编辑 常蕾 美编 贾丛丛 责校 李爽 电话:64101673 syzx10@126.com

“外卖运营师”面世 新角色能否解决老问题

数字化已然成为国内餐饮行业发展的必然趋势，但是数字化程度低也是目前国内餐饮行业的现状。究其原因，一方面是商户意识的问题，另一方面就是“人”。10月21日，美团外卖发布了目前国内餐饮行业数字化发展情况。美团认为，目前国内餐饮数字化水平处于初级阶段的症结之一就是大多传统餐饮企业并没有独立、专业的线上运营团队，因此美团推出人才培养体系，帮助餐企培养“外卖运营师”。在业内人士看来，美团此举还有一个重要的目的就是进一步提升商户和平台的黏性，不过，具体实施到收获成效可能还有很长的路要走。

美团外卖调研显示，近九成商户认为餐饮线上运营要有**专业技术**和**能力**，而现阶段餐饮商户数字化率普遍不足**10%**

超五成商户表示缺少专门的数字化运营人才

仅有**不到三成**的商户设立了全职线上化运营团队及数字化考核指标

·美团新职业体系·

外卖运营师　餐饮运营师　酒店收益管理师　网约配送员

外卖掌柜

受疫情影响，餐饮行业经营业态发生巨大变化，越来越多的商家开始进行数字化转型。但餐饮业线上数字化运营仍处于起步阶段，美团外卖调研显示，近九成商户认为餐饮线上运营要有专业技术和能力，而现阶段餐饮商户数字化率普遍不足10%。

在此背景下，美团外卖推出“餐饮新掌柜”计划，未来三年，发现、培养100万既懂线下经营又懂线上运营的“新掌柜”。传统餐饮经营，菜品设计靠经验、门店选址看地段、经营分析主要靠盘账、几乎没有售后服务。与传统餐饮掌柜相比，“新掌柜”拥抱数字化趋势，对数字化经营有强烈意愿，掌握运用数字化工具的新技术，具备线上线下运营能力和服务能力，通过线上经营获得新客群和新收入。

所谓人才培养体系，是美团与人社部教培中心联合培训“外卖运营师”这一新兴行业。10月中旬，首批62名外卖运营师获得认证，作为支持商家数字化转型的专业人才，这一新职业将更好地助力“餐饮新掌柜”线上化运营。

北京商报记者也就“外卖运营师”的具体培训流程以及美团外卖与餐饮企业的合作模式采访到美团相关负责人，对方表示，人才培养体系是美团外卖面向餐饮商家推出的三大服务体系之一，主要内容包括：线上运营课程以及“外卖运营师”培训和认证两部分。“餐饮商家或餐饮从业人员可随时访问美团外卖学院线上学习平台根据自身需求选择对应的线上运营课程，例如门店装修、菜单优化、客情管理、经营数据分析等。”该负责人说道。

而“外卖运营师”培训和认证则是由美团大学、美团外卖学院联合人力资源和社会保障部教育培训中心推出“外卖运营人才培养”项目，今年7月起面向餐饮商家启动招生，成功通过课程考核的学员将获得美团大学认证证书，并得到人社部教培中心颁发的培训证书，课程按照难易程度分为初阶、中阶、高阶。

欲深度捆绑商户

对于推出人才培养计划的原因，美团外卖也给出了相应解释。据美团外卖调研显示，在餐饮企业实际经营中，仅有不到三成的商户设立了全职线上化运营团队及数字化考核指标，超五成商户表示缺少专门的数字化运营人才。美团外卖学院院长、到家事业群生态营销部负责人白秀峰提到，餐饮经营已经进入外卖、堂食“双主场”并重的时代，对经营者数字化意识、能力提出了更高要求，也提供了更多机遇，自身能力达标、外卖定位准确，同时掌握运营方法，才能获得更多收入。

在一位不愿具名的连锁餐企负责人看来，美团外卖此举确实是戳中了餐饮企业当前发展的痛点，人才一直是限制餐饮企业发展的难题，尤其是这类线上运营的高级人才是目前餐饮企业尤其是连锁餐饮企业发展的刚需，但是餐饮企业招人难，留人更难，因此培育具备线上运营能力的人才确实能帮助餐饮企业未来的数字化升级和长期发展。

和君咨询合伙人、连锁经营负责人文志宏也表示，目前餐饮行业关于外卖运营、数字化建设的人才的确吃紧，尤其是中小餐企与传统餐企。外卖运营并不是简单地将菜品拍摄后上传外卖平台，外卖平台有自己一定的运作逻辑。无论是产品选择、引流、后台服务，外卖平台均有自己的运作方法，而在此领域的人才稀缺，另外更深层次的数字化运营人才则少之又少。文志宏表示今年的疫情加速了外卖运营、数字化的发展，这也将是外卖行业的发展趋势。

此外，上述连锁餐企负责人表示，就美团角度而言，选择建立人才培养体系还有一个非常重要的目的就是更进一步捆绑商户。因为商户是外卖平台发展的关键，现在阿里本地生活和美团外卖在抓紧商户方面动作十分频繁，二者各自的优势也开始分化。饿了么的优势在于背靠阿里这个庞大的体系，让饿了么能够借力；美团外卖的优势则是在于较高的市场份额和一直深耕餐饮领域的经历。二者都有吸引商户的点，因此谁的服务更优，谁就能获得更多的商户或者商户业务的倾斜。此外，作为一项服务餐企的业务，如果能够落实，为未来美团获取更多收益也很有帮助。

提高竞争壁垒

文志宏认为目前外卖行业已进入到双寡头状态，外卖平台之间存在强劲的竞争关系。培养百万餐饮新掌柜有利于增加美团的竞争壁垒。

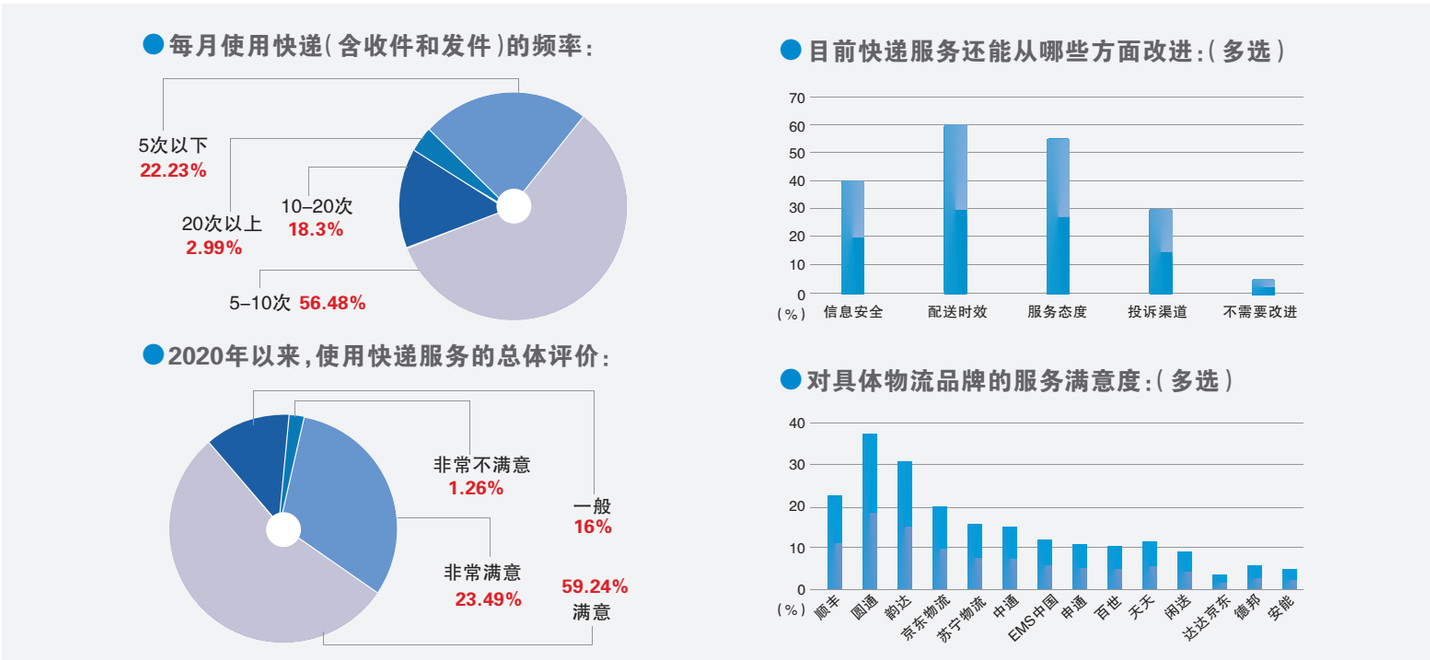
“对于美团来说，餐饮是战略性板块，需要持续强化外卖业务来提高餐饮板块的竞争力，因此外卖运营、数字化运营建设尤为重要，在这样的背景下美团推出三年培养百万餐饮新掌柜计划，是成人达己、非常有战略意义的计划，对于行业来讲，美团培养了百万名人才，能够跟上行业发展，满足行业发展需求，对于企业来说，也正好需要餐饮数字化运营人才。”文志宏说。

上述连锁餐企负责人同时表示，尽管企业有强烈的人才培育需求，但是培养人才的成本很高，培养出人才后，企业能否留住人才仍是问题，如果人才流失对于餐饮企业而言造成的损失会很大。并且就餐饮行业而言，不同企业对于人才的需求也有较大的差异，因为企业的品类、定位、规模、发展程度都不相同，培育出的人才能否适应企业和行业的需求也有待进一步检验。

另据一位餐饮业内人士分析，从该计划短期施行来看，平台与企业之间应当寻找到一个利于帮助企业留住人才的方式，此外对于餐企用人方面也能给出相应的解决方案，这样才能让这个计划更具可实施性，同时也真正能帮助企业及行业发展。

北京商报记者 郭诗卉 于桂桂

2020(第六届)互联网+物流格局论坛 把脉疫情下物流行业新趋势



北京商报讯(记者 赵述评 何倩)在这特殊的一年里，2020年的物流行业正悄然酝酿着新的机遇和图景。10月22日，由北京商报社、北商研究院主办的2020(第六届)互联网+物流格局论坛在北京新闻大厦举办。论坛以“疫物流 e物流”为主题，物流企业精英和业内专家学者将围绕“逆风前行 物流被疫情激发出了什么”和“触角尽头 物流的行业垂直延伸力”两大板块展开观点碰撞，洞察疫情影响下物流行业正在孕育哪些新趋势，将如何应对未来的风险与机遇。

就快递行业而言，据国家邮政局数据显示，从2月业务量增速由负转正后，全国的快递业务量伴随着线上消费的火热进入快速增长通道，目前稳定在30%以上的增速区间。物流的通畅拉动着商流加快循环，而经济的回暖则直接提振着人们的消费信心。不过，重回快车道并不是一路顺畅。在这特殊的一年，仅是快递柜收费一事便牵扯出末端快递市场的诸多问题，而消费者的取件体验在这场争议中被放大，快递数量与服务质量仍未形成齐头并进之势。

那么，在疫情影响下，人们对快递服务的使用感受如何？

在此背景下，北商研究院针对1-10月人们对快递服务满意度进行调查，涵盖快递时效、用户信息安全、无接触设施使用体验等维度。在此次论坛中，北商研究院发布了《2020物流行业白皮书》。白皮书数据显示，超过一半的消费者认为当前快递服务在配送时效和服务态度方面需要改进，其次是信息安全和投诉渠道。而在总体评价上，选择满意的人数占比达59.24%，而认为服务一般的消费者占据16%。

值得一提的是，对于今年公众关注的末端投递服务，白皮书数据显示，超市等代收点、驿站、智能快递柜成为人们选择最多的三项末端快递服务。其中，满意与不满意快递柜收费的消费者占比分别为40.38%和35.28%，还有21.48%的消费者认为收费制度还需调整。不过，在无接触服务趋势上，人们的想法达成了一致：75.95%的消费者对无接触服务持认可态度，51.29%的消费者则认为无接触消费是未来趋势。

其实，无接触服务模式的兴起，不仅是一场由需求端倒逼供给端的革新，还成为智能技术普及的加速器。其理念也从即时配送领域走出，向社会各个领域覆盖。疫情下的物流行业正在向数字化的e物流伸长触角。在本次论坛上，中国物流与采购联合会副会长蔡进将进行主旨演讲。而在“圆桌对话”环节中，苏宁物流总经理胡潘、快狗打车优配事业部总经理覃左鸿、闪送对外事务负责人刘学柱等企业精英将分享疫情对企业发展带来的思考，以及如何在未来的不确定性环境中应对风险，把握机遇。

北京创新创业大赛最高提供500万贷款

北京商报讯（记者 陶凤 王晨婷）10月21日，第九届中国创新创业大赛北京赛区暨北京银行杯中国·北京创新创业大赛季(2020)颁奖礼在中关村展示中心举办。大赛季作为全国双创周及北京分会场主场活动之一，共吸引北京地区669家科技企业报名参赛。

“受疫情影响，今年参赛企业数量相比以往有所减少，但质量实现逆势上扬。”大赛季相关负责人介绍，本届参赛企业中已获得融资企业154家，占比38.8%，较2019年占比增长8.8个百分点，融资额共计近81亿元；拥有发明专利、实用新型专利等知识产权企业233家，占比58.7%；三板上市企业10家，较2019年增长7家。

同时，通过合作伙伴推荐、重点项目定向邀请、大赛季口碑吸引等方式，大赛季挖掘聚拢了一批高精尖产业领域项目，包括小型液体运载火箭、超级智算平台、高能量密度金属锂电池等在内的新技术、新应用、新产业脱颖而出。

经过近4个月的角逐，共有106个项目晋级大赛季行业赛决赛，最终评选出一、二、三等奖获奖项目35项。“打破行业纪录”“核心研发自主可控”“拥有自主知识产权”“国内外顶尖技术团队”等关键词在比赛中频频出现。

“我们公司于去年11月创立，在今年初获得了天使轮融资。主要产品是储能飞轮，目前已经完成北京研发中心和安徽制造基地的建设。我们希望借着新基建浪潮，发挥我们科技企业和先进技术的作用。在需求上，我们迫切需要融资快速推广填补产品缺口。”获奖企业华驰动能的副总裁刘建章告诉记者。

针对科创企业的类似需求，大赛季吸引聚集了一批投融资、创业培训、知识产权服务、园区转化落地等配套服务资源，以创业孵化的理念为所有参赛企业提供创业服务。投融资服务方面，北京银行作为大赛季冠名赞助单位，为参赛项目提供最高500万元的低门槛、低利率的贷款服务。中关村科技租赁股份有限公司为高端装备制造行业赛获奖企业提供5亿元预授信支持。

“北京银行为获奖或参赛企业提供账户管理费减免、专属服务通道等服务，优先提供免费工位服务和主动授信支持。分行截至目前，累计为2.8万家科技型中小微企业发放贷款超过6000亿元。先后试点首家信贷工厂模式、设立全国首家银行众创空间。”北京银行中关村分行副行长王海静表示。

同时，大赛季发挥协办单位资源优势，为人工智能企业提供海量数据、算力平台及应用场景对接服务，为半导体相关企业提供工业设计、封装测试服务、5G中高频测试服务等。发布包括国家电网、中国电子科技集团等大企业关于5G、第三代半导体器件、移动出行等领域相关技术合作需求，为参赛企业深度对接产业资源，实现创新产品与创新需求的有效对接。

本次颁奖礼作为2020年全国双创周及北京分会场主场活动之一，在北京分会场网络平台同步直播。北京分会场聚焦国家“创新引领创业，创业带动就业”主题，充分利用线上手段，围绕创新引领、复工复产、精准助力战“疫”、稳定就业、需求对接等内容，打造云上展厅，积极探索云端推介，打破时空界限，通过线上直播、录播、图文展示等多种形式广泛推广活动，进一步扩大活动的覆盖面，提振发展信心、激发创新创业创造活力。