

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,此次高调开设直营店,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品牌。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深陷押金难退局面后,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(记者张玺)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、一汽丰田新一线等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%。

人工、配送成本飙升,利润越来越薄;年夜饭半成品、私厨上门等服务抢食“蛋糕”

掘金难,部分餐馆退出年夜饭市场

本报记者 刘 旭

“不好意思,我们今年不做年夜饭了,你去其他餐馆问问吧。”位于辽宁沈阳市沈河区的陈记中餐馆负责人陈诚表示,距离除夕夜越来越近,年夜饭预订也早已开始,现在餐馆每天回绝的顾客不下50位。

每逢年关,餐饮企业都会“集中火力”抢夺年夜饭这块“肥肉”。可今年,记者调查发现,这一情况却有所改变。一方面,一些大型餐饮品牌的年夜饭预订依然火爆,另一方面,一些中小餐馆纷纷退出。与此同时,年夜饭半成品、生鲜配送、私厨上门也纷纷进入年夜饭市场抢食“蛋糕”。

年夜饭半成品、私厨上门受欢迎

记者近日走访沈阳多家餐馆发现,多家餐馆门前显示屏都打出了“年夜饭火热预订中”的广告。一家大型连锁酒店餐饮部经理许智宏告诉记者,今年,酒店会上调10%的服务费,年夜饭的人均消费能从去年的200元涨至300元,但预订依然火爆,上个月已订出120桌。

与其相隔一条街的一家中小型餐馆的负责人方启明则表示,受年夜饭半成品、生鲜配送、厨师上门等服务的冲击,去年的年夜饭订座并未订满,今年才决定不再提供年夜饭,给员工放假。

今年,52岁的曹代杰早就购买了年夜饭半成品礼盒。从去年开始,他开始尝试购买“半成品”礼盒在家过年,只需按照说明加工即可上桌,以往要花

3个小时制作的菜肴,现在1个小时就能完成,节省了大量时间。

记者在多家网购平台搜索年夜饭半成品,发现有2000余种相关商品,价格从200元到1000元不等,一般包括凉菜、热菜、点心和汤,比如,一款注明8~9人食用的769元礼盒就包括清蒸鸡汤、波士顿龙虾、新西兰烤牛排、清蒸海鲈鱼等10道菜。

许多生鲜配送企业也推出了年夜饭送上桌服务。“500份399元净菜礼盒卡现已售完,食材都是配好的,调料也是按比例装好,直接送到家门口。”沈阳鑫源生鲜配送有限公司大东区门店负责人邹清远表示,今年公司首次进入年夜饭市场,利润达到13%,明年扩大规模后有望营收更多。

今年,请厨师上门也成为不少消费者的新选择。“在餐馆吃年夜饭,虽然菜品丰富,但感觉不如在家有年味。”家住沈阳市铁西区的赵春华告诉记者,今年他特意预约了厨师上门服务。记者了解到,不少私厨网络平台1个月前就推出了预订业务,价格从888元到1999元不等,价格与酒店持平,并且菜品可随时更改。

利润薄成本高

今年春节,由于人工、配送等各项成本的不断飙升,许多在年夜饭市场摸爬滚打多时的中小型餐馆最终败北。陈诚告诉记者,年夜饭对很多人来说是一年最重要的晚餐,许多选择在外吃年夜饭的顾客往往不太顾及消费额度,因此更青睐餐饮大品牌。

从“年味地图”大数据看春节“吃”点啥

春节将至,“吃”成为各地人们过年的重头戏之一。随着消费需求更加多元化和品质化,人们青睐的美食呈现新热点和新变化。

根据美团点评最新上线的“年味地图”大数据显示,代表家乡味道的传统年菜依然是人们餐桌上的首选。同时有一些美食正在突破地域边界,在不同城市的餐桌上流动。

过年就要吃那一家口家味,乡土的味道是头脑里割舍不掉的乡情和记忆。随着春节临近,人们对食物的偏好凸显了地域特色,传统菜肴回归成为春节期间餐饮的典型特征。

大数据显示,华北地区最受欢迎的年菜是饺子;拥有百年历史的盆菜在华南地区年菜榜里稳居首位;到了华东地区,大家的最爱美食变成了甜滋

滋的八宝饭;鱼糕和腊肉则分别是华中和西部地区的最爱。此外,上海的四喜烤麸、北京的芥末墩、天津的素饺子、广州的白切鸡也位居地方过年特色菜肴榜单前列。肉,成为北方年桌上当之无愧的主题。北方人吃菜讲究一个“硬”字,过年了,更要用各色肉食来与外面肃杀的北风唠唠开年的嗑,化身为肘子、丸子,或者是和酸菜共处一场地煮之约。在过年特色菜肴排行榜中,北方年菜TOP5分别为饺子、四喜丸子、腊牛肉、带把肘子、酸菜汆白肉。

南方人的年没有那么多凛冽,来去之间更多了一些从容,因此在巧舌上便更多花了些心思,烤麸、八宝饭、年糕,摆上年桌,呈现的是一副小家碧玉的模样,为南方的年做了婉约的注脚。南方年菜TOP5则依次是四喜烤麸、八宝饭、腊肉、白切鸡、年糕。(新华社电)

寒冷的冬季,休闲度假的温泉旅游需求不断升温

贵州推动“温泉+”多产业融合发展

本报记者 李 丰

寒冷的冬季,温泉旅游已经成为时下最热门的旅游活动之一。一组数据显示,全球温泉疗养行业收入已超600亿美元,我国温泉旅游消费人数每年增长超过20%。

凭借低碳环保、疗养保健、适宜多次消费等特点,温泉被世界各国公认为“朝阳产业”和“绿色产业”。近年来,贵州大力推动“温泉+”多产业融合发展,加强温泉与旅游、康养、民族医药等行业的深度融合,不断丰富山地旅游业态,加大中高端旅

游产品有效供给,奋力打造“中国温泉省”。

“息烽温泉果然名不虚传。”近日,成都游客张先生一家专门选择在周末乘坐高铁来到贵阳体验息烽温泉,临走前他对这里的环景和服务赞不绝口。

如今,休闲度假的温泉旅游需求不断升温,很多都市白领会选择在周末前往周边享受一次短暂的温泉游,“泡温泉”成为人们休闲度假的重要选择。马蜂窝大数据显示,国内温泉旅游的出行方式以1~2日的短途游为主,占比超过70%。

贵州温泉资源丰富,2017年全省旅游资源大普查共登记温泉(地热)资源单体264处,分布于72个县(区),其中优良级资源达77处,富含多种人体

各地“中华老字号”走进故宫喜迎春节

据新华社电(记者余俊杰)阿胶、老酒、绸缎、名茶、漆器、珐琅、徽笔、歙砚……28日,来自全国10个省份的150家中华老字号企业携其匠心产品和独特技艺来到故宫博物院,让参观者们了解历史底蕴相通的民间老字号与宫廷文化的悠久渊源,全方位体会浓浓的过年气氛。

故宫博物院院长单霁翔介绍,故宫博物院此次联合商务部、文化和旅游部、山东省政府,举办“中华老字号故宫过大年展”,地点位于慈宁宫花园、慈宁门外广场以及隆宗门外广场。来自山东、北京、天津、山西、吉林、上海、江苏、浙江、安徽、河南10个省份的老字号企业,以及5家非物质文化遗产传承人,



小家庭聚餐

偏好特色餐厅



春节将至,各大餐饮企业纷纷加入春节市场争夺战。眼下,年夜饭餐位预订基本告罄,许多消费者“转战”除夕中午吃“年中饭”,许多餐厅都推出了打折、满减、送菜品等优惠套餐。

东方IC 供图

记者调查发现,在其采访的50家餐馆中,有13家大型或连锁餐馆(经营场所使用面积在500平方米以上或座位数250人以上)今年无一例外地保留了年夜饭项目,而37家中小型餐馆(经营场所使用面积在500平方米以下或座位数250人以下)中,有21家表示今年退出年夜饭市场。

让中小餐馆更为苦恼的是食材成本的上涨。方启明的餐馆主做海鲜,他测算发现,每年春节期间,海鲜的进价成本上涨20%~50%,蔬菜上涨30%~40%。整体算下来,至少食材成本要上涨30%。“一餐年夜饭给餐馆带来的净利润也就10%左右,这两年成本逐年上涨,不划算的买卖便不做了。”

在餐厅翻台率有限的情况下,餐厅也想通过外卖平台增加销量,但却被屡屡上涨的配送费打消了念头。陈诚也想过对策,虽然自己餐厅的规模偏小,能容纳的人数有限,希望通过外卖平台出售特价菜品增加收益,但春节期间各大外卖平台最高配送费翻了一倍,这让本来不多的订单又变少了。

肥肉仍肥,想吃还应努力

虽然部分商家纷纷退出年夜饭市场,但许智宏认为,年夜饭市场的潜力仍在,尤其是随着越来越多的

80后、90后成为家庭饮食的决策者,会有更多人选择外出吃年夜饭,市场也会越来越红火。因此,餐馆应在多元化服务、差异化营销、年味体验活动上下功夫。

“吃年夜饭不仅仅是吃饭,除了菜品品质外,还应在服务、氛围、内容上下足功夫。”许智宏说,今年自己所在酒店推出了1899元和2399元两款年夜饭套餐,每种套餐含6款冷菜、9款热菜、2份主食、1个水果拼盘,还有沙琪玛、绿豆饼等传统糕点及各式干果。此外,酒店还采购了福字、彩灯等新年挂饰,服务员也将换上红色旗袍,提供一对一的服务。

回归到餐饮服务的本源,菜品差异化营销仍是吸引食客的主要因素。“中国人吃年夜饭讲究讨个好彩头,我们为此推出了福气满满年夜饭,除了传统的‘意头菜’,如富贵吉祥(翡翠凤眼虾)、发财好市(发菜蚝豉煲)、年年高(青蟹炒年糕)、蒸蒸日上(蒜蓉粉丝蒸丝瓜)等,还同时赠送特制的碗筷和‘利是封’,长辈们可以当场送红包。”沈阳奉天锦鲤餐馆厨师长赵阳说。

位于沈阳市沈河区的一家酒店则打出年味体验活动广告。“一家人来店里卜运势、写春联,带着孩子扎风车、捏面人、剪窗花,年夜饭可以边吃边玩。”这家酒店还准备利用大堂空地设立年味体验区,也为酒店的客房吸引住客。

泉旅游产业发展的意见》,着力将贵州打造成为国内一流、国际知名的“中国温泉省”,并提出到2020年“中国温泉省”品牌建设初见成效的目标。为此,贵州将“大数据”“大健康”“大扶贫”和温泉结合在一起。

具体来看,为进一步释放温泉产业效益,打造知名温泉品牌,提出通过发展“温泉+大数据”,支持温泉旅游开发企业利用云计算、物联网等技术,打造温泉旅游产业数字服务平台和温泉智慧旅游服务平台。

同时,立足于“温泉+大健康”,贵州还将依托温泉产品,开发医疗服务、休闲养生、生态养老、森林康养、健康用品、功能食品等医疗康养产品,广泛吸收借鉴世界各地成功经验。

贵州省明确,推动“温泉+大扶贫”,优先支持具有温泉资源的贫困县,尤其是深度贫困地区发展温泉旅游产业,建立健全精准扶贫利益联结机制,带动贫困村和农村建档立卡贫困户增收脱贫。

如今,在系统分类、科学利用的基础上,贵州多地正利用丰富的地热温泉资源,大力发展“温泉经济”。根据相关计划,到2020年,贵州实现“中国温泉省”品牌建设初见成效;到2025年,力争温泉旅游总收入占全省旅游总收入的20%。

新疆28条措施促进民营经济发展

本报讯(记者吴锋忠)日前,新疆印发《关于大力促进民营经济健康发展的若干意见》,提出28条具体措施,着力破解制约民营经济发展的突出困难和问题,构建亲清新型政商关系,大力鼓励、引导、支持和帮扶民营企业发展,不断优化民营经济发展环境。

《意见》从强化政务服务、营造良好发展环境;拓宽发展空间,进一步激发民间投资活力;坚持多措并举,着力缓解民营企业融资难融资贵等方面,细化了28条针对性强、含金量高的具体措施。其中,在落实民营企业市场平等准入政策方面,按照“非禁即入、公平待遇”的原则,支持和鼓励民间资本进入更广领域。

海南利用债券融资破解企业融资难

本报讯(记者吴雪雷)记者日前从海南省地方金融监管局获悉,截至2018年末,海南全省金融机构外存款余额8820亿元,比年初增加362亿元,其中民营企业贷款余额2648亿元,比年初增加277亿元,小微企业贷款余额1045亿元,比去年同期增加3.17亿元,民营企业和小微企业融资难的问题得到一定程度的缓解和改善。

相关数据显示,截至2018年末,海南全省银行业金融机构在结算财务顾问贷款及其他方面累计为客户减费让利5.03亿元。此外,2018年海南资本市场累计融资192.56亿元,增加45.39亿元。

据了解,海南省地方金融监管局积极拓展直接融资渠道,发挥债券市场的引领作用,积极推动省内民营企业,利用债券的融资支持工具,通过市场化的方式做好信用征信的服务,促进民营企业债券融资。

商场里的“迷你演唱会”

1月24日,在北京西直门附件的一家购物商场内,“迷你秀”舞台上,一名女孩的演唱吸引了不少人驻足围观。

据悉,这是此前电话亭式移动迷你KTV的升级版,在这个开放式迷你KTV场景里,用户扫码即可在曲库里点唱,舞台灯光会配合歌曲的旋律闪烁变化,呈现出声光电一体化的效果,如同一场小型的演唱会,这吸引了音乐爱好者站上舞台,体验“我是歌手”的高光时刻。

本报记者 王维现 摄