

| 趋势 |

◆ 灵活门店

门店灵活性成为餐饮企业降本增效的方式之一。疫情让很多餐饮企业无法继续进行扩张的计划，但也有品牌不仅在短时间内恢复疫前的营业水平，还逆势扩张门店规模。

疫情发生前，紫光园有20余家门店。疫情期间又开出近70家不同模式和不同业态的门店。预计到年底，门店总数将达110家。紫光园总裁刘政表示，堂食受影响，紫光园20余家大店全部依靠外卖小吃档口来做便民服务，也正是这一变化让紫光园能够在疫情期间找到“开源”的方式。便民小吃在疫情中是刚需，疫情过后是便民所需。

在当下，餐饮企业效率和成本的问题成为重点。此次疫情也加速了餐饮企业在如何科学合理地用工，如何优化餐厅结构、提高人效、创新营销方式等方面的思考。

◆ 加码数字化

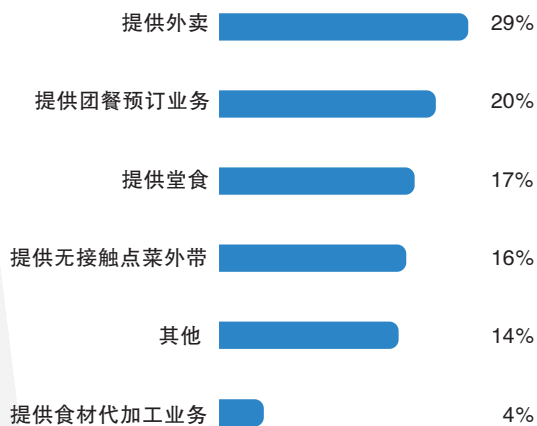
数字化运营是餐饮行业近两年的热词，同时也是行业发展的趋势。

疫情期间，喜茶全门店包括喜茶GO小程序自营外卖，在设有智能“取茶柜”的门店进行手机一键开柜取茶，全程无需接触任何人员。部分城市外卖配送范围也从3公里扩大至10公里。前不久，星巴克把专星送搬上了微信小程序，增加外送渠道。

饿了么华北区域总经理丁一辰表示，赋能服务业、餐饮业是本地生活服务平台近两年发力的重点。今年的疫情让更多餐饮企业意识到数字化升级的重要性，提升商户的运营效率将是本地生活服务平台未来发展的重心。



疫情期间餐企经营方式分布图



◆ 布局社区

社区餐厅在此次疫情中表现出较强的抗风险能力，这一模式也逐渐成为部分餐饮企业的关注焦点，并加快布局社区店。

餐饮企业在布局社区商业上，从较为单一的模式发展到多形态布局。眉州东坡从便民菜店到进驻超市开设门店，在超市内售卖半成品菜、早餐等；旺顺阁从社区店、街边店到丰富社区门店功能、增设超市等。

社区商业是北京近两年重点发展的方向，打造社区便民生活圈更是如今越来越多城市努力的方向。但社区客群与商圈客群需求差异明显，社区客群更重视性价比、服务水平及便利性，并且需求更加分散，发力社区餐饮对于餐饮企业而言其实是个需要耗费大量精力的“细活”。