

千家门店屡成口号 汉堡王加盟模式在华遭遇“滑铁卢”

日前，汉堡王公布的最新季度财报显示，进入中国十年的汉堡王，获近十年来最好的季度销售增长。但汉堡王在财报中指出，本财季在美国和加拿大的同店销售额增长6.9%，销售增长与汉堡王再次重提“千家店”计划的中国市场并无直接关系。十年期间，汉堡王并未放弃在中国市场的“千家店”目标，但失去先机的汉堡王在中国的拓店屡次碰壁。如今，在市场和竞争对手双重压力下，如果依旧没有一个突破性的举措出现，汉堡王新的“千家店”将继续落空。

十年“千家店”两次泡汤

伴随十年首个季度增长财报公布，入华十年的汉堡王又再次提出了在中国市场拓展1000家门店的计划。记者了解到，“千家店”计划已经是汉堡王在中国发展的十年里第三次被提及，前两次提出此计划后并未顺利实现。公开资料显示，2005年汉堡王首次进入中国市场时，就已提出十年内要开1000家店的消息，经过七年的发展，2012年，汉堡王再次提出要在未来5-7年内在中国开设1000家门店。然而，经过七年的发展，2012年汉堡王在中国仅有67家门店。

第二次提出“千家店”计划之后，经过三年的发展，2015年1月，汉堡王在中国拥有350家左右的门店。按2012-2015年的开店速度计算，汉堡王平均一年新开约96家门店。而要达到3-4年内开出1000家店的目标，汉堡王在未来四年中，需两天开一家新店，每年开出163家门店。

与汉堡王“千家店”计划屡成空形成鲜明对比的是，汉堡王对中国市场一直寄予厚望。在汉堡王的计划中，千家店被认为是汉堡王在中国发展的拐点。汉堡王中国投资公司战略关系发展副总裁李柏青曾对外表示，“汉堡王在中国开出1000家门店，这会是一个重要分水岭，那时候我们才能说在中国初具规模”。李柏青认为，中国的市场这么大，足够让汉堡王继续前行。

策略调整水土不服

据悉，针对中国市场，汉堡王也曾进行过不少战略调整，在中国拓店的速度也确实 在逐渐加快，但十年来，汉堡王在中国的发



展状况并未直接给公司带来更多利润的提升。据汉堡王财报数据显示，中国市场被划分在亚洲太平洋地区内，尽管近些年，汉堡王亚洲太平洋地区整体的销售情况都在增长，但由于中国地区门店数量仅占汉堡王全球门店数量约1/40，因此整体的贡献率并不大。

据了解，2012年，汉堡王只进入了中国沿海为数不多的十几个城市，2013年，汉堡王在中国50个左右的城市拥有门店。“我们不接受去任何城市，目标也很清晰，从最核心的城市逐步下沉，同时增加城市的网店密度。”李柏青表示，2013年汉堡王新开门店100多家，未来汉堡王在中国的拓展速度会越来越快。

同时，汉堡王也开始尝试与饿了么、百度外卖、大众点评等餐饮O2O平台进行合作，欲提升各门店营收以及品牌在中国市场的知名度。汉堡王市场部负责人安金表示，线上外卖是未来的一大趋势，汉堡王能够利用饿了么超过2000万的用户流量和知名度加深消费者的品牌认知，提高线上外卖的销售额。

然而，针对汉堡王在华的一些策略，不少业内人士存在质疑，有业内人士指出，汉堡王在华之所以与其竞争对手肯德基、麦当劳相比望尘莫及，表面上看是由于其进入时间晚，从根本上看则是其领导层对于中国市场的不重视。之所以屡次重提“千家店”计划，很有可能是受到麦当劳、肯德基等同行

的压力所致，其每次重申计划的同时，并未提出有效的执行方法或是相关调整策略。

主打加盟仍难拓店

加盟模式通常被认为是餐饮业加快拓店的重要手段，汉堡王也曾执行“再加盟计划”过程中尝到甜头，但以加盟店为主的汉堡王却在中国遇阻。

2010年，3G资本收购汉堡王，随后3G资本卖掉了汉堡王全球12174家门店中除52家(全部在美国)以外的所有门店。3G资本在全球范围内推出的“再加盟计划”颇有成效，通过该计划，汉堡王重新修改了加盟协议，将所有权和经营权出让给加盟商，同时坐享收益分成。统计数据显示，此举没有让汉堡王落入颓势，反而使它在全美的销量去年上涨了1.6%，超过了同期的麦当劳(下跌1.1%)和Wendy's(下跌0.4%)。

中国食品产业评论员朱丹蓬表示，降低加盟费或许是汉堡王目前加速扩张的一个途径，但即使再低，也需要200万-300万元的资金，“如果加盟费太低也会使投资者对品牌的可靠度产生怀疑”。

肯德基在中国开放加盟实现了店面迅速扩张。2014年，麦当劳进一步放开在中国市场的特许经营，加盟费门槛降至200万元，计划扩大加盟店比重。据悉，汉堡王的加盟方式和金额与肯德基、麦当劳相似。业内人士认为，这又将对汉堡王在中国市场的拓

当建立食品安全追溯体系，保证食品可追溯。

然而，食品安全追溯体系并非一朝一夕就能建立起来的，尽管我国法律明确了食品安全追溯体系建立的主体是食品生产经营者，但在我国社会诚信度还不高的现实环境下，食品生产经营者对此的主动性不够、可信度也还存疑，因而监管的积极介入是必须的。相关职能部门既要监督生产经营者建立食品安全追溯体系，更要通过监督确保追溯体系中信息的准确与完整。

新《食品安全法》同时规定，国家鼓励食品生产经营者采用信息化手段采集、留存生产经营信息，建立食品安全追溯体系。但是从当前的现状来看，不少商家利用二维码等信息技术手段在食品包装上标识食品追溯码，其根本目的并非为了接受监管，而是拿食品追溯码当经营噱头，骗取消费者的信任，严重损害了食品追溯码的公信力，让消费者更加无所适从。

店计划产生不小的压力。“对于投资者来说，同等情况下，投资麦当劳或肯德基似乎更划算，毕竟没有人愿意投资回收期很长、前景看不清楚的一家门店。”

低知名度成最大阻碍

目前，中国的洋快餐市场以肯德基和麦当劳两大巨头为主，两者在中国市场占据绝对市场份额，这让汉堡王双面受阻。朱丹蓬表示，汉堡王要实现此次“千家店”计划并非易事。“目前汉堡王在中国市场的发展并不乐观，其在中国市场的品牌知名度远不如肯德基和麦当劳。”朱丹蓬认为，洋快餐品牌目前在中国市场拼的主要就是品牌知名度以及受众对品牌的认可度，这在很大程度上影响企业的盈利状况。

朱丹蓬认为，目前汉堡王在中国的品牌影响力较小，在一二线城市并没有较大的市场占有率，未来在中国的门店布局主要是在三四线城市，然而由于三四线城市的消费水平和需求相对较低，且生活节奏较慢，对快餐的需求并不大。“中国的地级市约有323个，要达成3-4年开1000家店的目标，平均每个城市至少需要开2家门店，部分小城市的市场容量并不够。”同时，在三四线城市存在不少鱼龙混杂的品牌，这些品牌以较低的价格优势对汉堡王的营收也是一个冲击。

据汉堡王官网显示，目前汉堡王在北上广共有78家门店，其中北京28家，上海35家，广州15家，占汉堡王所有门店20%左右。朱丹蓬明确指出，向三四线城市拓展实现“千家店”计划的行为并不高明。

此外，洋快餐市场整体份额的逐渐缩减也会阻碍汉堡王在中国“千家店”计划的顺利开展。朱丹蓬告诉记者，由于消费观念的逐渐转变，被贴上“油炸”、“不健康”等标签的洋快餐的整体市场份额在缩小，且福喜事件之后，不少人对洋快餐的印象下降，洋快餐目前在中国整体的市场环境并不好。

消费者和零售信息供应商恩帛源信息咨询公布的数据显示，2013年前三季度全国8个主要城市的西式快餐人流量和消费者花费均出现负增长，其中人流量增长率为-12%，消费者的花费增长率为-11%；就快餐连锁市场渗透率而言，中式快餐由19%升至22%；西式快餐由20%降为18%。

(贺陈慧 程诚/文 张笑嫣/摄)

要防止食品追溯码变“愚人码”，不至于“生而无信”，一方面，应当对那些利用食品追溯码鱼目混珠、张冠李戴欺骗消费者的行为，依法予以严惩，该罚款的坚决罚款，该吊销生产经营执照的坚决吊销，该判刑的坚决判刑，决不能姑息，对那些从事追溯码“私人定制”业务的，应当以共同违法论处；另一方面，应当从国家层面制定食品追溯码的管理办法，明确追溯码管理者的责任，建立追溯码报备制度，规定追溯码失真的法律责任。

目前，我国食品追溯码存量并不大，暴露的问题却不小，表明监管还处于真空状态，这种现状必须抓紧扭转，防止食品安全领域“失信”的病毒向新生的食品追溯码入侵、渗透，呵护其健康发展，让作为食品安全追溯体系重要的外在表现形式——食品追溯码，能够被信任。这应该成为新形势下食品安全监管的一个重要领域，趁早规范好。

(许辉)

南方茶称霸青岛茶叶市场 品牌众多优劣难辨

茶为国饮，饮茶是相当一部分消费者每日不可或缺的习惯。然而日前，中消协联合北京消费者协会对市场销量较大的花茶、普洱茶、乌龙茶、红茶开展了商品比较试验。结果显示，10个样品测出5种以上农药残留，9个样品稀土含量超标，部分茶叶存在虚标产品等级，以次充好的情况。

10个样品测出多种农残

记者获悉，本次比较试验的样品是由消协工作人员以普通消费者的身份，从北京市的商场、超市、茶庄和茶叶专卖店购买。共涉及59个茶叶样品，其中，乌龙茶24个、茉莉花茶15个、红茶10个、普洱茶10个，所有样品均为预包装产品。

据了解，茶叶中农药残留的指标是反映茶叶安全性能的重要指标，是国家食品安全强制标准的规定。本次比较试验共测试了25种农药残留指标，所有样品农残指标均符合国家标准要求，但有10个样品测出含有5个以上种类的农药残留。比较试验结果表明，部分茶叶种植的农户会变换使用农药类型，且茶叶配置农药时往往浓度会比说明书明示的计量要大，为了保证农药残留的检测时不超标，就会同时使用多种农药，既可

以达到灭虫害的效果，也可以规避农残超标的问题。

据了解，茶叶中污染物含量是反映其安全性的重要指标，是国家食品安全强制标准的规定，对考核茶叶生长环境是否受到污染，污染程度是否会对人体造成危害等方面有重要意义。本次比较试验对样品的铅含量、稀土含量进行了测试，经测试，所有样品铅含量均小于国家标准规定值；有8个乌龙茶样品、1个茉莉花茶样品，共9个样品稀土含量远远超过国家标准要求，其中有4个样品超标两倍，稀土含量最高的样品实测为7.6mg/kg（国家标准规定稀土含量不大于2mg/kg）。

部分茶叶虚标等级漫天要价

产品等级是消费者在选购包装茶叶时重要的依据，简单来讲，茶叶等级越高，价格越贵，一些名优品种的茶叶相邻等级间差价甚至能达到每斤几千元，本次比较试验中有将近总量的四分之一的茶叶样品虚标等级，以次充好，尤其是乌龙茶虚标质量等级的情况比较多，往往每斤几十块钱的茶叶也会标称特级或一级，本次比较试验中乌龙茶以大红袍和铁观音为主，以超市为例，乌龙茶的

价格从每斤80元至1600元都有销售，但其等级却大部分标注的是特级或一级，因此消费者根本无法从标签上分辨茶叶的品质优劣。

市场品牌众多优劣难辨

记者日前探访了岛城多家商超和茶叶市场发现，面对品种繁多的茶叶，消费者很容易陷入选困难的困境。在李沅一家茶叶市场，记者看到茶叶的品牌很多，价格也相差巨大，从几十元一斤到几千元一斤的都有。但是，记者发现，很多几十元一斤的茶叶和几千元一斤的一样，也标着特级或一级，让人难以分辨质量优劣。“咱也不是专门研究茶叶的，不知道怎么分辨，只能根据价格来，感觉价格高的就是好茶叶，价格低的就是不好的茶叶。”正在选购茶叶的杜先生说，由于经常有外地客户和老家亲戚来青岛，他经常到市场上采购茶叶作为礼品，但并不知道该如何选购茶叶。正因如此，茶叶市场存在以次充好的情况。

以崂山茶为例，每年茶叶的产量在1200吨左右，市场每年消耗量则在5000吨左右。“正因为供不应求，一些外地茶

叶就冒充崂山茶销售，这对崂山茶本身也是个伤害。崂山茶本地市场都满足不了，更别说抢占外地市场了，这也是南方茶占据岛城市场垄断地位的主要原因。”崂山茶协会相关负责人表示。

南方茶称霸岛城茶叶市场

很多市民对崂山茶有深厚的感情，认为本地产的崂山茶应该在岛城占据主流，但实际上，由于崂山茶产量有限，南方茶系在青岛仍然牢牢占据霸主地位。记者探访岛城多个茶叶市场发现，以西湖龙井、云南普洱、福建铁观音、武夷山红茶为代表的南方茶系占据了各大茶叶市场八成以上的店面。长青茶庄总经理徐长霞告诉记者，相比青岛地区，南方茶叶种植历史更为悠久，种植面积也远超北方，从全国市场来看，南方茶都占据着绝对优势地位。

据了解，青岛南方茶也在经历着激烈的市场竞争，南方茶经历了以铁观音为代表的乌龙茶热、以普洱茶为代表的普洱热，如今正在进入“百茶争鸣”的时代，龙井、普洱、铁观音、红茶等，都有一批忠实的顾客。

(李德银)

新闻集装箱

●据印度媒体报道，截至22日，孟买饮用私酒致集体中毒事件死亡人数已升至102人。印度报业托拉斯22日晚报道，当天又有5名受害者死亡，至此这起严重的私酒致死事件死亡人数上升至102人。此外，仍有46人在医院接受治疗，其中8人病情危重。6月17日晚，当地一些居民在孟买北部一家酒吧饮酒后感到不适，后被陆续送医，经诊断为甲醇中毒。目前已有7人因销售自酿私酒而遭当局逮捕。警方缴获超过1000升私酒。另外，8名警察和4名税务部门官员遭到停职处分。印对酒实行专卖，售价较高。自酿私酒由于价格低廉受到底层民众青睐，屡禁不绝。2011年，印度西孟邦168名村民在一起饮用私酒集体中毒事件中死亡。在孟买所处的马哈拉施特拉邦，2004年发生的一起类似事件中也有87人死亡。

●据新华社电尼泊尔地方政府官员22日说，尼方正在调查由世界粮食计划署提供的援助食品，因为有地震灾民反映，由这一组织提供的大米和豆类食品“不合标准”。德新社报道，尼泊尔议会监察委员会成员已经抵达尼泊尔根杰地区，以视察当地5个世界粮食计划署食品存储地点并给那里的食品取样。地方官拜德·普拉卡什·勒克哈克说：“上周，有廓尔喀震区居民反映，分发给他们的大米不能吃。”另据当地媒体报道，储存在尼泊尔根杰地区的542吨豆类食品质量不合格。但世界粮食计划署称，这批豆类根本就不会被发放给灾民，因为它们早已被列为劣质。这一联合国机构今年5月因分发给尼泊尔另一震区的大米发霉、致儿童腹泻而遭批。事件发生后，联合国驻尼泊尔人道主义事务协调员杰米·麦文德里克告诉媒体记者，他们已经收回劣质援助食品予以换新，“我认为这件事已经得到解决”。

●近日，乐视手机完成首轮4.5亿美元融资，消息称投资方包括亦庄国际投资、海底捞和海通证券。日前，海底捞相关负责人向记者证实，确实参与了此次投资。但其表示，由于相关工作处于初期阶段，具体细节不便对外透露。有业内人士表示，和第一次不同，本次海底捞投资乐视，很有可能关联海底捞未来的O2O战略。公开资料显示，2014年，海底捞重金投入O2O，构建了相对庞杂的线上布局。海底捞有自己的PC端惟一网站、移动App，也分别和BAT通过百度直达号、支付宝钱包、微信公共账号等展开了O2O相关尝试。目前，海底捞的微信支付已经占整体销售额的17%。

●北京市食品药品监督管理局（以下简称“食药监局”）发布端午节期间对北京市生产销售的粽子等节日食品的抽检结果，其中粽子抽检结果合格率为98.04%。食药监局通过查包装、查渠道、查质量等方式，对我市生产销售的粽子等节日食品进行专项检查。抽检结果为，市产粽子样本检验全部合格，流通环节2件样本菌落总数超标。目前已责令不合格粽子经营者停止经营。据悉，本次食药监局共抽检粽子产品102批次，其中，生产环节抽取8家市产粽子42批次，流通环节抽取北京、河南、山东、浙江等省市14个厂家生产粽子60批次，对铅、甜味剂、防腐剂、着色剂等指标进行检验。

●近日，烟台出入境检验检疫局通过检测发现一批原产荷兰的进口天然矿泉水不合格，目前已实施退运处理。该批矿泉水共960纸箱，9072升，货值4159美元，标注总含量达到国家标准要求，但实际检测只有0.11mg/L。实际检测数值远低于国家标准不低于0.2mg/L的有关要求，其他界限指标也均未达到国家标准要求。经判定，该批“天然矿泉水”为不合格产品。

●2015中国·哈尔滨国际啤酒节将于6月25日晚开幕，从6月24日起，游客可以通过网络购票并享受9折的优惠。据介绍，为方便游客网上购买门票，今年哈尔滨国际啤酒节官方指定网络售票渠道—哈尔滨冰雪大世界天猫旗舰店已正式开通，游客登陆淘宝网首页然后搜索店铺名称，就可以抢购到9折的哈尔滨国际啤酒节门票，网购开幕式门票的价格是28元，平日价格为18元。啤酒节期间，现场售票时间为每天上午11时开始，21时30分停止售票。园区内22时30分停止售酒，23时闭园。特别需要注意的是，本届啤酒节实行“机场级”安检标准，一切液体(包括饮料、水等)、打火机、管制刀具等都不允许带进哈尔滨国际啤酒节园区内，游客在进入园区前，需要把自己随身携带的液体妥善保存好。

●日前，记者从包头市食药工商局获悉，为切实加强全市餐饮服务单位食用油质量安全监管，严防不合格食用油流入餐桌事件发生，目前，包头市食药工商局在全市范围内组织开展了餐饮食用油专项整治行动，以严厉惩处非法使用劣质食用油违法行为，确保全市餐饮食品安全。据了解，此次专项整治的重点是餐饮服务企业采购和使用食用油情况，严查进货查验记录及索证索票制度落实情况，严厉打击餐饮服务单位购买、使用非正规来源食用油烹任食物的违法行为。整治期间，包头市食药工商部门首先重点加大了对小餐馆、火锅店、工地食堂、农家乐、夜宵店及以供应油炸食品为主的西式餐厅和点心店等餐饮服务单位食用油安全的监督管理力度，确保学校、幼儿园和企业事业单位食堂、集体用餐配送单位及大中型餐饮单位的餐饮用油安全。同时，还将加大监督抽检频次，对来源不明、无标签标识、进货价格明显低于正常市场同类产品价格的食用油加大监督抽检力度，进行重点调查。广大市民可拨打电话12331举报。

(编者整理)