

企事录

小肥羊试水年轻化扩张



东方IC 供图

事件:2019年伊始,小肥羊在北京连开两家直营店。与此前传统中餐装修风格不同,这两家直营店的空间布局加入了开放式的橱窗设计,在品牌LOGO上也做了简化处理。据相关负责人透露,目前小肥羊重新定位了消费群体,集中在年轻人,因此改变了门店装修风格和LOGO。选址方面,未来小肥羊将以商场门店为主。在产品方面,小肥羊还推出了一些果味茶饮,试行“火锅+茶饮”模式。

点评:公开数据显示,2018年国内火锅消费占据餐饮消费金额的三分之一,20~40岁之间的消费者则是火锅的消费主力。自2012年被收购后,小肥羊一直没有太多市场动作,此次低调开设直营店,显然不愿意错过市场上的火锅热。

火锅搭配新式茶饮不是小肥羊首创。此前海底捞、呷哺呷哺以及小龙坎等火锅品牌,都推出了各自的茶饮产品。小肥羊要想“拴住”年轻消费者,显然仅仅依靠茶饮和新的门店装修还不够。

如何避免连锁品牌流水线太长、机制不灵活的弊端,也是小肥羊要面临的挑战。不过,目前国内火锅市场的标杆品牌并不多,作为曾经红极一时的品牌,小肥羊仍有很多机会赢得市场的青睐。

摩拜单车将更名为美团单车

事件:1月23日,美团联合创始人、高级副总裁王慧文发布内部信,宣布摩拜已全面接入美团APP,摩拜单车将成为美团LBS(基于位置服务)平台单车事业部,由他本人兼任事业部总经理。此外,目前美团APP和摩拜APP均支持扫码骑车,未来摩拜单车品牌将更名为美团单车,美团APP将成为其国内唯一入口。

2018年4月,美团以35%美团股权、65%的现金收购摩拜单车,其中3.2亿美元作为未来流动性补充,A、B轮投资人及创始团队以7.5亿美元现金出局。

点评:在ofo深陷押金难题退局后,摩拜则完成了“美团化”,一年前如火如荼的共享单车“红黄大战”落下帷幕。

被美团收购后,摩拜停止了扩张战略。以杭州为例,在过去半年里,摩拜在杭州下城区的车辆饱和的情况下下降了55%,人力、物力、运力也得到了更好的调度。整个杭州市的共享单车总数也由2018年初的88.27万辆,变为四季度的39万辆。

另一方面,对一直有“超级平台”追求的美团来说,将摩拜纳入其中或许看中的是单车出行这一高频“入口”,进一步实现流量与用户体系的打通,提升用户体验,推动公司内部业务融合与互通。

步步高收购家润多

事件:1月27日,步步高集团发布消息,与湖南家润多超市有限公司达成合作协议,收购家润多22家经营权及门店资产。这些门店主要分布在长沙、益阳、常德等地,重新开业后将变成步步高门店。

据了解,家润多超市成立于2000年,2017年度主营业务收入19.2亿元。家润多旗下22家门店,其中长沙15家,常德2家,益阳2家,郴州2家,衡阳1家,门店总面积18.71万平方米。

点评:收购已经经营十多年并且培育大量成熟消费者的家润多,步步高此番受到外界的诸多关注。比较步步高与家润多,双方在门店上具有互补性,合作将大幅减少步步高门店拓展的时间成本与资源投入,进一步扩大步步高的规模优势、品牌优势,提升持续盈利能力及综合竞争力。

一直以来,步步高都偏向以收购的方式来扩张区域市场版图。自2014年以来,其先后收购了广西南城百货、湖南心连心超市门店、四川梅西百货,并且与京东和腾讯均有合作。在传统百货业态不景气的环境下,步步高接下来能否成为国内百货标杆品牌,这值得期待。

(本报记者 方大丰)

天津开发区去年新增内外资企业5260家

本报讯(记者张奎)记者日前从天津经济技术开发区管委会获悉,随着营商环境的持续优化,天津开发区2018年全年新增内外资企业5260家,认缴注册资本金约1400亿元,市场主体总量近6万家。

天津开发区管委会有关负责人介绍,2018年开发区新增规模过亿元的科技型企业45家,累计达到593家,增量及总量均位居天津市第一。三峡海上风电、诺和诺德新生产线等60个重点项目开工建设。一汽大众基地、一汽丰田一线等80个项目竣工投用。目前重点在谈项目达到690个,协议投资额超过4000亿元。

2018年,该开发区不断强化经济职能,剥离社会职能,并围绕主责主业,将机构和人员向招商引资和企业服务大幅倾斜,三分之一的部门直接负责招商引资,70%以上的人员都参与到招商引资和企业服务工作中。开发区还进行激励重塑,推动工资体系的结构性改革,形成“基本工资+绩效工资”的模式,由“铁饭碗”变成“活薪酬”,真正体现出干好干坏不一样。

此外,天津开发区还研究制定《开发区营商环境十条》等23项政策文件,举办80多场政策沟通、银企对接、产需合作、人才服务主题活动,受惠企业达2248家,企业新设立时限压缩至1.5天,企业办事平均网办率、平均一次办结率均超70%。

(本报记者 张奎)

(