

► 创新驱动寻发展可能

对于百胜中国这样一个庞大的餐饮集团而言,创新驱动、敢想敢试是维持其不断向前发展的核心动力。除了持续进行数字化建设外,今年疫情期间,百胜中国也没有停下新业务、新产品的布局。

今年4月,百胜中国宣布与拥有125年历史的意大利殿堂级家族经营咖啡品牌Lavazza组建合资公司,共同在中国运营Lavazza咖啡店。并且正式官宣在上海开设首家Lavazza在意大利以外第一个咖啡旗舰店,双方携手为中国消费者打造“沉浸式”的意式咖啡体验。这虽然不是百胜中国在咖啡领域的第一次尝试,但此消息也引得业内的关注,对于餐饮行业而言,此次合作不仅仅是咖啡领域又增加了一位新的强有力的人局者,同时也对因为疫情而持续低迷的餐饮行业起到了一定的提振信心作用。

今年4月起,百胜中国旗下肯德基、必胜客先后宣布进行植物肉新品的测试。肯德基也成为最早将植物蛋白制品引入中国的西式快餐品牌之一,此举对于国内植物肉领域的发展起到了强有力的推动作用。

中国植物性食品协会联盟秘书长薛岩表示,目前国内植物肉市场仍然处于市场培育阶段,大品牌的入局能够帮助更多的消费者及餐饮企业认识植物肉,有效提升植物肉的市场培育速度和效率,对于未来国内植物肉市场的发展大有裨益。



必胜客配送员给送餐车消毒

► 优化员工关爱助力保供

人是餐饮企业运转、发展的重要资源,今年突如其来的疫情对整个餐饮行业造成严重打击,疫情影响之下,餐饮行业接触人员广、暴露风险大,为了保障员工健康,疫情刚发生公司就迅速进行了系统自查,全面升级了餐厅的卫生消毒流程。在第一时间协调供应链进行卫生防护用品的全球采购,为后来灵活应对疫情中开店的各种挑战做好了物资保障;在防疫卫生措施方面,百胜中国利用自身30多年严格的食品安全经验,并遵循政府与卫生防疫部

门的指引,餐厅设备和餐区消毒工作全面升级,坚持高标准的食物安全和质量,努力在特殊时期为顾客提供安心的餐饮供应保障。

百胜中国CEO屈翠容表示,员工是百胜中国最大的财富,员工的健康是百胜中国的重中之重。为了免除员工的后顾之忧,疫情期间,百胜中国还在已有的商业保险基础上,为餐厅管理组员工升级家庭保障,与员工共同守护家人的健康。首批惠及人群预计将覆盖31000多名管理组员工的86000多名父母、配偶及子女。计划增

加了父母重大疾病保障、子女和配偶意外保障,并特别为父母定制了重疾就医绿色通道,并将父母的保障年龄提升到75周岁,子女的保障年龄提升到22周岁。百胜中国爱心互助基金计划,是给员工的一份温暖承诺,这份承诺通过一线员工的奉献担当,也更凝聚成防控疫情的澎湃力量。

在保障员工健康、做好疫情防控的基础上,百胜中国也竭尽所能将餐厅变成爱心应援站,支持无私奉献坚守在防疫一线的医务人员。1月27日,百胜中国捐赠了300万元人民币定向资助首批重点承担一线防控任务的医务工作者,同时,肯德基和必胜客每天为武汉各地的医务人员提供近1500份免费餐点,开启了覆盖全国的暖心抗疫行动。截至目前,百胜中国旗下肯德基和必胜客餐厅,合计已为28个省1450多家医院、社区、防疫点等抗疫前线单位送出超过15.5万份免费爱心餐。此外,百胜中国所属的小肥羊品牌也向奋战在一线的防疫人员捐赠了2万多份“自煮小暖锅”,保障一线防疫人员的用餐供应。

如何快速应对重大突发事件、如何做好防护工作、如何释放数字业务势能、如何留住人才——百胜中国作为国内最大的连锁餐饮企业,给出了高分答卷。诚然,百胜中国能做到这些,与其规模及品牌影响力有必然联系;然而,冰冻三尺非一日之寒,通过疫情这次大考,让我们看到了百胜中

国是如何通过持续的数字化布局,创新驱动,构建了强大的抗风险能力和敏捷创新的能力,从而在面对危机时厚积薄发,从容应对。对于想要在此次疫情期间放缓脚步、思考未来发展方向的餐饮企业而言,百胜中国是一个优秀的样本。

北京商报记者 郭诗卉

· 记者手记 ·

百胜中国是目前国内最大的餐饮集团,近万家门店的规模也让这艘餐饮巨轮的一举一动都备受消费者和社会各界的关注,在疫情期间也有非常多的餐饮企业希望能在百胜中国的抗疫过程中获得经验。今年我们也真正看到了,百胜中国苦心多年搭建的数字基础设施让这艘巨轮在突发事件下变得比我们想象得还要快。诚然,让餐饮企业都效仿百胜中国自建数字业务几乎不可能,但它的经验和成果能切实让餐饮人看到数字业务建设的重要性,无论是选择自建还是借助帮手,适合自己的数字化升级已然成为餐饮企业发展的必经之路。



肯德基配送员提供无接触送餐服务