

# 百胜中国：数字化建设为强舵

今年疫情期间，多数餐饮企业陷入无法正常营业的困境。作为目前国内最大的连锁餐饮企业，百胜中国在疫情发生后，迅速在9000多家门店落地严格的防疫措施，凭借着扎实的运营基础，利用数字化优势，迅速推出无接触外带外卖、企业送等创新业务保障餐饮供应，成为抗疫一线的暖心后援和助力复工复产的坚实后盾。百胜中国的抗疫经验为饱受疫情之困的餐饮企业提供了有益的借鉴。



疫情期间必胜客外卖业务挑大梁

## ► 数字化建设显效

依赖线下是导致餐饮企业在本次疫情期间受创严重的重要原因之一。一方面，餐饮企业面临巨大的租金和库存压力，另一方面，来自线下流量的减少让大部分餐饮企业面临现金流断裂的危险。通过疫情期间几大行业协会发布的餐饮行业相关数据表现来看，尽管到3、4月餐饮行业复工率已接近80%，但客流和营业额回升有限。可以预见的是，线下流量的恢复仍然需

要很长的时间。外卖和外带业务将在很长的一段时间内成为餐饮业的重要收入来源。

拥有数字化基础设施和会员系统的百胜中国，在这次疫情中成功地通过线上订单的增加有效地遏制了整体销量的下降。截至一季度末，百胜中国会员数量超过2.5亿，其中肯德基会员数量超过2.25亿，必胜客会员数量超过7000万。由于疫情期间更多转向

线上销售，会员销售占比在本季度超过60%。在一季度，数字化订单（含外送、手机点餐、点餐机点餐）贡献了公司销售额的80%，其中肯德基与必胜客的数字化订单分别占公司销售的84%和65%。

百胜中国管理层指出，外带业务成功的先决条件是需要具备数字预点餐能力、合适的菜单以及包装，而更重要的是需要很高的性价比。必胜客在

今年一季度实现外带业务对销售的贡献翻倍，为品牌在堂食和外卖业务之外开辟了第三条增长模式，增强了业务整体的韧性。

坚实的数字化建设成为百胜中国这个在国内拥有近万家门店的餐饮巨轮能够及时转舵，将销售中心快速转移，这也是使得几乎所有餐饮企业都蒙受亏损，但百胜中国能够在如此逆境中仍然保持盈利的重要原因。

## ► 智能战“疫”

百胜中国是目前国内为数不多的自主发展数字化业务的餐饮企业。从此次疫情期间百胜中国的数据表现以及业务进展来看，强大的数字化创新能力是百胜中国能够在疫情期间做好防控、维持运营以及快速落地新业务的基础。

在此次疫情期间，“无接触配送”“无接触点取餐”成为人们日常餐饮消费中常见的防疫措施。而这些看似平淡的细节背后其实需要企业具备坚实的数字化基础。北京商报记者从百胜

中国了解到，自1月30日起，在全国范围内，肯德基宅急送和必胜客宅急送同时推出“无接触配送”服务，肯德基也称为“肯德基安心送”，在订餐时可以通过App或小程序在线上订单的留言备注功能主动选择“无接触配送”方案。骑手们每次送餐前后都会洗手消毒，在上门配送的时候佩戴口罩，骑手会与顾客协商放置产品的指定位置，交接时与顾客保持一定的安全距离，避免直接接触，且每次送餐后回到餐厅对烫手包进行清洁消毒。考虑到餐

点在空气中暴露所产生的风险，餐厅将对外带餐点使用外带纸袋（盒）一并做封口处理。

2月1日起，肯德基餐厅推出“无接触点取餐”服务。肯德基向餐厅消费者倡导多使用线上手机自助点餐或自助点餐机下单，减少点餐过程产生的人与人接触。点餐完成后，消费者凭取餐号在柜台领取自己的餐点，部分餐厅会配备自取货架、增加标识，方便消费者自行取用餐点。必胜客外带也采取同样的措施，顾客自助

手机点餐后，凭取餐号在餐厅“外带取餐处”取餐，产品将放置于取餐台。通过互联网，服务员与顾客之间保持安全距离。

百胜中国通过强大的数字化能力和培训系统，将“无接触配送”和“无接触点取餐”迅速上线并且在全国餐厅高效落地；充分利用自有外送渠道的灵活性、可靠性对抗疫情，降低传播风险，展现了强大的抗风险能力和敏捷创新的能力，用实际行动生动诠释了“行业领先”。

## ► 前瞻业务布局支持复工复产

2019年，肯德基上线“企业送餐”新业务，通过直接和企业对接，创造定点定时送的场景（提前预定、定点专送，上班打卡前准时送达），可以为企业员工创造便利，以这种新的业务帮助很多企业员工解决“没有时间”“不方便”吃早餐的问题。百胜中国基于消费者洞察的这项超前布局，让它在今年复工初期能够快速衔接企业客户，增加营收。

百胜中国方面在接受北京商报记

者采访时表示，今年2月，市场监管总局、国家药监局、国家知识产权局发布《支持复工复产十条》，各地企业陆续复工，解决员工用餐安全问题也迫在眉睫。为满足企业和机关事业单位员工的用餐需求、用餐安全，百胜中国运用自有线上互联网平台，旗下品牌肯德基、必胜客将“无接触配送”和企业服务结合，联合推出“企业专送”升级服务。随着肯德基和必胜客“企业专送”升级服务的上线，

全国开通宅急送服务的肯德基、必胜客餐厅均提供这项服务，为复工企业提供餐饮专送。

据了解，在本次升级服务中，肯德基提供“企业大单”和“员工定制”两种服务模式。企业大单即集中点餐，由一人代付费，统一配送。员工定制：由企业HR申请开通企业专送“定时定点”配送服务，审核上线后，员工可自主点餐。餐厅将按照企业约定的配送时间送至指定地点，员工则享受免外送费

的福利。

多渠道、多业务布局早已成为连锁餐饮领域的发展趋势。利用连锁企业的规模优势开展不同类型的服务、多渠道销售以及多种业务的尝试是连锁餐饮品牌赚取增量的重要法宝。利用自身优势，积极拥抱互联网，敏捷创新“实招”，百胜中国从各企业员工用餐的维度，打通“堵点”“断点”，让疫情期间企业复工复产更加通畅，也为企业发展再添动力。