了解,社会责任意识淡薄,不清楚如何承担社会责任,还有部分企业对履行社会责任的价值观认识不够,错误地认为履行社会责任可能会造成成本的增加,从而导致利润的损失,降低企业的竞争力,并且相关者的利益有些并没有以法律的形式规定,从而一味从经济利益的角度出发规避企业社会责任的承担。事实上,企业履行社会责任不仅仅能够增加企业的美誉度,顾客的满意度和忠诚度。还有利于树立企业良好的社会形象,提升企业生命力,从而在更大范围内实现赢利。《我国食品药品企业社会责任体系的构建策略研究》企业导报,2011年12期目前,我省大部分食品药品企业普遍存在社会责任体制不够健全,没有将企业社会责任纳入到企业的战略规划,没有设置专门的社会责任管理机构,甚至没有将承担社会责任作为一项工作对待。

应该说,食品药品企业是否履行企业社会责任,关乎广大人民群众的身体和生命安全,关乎经济社会的稳定发展,这是食品药品企业应常抓不懈的工作。

第三节 四川食品药品企业安全生产的对策建议

一、政府责任

(一)推进施行新版管理和认证,推进量化分级管理制度

HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point)是危害分析的临界控制点。HACCP体系是国际上共同认可和接受的食品安全保证体系,主要是对食品中微生物、化学和物理危害进行安全控制。GMP (Good Manufacturing Practice)是指“良好作业规范”,GMP是保证食品药品具有高度安全性的良好生产管理体系。其基本内容是从原料到成品过程中各环节卫生条件和操作规程。此规程在美国、加拿大、英国、新加坡等发达国家是强制性的。2012年1月6日,国家食品药品监督管理局就出台了《关于实施餐饮服务食品安全监督量化分级管理工作的指导意见》,意见中明确指出对《餐饮服务许可证》的餐饮服务单位,包括餐馆、快餐店、小吃店、饮品店、食堂、集体用餐配送单位和中央厨房等,进行餐饮服务食品安全等级评定。

(二)推动食品药品产业集群发展、冷链发展

产业集群发展和冷链发展是现代工业发展的新趋势,一方面通过产业集群,优化产业布局,发挥资源和规模优势,加强我省食品药品企业的竞争力;另一方面,鼓励食品药品企业建立自己的原材料基地和销售终端,形成集上中下游产业于一身的封闭式产业链群,即能有效降低成本又实现从原材料到最终产品全过程的安全。同时,在产业集群中,由于龙头企业、核心企业的辐射和带动作用,必将使中小企业的技术、设备、质量管理水平以及经营理念得到全面快速的提升,从而促进整个行业的良性健康发展,保证了产品的质量安全。

(三)加大食品药品质量安全检测能力建设

在加强食品药品企业社会责任的同时,应该加强政府和新闻舆论对企业履行社会责任的监督,进一步理顺政府相关监管部门的职能和职责,按照责权一致的原则建立食品药品安全监管责任制和责任追究制,促进食品药品企业社会责任的履行;另一方面,要在新闻舆论导向上扩大对食品药品企业履行社会责任的宣传教育,引导社会各界关注食品药品企业履行社会责任情况,大力营造和推进食品药品企业履行社会责任的良好氛围。

(四)加强对食品药品安全的源头控制

政府要全面了解和掌握食品药品安全生生产动态,从源头上建立一个全面有效的食品药品安全监管体系,就必须加强预防措施,将关口前移、重心下移,深入到企业生产的最上游,改变以往的被动管理模式,主动监管,动态监管,强化源头控制,才能从根本上防患于未然。中央农村经济工作会议中指出,要把住生产环境安全关,治地治水,净化农产品产地环境,切断污染物进入农田的链条,对受污染严重的耕地、水等,要划定食用农产品生产禁止区域,进行集中修复、农业、控药、控添加剂,严格管理乱用、滥用农投入品问题。《中央农村工作会议在北京举行 习近平、李克强作重要讲话,http://news.xinhuanet.com/politics/2013-12/24/c_118693228.htm》要从源头上消除可能存在的食品药品安全隐患,把食品药品安全风险控制在最低程度,就必须对原材料实施备案管理,完

善透明化的供应链管理,才能实时掌握食品安全风险动态,及时启动预警机制或采取风险控制措施。

(五)建立和完善食品药品安全风险监测、评估、预警制度

建立和完善覆盖全省各市州、县并逐步延伸到农村地区的食品药品安全监测体系,通过健全横向到边、纵向到底,全面覆盖的监管网络体系,加强安全风险监测数据的收集、报送和分析管理。同时,充实人力物力财力,确保基层有足够力量履行监管职责。建立健全市(州)、县、乡、村各级监管网络,消除执法、监管脱节等现象,积极开展食品药品风险监测课题研究和风险交流活动,彻底做到食品药品安全监测无死角盲区。

同时,加快推进食品药品行政处罚裁量规则和基准的制定工作,积极探索药品安全“黑名单”管理制度,对于因严重违反药品、医疗器械管理法律、法规、规章受到行政处罚的生产经营者及其责任人员实施重点监管。对被列入食品药品安全“黑名单”的企业(单位),将作为重点监管对象,增加监督检查和监督检查频次,实行企业承诺和定期报告制度,随时追踪其整改情况,直至整改达标;对整改不力的,依法予以从重处理;情节严重的依法吊销食品生产许可证;对不具备食品安全生产条件的,依法予以关闭。食品安全“黑名单”将向社会公布,并通报有关部门,合力加大对企业的惩戒力度。

(六)加强对食品药品企业履行社会责任的监督

应该加强政府和新闻舆论对企业履行社会责任的监督,进一步理顺政府相关监管部门的职能和职责,按照责权一致的原则建立食品药品安全监管责任制和责任追究制,促进食品药品企业社会责任的履行;另一方面,要在新闻舆论导向上扩大对食品药品企业履行社会责任的宣传教育,提高新闻媒体社会责任意识,客观、准确地报道食品药品安全问题,及时揭露食品药品安全事件,引导社会关注食品药品企业履行社会责任情况,大力营造和推进食品药品企业履行社会责任的良好氛围。同时,加强对食品药品安全的全社会监督。鼓励社会各方面积极参与对食品药品安全问题的监督,理顺社会监督渠道。保护和实现好群众对于食品药品安全的知情权、参与权、表达权和监督权,为群众监督食品药品安全和举报投诉违法行为提供便利、通畅、有效的渠道。

二、企业责任

如何才能彻底解决食品药品安全问题呢?食品药品企业是食品药品的直接生产者,对食品药品的安全负有直接责任。笔者认为除了政府部门建立健全食品药品安全管理体系,不断完善和补充相关政策法规,监管机构认真履行职责之外,还有很重要的一方面,就是食品药品生产企业要紧紧围绕各利益相关方,把履行社会责任落到实处,牢固树立企业是食品药品安全的第一责任人意识,建立定期向全社会公布食品药品安全信息,只有全社会形成合力,才能彻底解决食品药品企业的安全责任问题。

中华人民共和国公司法第五条规定,公司从事经营活动,必须遵守法律法规,遵守社会公德、商业道德,诚实守信,接受政府和社会公众的监督,承担社会责任。企业在社会中担越来越大的社会责任,说到底是在“小政府大社会”的结果,十八届三中全会明确提出,要处理好政府和市场的关系,使市场在资源配置中起决定性作用。具体到一个食品药品企业完整的社

会责任,包含企业经济责任、法律责任、伦理责任和慈善责任等四方面的责任。[企业社会责任金字塔(Pyramid of Corporate Social Responsibility)由阿奇·卡罗尔1979年提出,他把企业社会责任看作是一个结构成分,关系到企业与社会关系的四个不同层面,即“企业社会包含了在特定期限内,社会对经济组织经济上的、法律上的、伦理上的和慈善上的期望”。经济责任包含了销售收入、净利润等经济指标,这也是企业社会责任最核心、最基础的层面;法律责任就是遵守各种与企业经营密切相关的法律法规,在法律框架下向社会提供安全优质的食品药品;伦理责任包含人本伦理、社会伦理和生态伦理,既食品药品企业在处理这些伦理关系的规范和准则;慈善公益责任是企业自主自愿承担的责任,不具有强制性。食品药品企业履行慈善公益责任,符合社会的倡导与公众的期望。从食品药品安全的角度而言,在讨论食品药品企业的社会责任时,着重讨论的是食品药品企业提供的产品对消费者生命健康和安所负有的不可推卸的责任,因此,食品药品企业对消费者的社会责任的具体内涵为:提供安全和营养的产品、提供正确的产品信息、加强对产品质量的监控和定期检验,确保流入市场的产品是合格的,同时,加强与媒体合作,加强与消费者的沟通,提高人们的生活质量,使产品能够真正的为顾客服务。[周利刚:《论食品安全与企业社会责任》粮食科技与经济,2010年第3期]

食品药品企业履行社会责任,主要体现在几个方面:

(一)安全生产,创造价值,履行经济责任
经济责任包含了销售收入、净利润等经济指标,是企业社会责任最核心、最基础的层面,一个经营不善,没有盈利能力的企业不可能拥有更多的资源来履行其他社会责任。由于食品药品的特殊性,食品药品企业的经济责任还表现为按照责、权、利相结合的原则,层层落实企业安全生产计划,将满足消费者的需求作为自己毫不动摇的价值所在。

(二)遵守国家食品药品安全法规,完善质量管理体系

目前,国家已经出台了《中华人民共和国食品安全法》、《中华人民共和国药品管理法》等食品药品安全法律法规,从法律层面对食品药品企业的生产经营活动做了规范和要求,食品药品企业应当遵照法律、法规和食品安全标准从事生产经营活动。一方面,企业应定期组织员工进行食品药品安全法规的教育和培训,使全体员工熟悉、了解并运用安全法规来指导生产,及时处理食品药品生产和经营中出现的问题;另一方面,企业应不断完善从原材料的采购、加工、包装、运输和流通过程的质量管理制度,严格执行质量管理规范禁止不合格的食品药品出厂销售。同时,由于食品企业行业壁垒低,进入门槛低,往往容易造成市场的恶性竞争,而损害消费者利益。四川省食品中小企业占食品生产者总数的90%以上,产品质量抽查合格率远低于规模以上企业,因此,食品企业应加大研发投入,提高企业的创新能力,不断生产出更加优质安全的食品回馈社会,通过产业提质增效来保障食品安全。

(三)加强食品药品企业伦理责任意识

食品药品生产安全不仅反映了企业的道德水准,关系着企业的长远发展,更关系着广大人民群众的身体和生命安全。因此,必需通过对全体员工人本伦理、社会伦理和生态伦理等深层次人文因素的强化,切实提高企业每个工作人员的安全意识和安全素质,依靠道德伦理的力量使企业社会责任内化为企业自身的一种自律要求。

(四)设立社会责任专门机构,主动接受社会监督

信息不对称,是引发食品药品企业社会公共危机的根本原因。由于食品药品安全问题频频曝光,信息透明化成为公众和各利益相关方的强烈需要,如果企业与社会沟通不畅,容易人为制造和传播谣言,更损害企业自身的公信力。从国际上来看,发达国家的食品药品生产企业普遍设有专门的企业社会责任部门,且企业社会责任部门领导往往由高层担任。从国内来看,越来越多的知名企业逐渐意识到企业社会责任的核心价值。我省的食品药品生产企业也应与时俱进,改变目前企业的组织结构,推动企业进行组织机构创新,在企业组织内部设立专门负责企业社会责任建设与运行的特殊机构,设立社会责任官员、公共特别董事等,从企业发展战略层面,赋予企业社会责任官员负责企业社会责任管理与企业日常经营的整合。[董素,乔宇:《食品企业社会责任缺失原因分析及对策研究》商业经济,2011年第10期]食品药品企业的社会责任管理部的基本职责应包括透明度、社会对话、体系评价、社会责任和可持续发展五个方面,企业社会责任官员应积极推进企业内部社会责任体制的建立、运营和管理;推进企业社会责任活动的组织和联络;负责社会责任体制的评估和相关方协调;负责与外部相关方(政府部门、企业社会责任研究中心、媒体等)的沟通和联系。另一方面,定期发布履行企业社会责任信息,主动接受社会监督,促进企业与各利益相关方的沟通协调,保障信息渠道畅通,为企业提高美誉度,提升品牌价值,赢得消费者、投资者等群体的支持,从而通过企业承担社会责任而获得更大利润和竞争优势。

(五)完善企业内部食品药品召回制度

食品药品召回制度是保障食品安全的最后一道防线,在发生食品药品安全事件时,立即启动企业内部召回制度,不仅是食品药品生产企业自我救赎、勇于承担社会责任所作的最后努力,也是消除社会恐慌情绪,稳定市场经济秩序的必要之举。食品药品企业应根据国家食品药品监督管理局制定的《药品召回管理办法》和国家质检总局制定的《食品召回管理规定》,建立健全召回管理制度,实施召回分级管理。

食品药品企业一旦发现其生产的食品药品存在安全隐患,首先应当立即停止销售该产品,通知产品销售商和各大超市药店,并向食品药品监督管理部门报告。其次,企业内部设立食品药品召回工作组,根据预案,制定召回计划根据专家评估情况确定召回等级,其次是根据确定的召回等级组织实施,规范企业内部每个责任部门各环节中的明确职责,在规定的时间内完成召回工作。第三是建立健全食品药品溯源体系和产品安全档案制度。准确记录从生产到销售的每一个环节,并保存生产中采购、加工、包装、物流、销售等环节信息。[董素,乔宇:《食品企业社会责任缺失原因分析及对策研究》商业经济,2011年第10期]只有这样,才能保证准确判断是哪一个环节出了问题,并最快速的采取相应的补救措施,避免再次发生食品药品安全事故。

三、结语

维护食品药品安全,更需社会合力。食品药品安全还需要政府、企业、社会齐抓共管,形成合力。关键是企业自身应切实履行企业社会责任,完善质量管理体系,严格执行质量管理规范,按照“地方政府负总责,监管部门各负其责,企业是第一责任人”的要求,严格研发、生产、经营等各环节的质量控制,加强上市后产品的风险管控,认真履行产品质量跟踪、不良事件监测和产品的召回等方面的义务。整个行业要加强自律,诚信为本,共同推动行业健康发展,进一步健全食品药品安全责任体系。

(执笔者:何祖伟、平文艺)