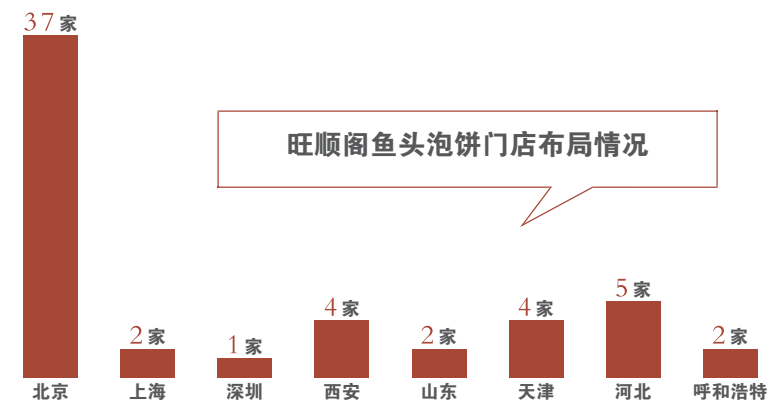


# 旺顺阁试水快餐门槛在哪

以鱼头泡饼为招牌菜品的旺顺阁鱼头泡饼(以下简称“旺顺阁”)开始做起了快餐生意。旺顺阁不是孤例,近期不少传统正餐品牌开始探索更多场景和功能,除了借此获取新流量红利之外,消费转型中正餐快餐化、外卖占比比较高的因素也不可忽视。不过,品牌复合化过程中常伴有流量、资金、管理等痛点,这对于时间、人员、出品等管理方面都提出了更高的要求。



## 推出快餐品牌

北京商报记者近日走访发现,旺顺阁开了一家名为“旺旺小厨”的门店。该门店位于旺顺阁大望路店旁,两店之间互通,主要经营早餐和一些快餐产品。

区别于旺顺阁普通门店,旺旺小厨在产品品类、门店体量、场景设计上都大有不同。从菜品、价位以及空间设计上来看,该店的定位应该为小吃快餐类门店,3-6元价位不等。在菜品方面包含腊味饭、米线、肉夹馍、老北京糖油饼等20余种菜品。店内空间设计并不像旺顺阁的大店模式,更多的区域是堂食吧台座椅,门店内使用扫码点餐,服务人员仅有2-3名。

随后,北京商报记者走访其他旺顺阁门店了解到,目前早餐业务并不是所有旺顺阁门店都会提供,而是根据门店位置和周围需求来具体设定,多数早餐服务目前都在旺顺阁门店内提供,对后期旺旺小厨是否会大量铺设并不知情。

北京商报记者针对旺旺小厨未来的规划发展联系到旺顺阁,截至发稿并未收到任何回复。公开资料显示,旺顺阁创立于1999年,鱼头泡饼一直是其招牌菜品。记者从官方微信公众号获悉,目前旺顺阁鱼头泡饼门店涉及北京、上海、深圳等多个城市,其中北京地区门店最多,为37家。

## 正餐快餐化

实际上,旺顺阁一直有意孵化子品牌尝试寻求新突破。北京商报记者从旺顺阁官方

微信上了解到,目前旺顺阁除旺顺阁鱼头泡饼外,还有提督·TIDU、旺顺阁经典和牛火锅等品牌,涉及烤鸭、火锅等品类。

在此前,旺顺阁还推出过子品牌椒澜,以湘菜为主,装修风格时尚简约,并且依旧是大店模式。但此前北京商报曾报道称,在2016年,经营不到两年时间的椒澜北京两家门店全部关停。

旺顺阁也尝试过优化外卖业务。北京商报记者注意到,旺顺阁在外卖平台上,除保留主营的鱼头泡饼产品外,针对外卖场景对其他菜品做了改良,如单人或者双人套餐搭配。

此次旺顺阁的快餐尝试,与之前经营模式相比模式相对较轻,这在传统正餐品牌中实际上并非先例。例如,大董推出小大董,小南国推出小小南国等。不少品牌尝试做集中产品、门店面积减小、厨师要求减少、相对产品更加标准化、客单价降低等,以多时段、多场景的方式满足多元化消费需求,获取新流量红利。

另外,根据客如云数据研究中心发布的《2019餐饮市场营业数据报告》显示,如今快餐领域2019年在各大业态同店营业额大范围下降的趋势下,小吃快餐店因为客单价较低,即使整体订单价格有一定涨幅,仍为消费者的重要选择。在2019年,虽然小吃快餐店的同店营业额下降2.48%,但是属于下降最少的业态。

北商研究院特约专家、北京商业经济学会常务副会长赖阳在接受北京商报记者采访时表示,如今市场竞争不断升级,一线城市消费转型主要体现在正餐快餐化、外卖占比比较高,这也是旺顺阁发力非主营业务的原因之一。同时,正餐快餐化趋势将是未来的趋势所在,这对于传统正餐门店的冲击非常显著。随着消费升级,传统的大规模正餐市场比重在

下降,不少餐饮品牌包括小南国、大董也在尝试品牌创新、发力多业态,这也符合市场发展趋势。

## 标准化门槛

值得注意的是,快餐的经营模式相对于传统大店来说的确成本低、模式轻,低客单价、多品类、速度快的特点能够多时段捆绑消费者。但是,这也对标准化管理、人员调度等方面提出更高的要求。赖阳认为,企业在转型创新中要对产品、品质、环境进行一定的标准化定位。其中服务体系中包括人员分配,人员分配的合理性和有效性直接关系到用户的消费体验,对于运营初期的品牌来说,由于人员不足导致消费体验不佳会直接影响到后期的发展。

中国食品产业分析师朱丹蓬表示,从整个定位、流量以及利润来说,快餐业态实际上并不会比正餐差。随着餐饮市场竞争愈加激烈,以旺顺阁为代表的传统正餐品牌开始多时段、多场景、多品类地多元化布局,其核心点就是如何最大限度地捆绑新生代消费群体,让消费者与品牌之间的消费黏性加强,寻求新的流量红利,而目前推出旺旺小厨也是一种模式的创新。

不过,新的业务对于旺顺阁来说也是新的挑战。朱丹蓬表示,在中式正餐的大店经营模式中添加快餐业务,这对于旺顺阁在时间、人员、出品等管理上都提高了要求,尤其是快餐对于效率的要求极高。另外,新的业务最关键的还有引流问题,企业能否适应新的运营模式以及整个产品特点还有待进一步观察。

北京商报记者 郭诗卉 郭黛瑜

## 两会聚焦

# 北京社区商业的风口与缺口

社区商业、便民服务,这个与民生息息相关的业态,是商业布局的风口,同时也尚存缺口。社区商业门店如何有效选址?如何实现精细化管理?如何撬动起品牌商企和个体商户的合力?在市十五届人大三次会议间隙,北京商报记者采访了多位市人大代表和北京商业主管部门的负责人,共话北京社区商业发展。

## 机遇

### 尽力实现一个场景多种服务

缺口即机遇,精准补建将为更多商业服务业企业提供新的商机。2020年,华冠商业将开店重心放在社区。市人大代表、北京华冠商业科技发展有限公司董事长张兵告诉北京商报记者,如果选址合适,华冠将在2020年新开20家社区店,以开设生鲜超市、便民超市等营业面积较小的社区店为主。

据张兵透露,房山区的居民聚集区多为村子,在较为边缘的村落还存在销售山寨商品的情况。虽然连锁品牌门店的供应链具备价格优势,但是街边小店销售山寨产品的价格仍比品牌商品低。

好在这种情况下正慢慢化解。如今,村民对商品品牌认知度越来越高,这为区域内便民商业连锁化、品牌化发展创造了新机遇。与此同时,散乱的小散户也会逐渐被连锁品牌企业取代。华冠商业在为社区超市选址时,也希望能与社区、街道提前沟通,了解区域内居民消费需求。

张兵提到,在社区超市整体销售中,生鲜商品的销售占比最高。不过,华冠社区超市除了着重发展生鲜品类以外,也搭载了早餐、药品等商品。另外,社区超市也增加了不少水电气充值等便捷服务。便民商业应该注重对服务、商品整合,让消费者能在一个便民网点解决更多的需求。

## 补充

### 个体商户起B角作用

社区商业中的不同业态、形式的商户均有市场空间。市人大代表、对外经济贸易大学法学院经济系主任黄勇表示,清退低端商业业态后,北京社区商业规范化程度越来越高,由个体商户经营的菜店、

超市等可以成为连锁品牌门店的补充,补给居民消费的及时需求。

黄勇认为,连锁品牌门店的经营有着大公司的经营规则,例如营业时间的限制等。“如果延长营业时间,大卖场、连锁超市的门店损耗、员工加班费用等均会成为负担;相比之下,由商户自主经营的便利超市、小店更具灵活性,延长营业时间后,成本不会大幅增长。”

黄勇希望,北京鼓励发展社区商业时,应该给予个体商户更多空间,补充连锁门店的服务空白。“个体商户与连锁品牌门店形成互动,为社区居民提供更为全面的服务。”

## 联动

### 精准规划细至街道、社区

2020年,北京将根据不同区域的社区消费需求,精准布局商业便民设施。北京市商务局副局长刘梅英透露,北京建立了“市-区-街乡-社区”四级联动机制,推进基本便民商业网点建设工作体系,通过管理下沉实现对便民商业的精准补位。

2020年,北京市计划建设提升基本便民商业网点1000个,新建便民店1500个左右,增强市民的满意度。

刘梅英提到,街道办事处与市民密切联系,更了解市民的社区消费需求。“北京将结合街道、社区意见,发布便民商业网点规划,能更好地满足消费者需求。”

另外,刘梅英表示,北京市商务局上线了“北京市生活性服务业电子地图”,对北京市的便民商业网点进行了标记,消费者可以通过网点地址减少跑腿。另外,电子地图是动态更新的,它可以通过各区更新报送数据、专业队伍采集、公众评论反馈(数据核实、纠错)等方式,定期实现生活性服务业网点信息的动态更新。

北京商报记者 王维祯

# 北京哪些议题可能送上全国人代会 直播带货规范、个人众筹监管等成焦点

北京商报讯(记者 陶凤 肖涌刚)1月16日下午,全国人大北京团代表与市人大代表举行座谈会。全国人大代表就属于需要在全国人代会上反映的问题,专门听取市人大代表的意见建议。根据17位市人大代表的发言,金融监管立法、个人众筹监管、直播带货的法律适用、长期护理保险推广以及街道居委会等基层治理法律法规的完善等议题成为今年市人大代表们关注的重点。

去年“双11”把直播带货拉上了台面,带货主播正式加入电商竞速的赛道,并成为促成千亿交易额的新生势力。由此也引发了人们对带货产品质量、售后等问题的担忧。面对这一新业态,消费者如何维权也尚无明确的法律依据。

来自通州区的市人大代表杜海霞在发言中提到,目前直播平台带货的性质不完全符合电子商务平台的界定,建议全国人大方面进一步加以解释规范。

与直播带货类似,互联网众筹平台也是近年来出现的新事物。“我们查了慈善法、公益事业捐赠法,包括民政部出台的《慈善组织公开募捐管理办法》等,都是对公益事业进行界定,但是对于个人众筹捐助还存在一些监管上的空白。”杜海霞表示。

同时,针对今年北京政府工作报告提到的“扩大长期护理险试点范围”,来自西城区代表团的市人大代表许建建议全国人大修订社会保险法,增加关于长期护理险相关内容,尤其是为失能、失智人员提

供适用的法律法规。据了解,今年起北京将在石景山全区试点长期护理险,并将首次试行全要素个人出资制度。

今年北京市人大常委会工作报告涉及的街道办事处条例和地方金融监督管理条例制定工作,也受到了代表们的普遍关注。多个代表在发言中提到,建议在国家层面出台这两个领域的相关法律,以弥补当前上位法的不足。

例如,在金融立法方面,杜海霞表示:“根据立法法的规定,对于金融立法,包括一些金融的基本制度、概念、活动,可能还是需要一个上位法。”来自丰台区的市人大代表张雪梅建议,金融立法还应加强对第三方支付平台集资行为的立法监管,细化平台责任,尤其是要明确第三方平台先行赔付的适用条件。

此外,对于企业研发鼓励、危化品处理、医保支付方式改革和青少年教育及犯罪等方面,代表们也提出了相应的意见建议。

据十三届全国人大代表、市十五届人大常委会副主任刘伟介绍,去年两级代表座谈会围绕京津冀协同发展、治理大城市病、营商环境建设等方面提出了28条意见建议,并结合全国人大代表职业领域等情况,将市人大代表的意见有针对性地提供了全国人大代表。在去年全国人大北京团代表提交的意见中,有8件是根据市人大代表的意见建议,并经过深入调研分析而形成的。

# 移动阅读连续三年增速放缓

移动阅读现已成为不少人休闲娱乐的选择,这使得该市场实现迅速发展,并吸引更多人局者相继加入。然而据1月16日艾瑞咨询官方微信发布的《2019年中国移动阅读发展趋势研究报告》(以下简称《报告》)显示,由于人口红利逐渐消失、受到其他娱乐方式冲击、商业模式尚未完善等因素,我国移动阅读市场规模的增长率已连续三年放缓。

据艾瑞咨询发布的《报告》显示,2019年我国移动阅读市场规模达204.9亿元,同比增长22.4%。无论在服务覆盖广度还是在用户使用黏性深度上,移动端均大幅领先于PC端。

近几年来,国内移动阅读市场入局者越来越多,内容行业动作频频。不仅有阅文集团、掌阅科技、书旗、咪咕阅读等行业老手,近期还涌现了米读小说、连尚文学等以免费阅读App入局的新兴选手。

据此前比达咨询发布的数据,阅文集团以25.2%的市场份额排名第一,掌阅文学、书旗分别以20.6%和20.4%的市场份额位列二、三位,市场格局相对稳定。

然而,从近两年的增长数据上看,今年移动阅读市场规模增长率较前两年略有降低。《报告》显示,2016年我国移动阅读的市场规模还实现同比56.8%的增长,但自2017年起,增速便开始逐渐下降,截至2019年,我国移动阅读所实现的市场规模同比增长率仅为22.4%,只是2016年的一半。

在业内人士看来,移动阅读市场人口红利逐渐消失,同时移动阅读也受到其他娱乐

方式的冲击。从数据的角度来看,相比前几年,移动阅读基本上增长的幅度已有所减缓,但整个阅读系统现在已经有较多的内容,包括视频阅读、音频阅读等”,北京大学文化产业研究院副院长陈少峰表示,总体来说,文字阅读的增长速度可能相对较小,但是移动阅读的总量还是有所提升的,因为现代人群基本会选择在移动设备上阅读。

与此同时,业内人士认为,移动阅读之所以会出现增速放缓,更关键的原因在于移动阅读尚未建立起完善的商业模式。

中央财经大学文化经济研究院院长魏鹏举表示,新兴娱乐方式的出现并没有影响到真正喜欢阅读的用户,移动阅读最大的挑战并不是来自替代性,它的增长乏力是因为从互联网市场环境上看,移动阅读目前仍没有建立起较好的经营商业模式。

“互联网阅读领域绝大多数的商业模式主要是靠一定的消费者付费和广告营收。而在基于知识产权所带来的授权收入等相关方面,大家也都很重视,并都在积极进行开发,试图通过授权互联网内容创作,给拥有这些内容版权的互联网平台带来收益。但是据我所知,目前这方面的开发并不充分,而且收益也不理想。”魏鹏举表示。

如何才能寻找到更好的商业模式,现已成为入局者探索的方向,并在付费模式、会员结构设计、营销等方面进行诸多尝试。

以近段时间兴起的免费阅读为例,这便是移动阅读平台在付费模式上的一次尝

试,通过令读者免费观看作品内容,并通过广告来获得相关收入,还有的平台则为读者提供VIP去广告的服务,从而获得一定的会员收入。

除此以外,除了此前按章节、按本付费外,如今部分移动阅读平台还推出全站无差别包月模式,也吸引部分读者的关注。

陈少峰认为,未来移动阅读发展主要有两大方向,即多媒体和垂直化运作,不仅需要文字阅读,未来也需要加大视频阅读、音频阅读方面的拓展。“我认为今后大家做的方向会比较一致,大的移动阅读平台会以综合性为主,而其他的规模较小的平台可能更倾向于垂直开发。此外,文字阅读今后与IP开发、衍生品植入、电商等可能会有更深入的结合”。

此外,互联网行业分析师钟倩认为,移动阅读在结合互联网进行营销规划时要更及时、更多元化,近年来就有不少影视剧都是基于网络文学改编,并有数据指出热门影视剧会带动原著重新火起来,移动阅读平台就可以借此机会多进行适当的营销活动准备,与热点进行联动,吸引读者。“移动阅读拥有固定的用户人群,对于阅读的需求是不会变的。以精品内容吸引用户的同时,也需要去关注用户的阅读体验,加强用户阅读感,比如借助有声阅读,让用户从听觉上获得读书的体验,或者像互动阅读,加强用户场景式阅读感受。”

北京商报记者 郑蕊 实习记者 伍碧怡