

永和大王：率先走进直播间

今年是名副其实的“直播大年”。永和大王饿了么吃货节走进了李佳琦的直播间，真正见识到这种对餐饮企业而言新兴带货方式能给企业带来甜头，于是永和大王成为第一个吃螃蟹的人。在今年北京消费季期间，永和大王也走进了北京商报餐饮专场直播间，并收获不俗的关注度。餐饮直播正在成为拉动本地餐饮消费的重要途径，而一条餐饮直播的产业链条也正在随着今年的直播大热快速成型。



永和大王疫情期间推出企业安心餐服务

► 尝鲜直播

疫情对于餐饮的打击是全行业的，疫情暴发后，永和大王根据相关要求部分地区、部分餐厅闭店。另外由于疫情的影响，居民因防控需要隔离在家，客流大幅减少，门店生意也受到较大影响，永和大王2月总销售额降至历史最低点。随即，永和大王开始寻找适合自己的自救路，直播成为永和大王搭上的一辆快车。

直播带货早已不是新鲜事，但在今年却迎来了爆发，淘宝、抖音、快手

等平台大流量主播纷纷开始直播带货，各种业态似乎也看到了直播的带货机遇纷纷走进直播间。在今年疫情的推动下，餐饮企业也走进了直播间，永和大王就是其中的先行者之一。

今年5月17日，直播一哥李佳琦首次做吃播带货，仅仅开吃了5分钟，销量就破千万，创造了最快破千万的历史纪录。当晚，除了各类零食、预包装食品外也迎来了餐饮企业，永和大王是其中唯一一个中式快餐连锁品牌。

据永和大王相关负责人介绍，在李佳琦直播间的尝试对永和大王而言是一次全新的营销模式，并且创下了5分钟售出2万套餐卡券的销售业绩，超出永和大王的预期，同时也让永和大王看到了直播的营销能力，永和大王也随即开始计划参与到更多不同的直播活动中。

6月10日，永和大王参与了当时北京消费季系列活动中的首场餐饮专场直播活动，当时在李佳琦直播间的同

款套餐也成为当天直播活动的热门商品。随后，永和大王积极参与到各类平台的相应直播活动中，抓住“直播大年”的营销机遇，创新营销方式，为永和大王在今年这个特殊时期奠定了品牌推广、营销的基础。

也正是由于新的营销方式铺路，在疫情期间，永和大王对所有员工仍然按照国家相关规定提供薪资和福利，并对一线员工给予更多的关怀和激励，虽然这背后是高昂的成本压力。

► 团餐获益

团餐是今年餐饮行业的热词，因为团餐是很多餐饮企业在复工复产初期选择能够持续经营的途径。从复工复产开始，几乎所有的餐饮企业同时开始转向B端，开展团餐业务，希望能够从中获取收益，作为企业存货的支撑。这也意味着企业之间的竞争变得格外激烈，便捷、安全、体验好成为当时竞逐团餐市场的餐饮企业共同努力

的方向。

永和大王也推出了团餐业务，并且优化了企业订餐的渠道和体验，让永和大王能够从竞争中占据优势。据永和大王相关负责人介绍，在复工复产刚开始的时候，永和大王就推出了“企业安心餐”。但永和大王未使用传统的印制单页、派发宣传单页等推广方式，而是运用数字化传播，通过二维

码扫码即可留下信息，餐厅经理会主动联系客户，了解需求定制订单，从根本上提高了沟通效率。

永和大王在接受北京商报记者采访时经常强调疫情期间与客户的沟通，这也是永和大王区别于其他餐饮企业的地方，主动、高效、便捷的沟通渠道和方式能够更有效地帮助餐饮企业在疫情期间推广自己的业务和品

牌，而这也正是餐饮产业升级中常提到的“精准投放”的一种表现形式。

上述负责人告诉北京商报记者，实际上今年大热的线上直播也是一种商家与顾客之间“云沟通”的有效方式，通过这种方式可以让消费者看到餐饮企业产品的制作工艺和品质，在今年这个特殊时期让消费者能够放心地订餐，能够有效帮助企业增收。

► 整合营销

其实餐饮企业做直播也好、线上营销也罢，都需要对自己的产品营销结构进行升级。以直播为例，餐饮企业能够搬到线上售卖的产品多以卡券、预包装食品为主，永和大王参与直播的产品则主要以卡券为主。这就需要永和大王和直播平台、本地生活服务平台乃至外卖平台建立顺畅的销售链条，让消费者能够在直播间直接抢购，并且方便到店核销，这其实也是餐饮企业升级的表现。

永和大王相关负责人表示：“在此次疫情中，我们发现已经布局线上和发展数字化转型的企业获得先机。所以对于传统餐饮企业的数字化转型是至关重要的。在移动互联网时代，随着消费需求不断升级，发展线上订餐、会员电子化等数字化升级手段尤为迫切，这些都有助于企业积极自救”，此外，可以肯定的是，这次疫情对于整个行业也是一次大洗牌，企业的存活以及后续的发展

都需要建立在升级的基础上。

在对未来的发展规划方面，永和大王也将建立数字化生态作为将要发力的重点，多渠道、多触点地布局，以及内外部营销战场的整合都有赖于企业整体数字化业务的建设。此外，永和大王也将继续在坚守产品品质、优化服务以及餐厅优化方面下功夫，以期在线上、线下让消费者用餐体验更加顺畅、便捷。北京商报记者 郭诗卉

· 记者手记 ·

在我们收集的各种应对疫情的餐饮企业样本中，永和大王今年在营销方面的突破让人觉得非常有新意。直播并不是新鲜事，可是餐饮直播却从今年正式走进消费者的视野。这背后也需要餐饮企业搭建起更加完善、流畅、电商化的销售渠道，对于一直依赖现制餐品的餐饮企业而言，新的销售渠道意味着新的产业链条。