



转型  
面对面(四十)

# 半成品菜市场远未到厮杀的时候

——专访青年菜君联合创始人任牧

## 提升体验 自提模式变为宅配

青年菜君创业至今不到两年,但经营模式已经两次转型。

今年1月,拿到千万级别融资的青年菜君开始快速在北京的各个区域铺设了160多个自提点,几乎覆盖了整个北京。半成品净菜的配送模式也从一开始的地铁站自提转变为社区自提。自提模式让青年菜君能够把更多的精力集中在产品研发方面,同时让线上及线下的结合更为紧密。

然而仅半年之后,7月,青年菜君却再次转型,将自提改成了宅配,并逐一关闭社区自提点。目前,青年菜君已经将线下自提点全部关闭。如今,青年菜君除了将产品放在自己的网站、App上售卖之外,还在各大外卖、团购平台以及豆果美食等美食分享平台上售卖,多渠道营销引流,青年菜君则负责产品研发以及干线物流建设。

看似越做越重的模式让很多人费解,对此任牧解释到,这两次转型都是为了用户的产品获取场景和使用场景尽可能靠近。“两次转变带来的最明显效果就是订单量的增加。青年菜君目前每天的几千张订单,有4-5成都是来自第三方平台的。青年菜君的模式越来越重,也是为了符合用户的习惯和需求,但我们深



上线不足两年,主攻半成品净菜的青年菜君却已两次转型,从地铁站自提到社区自提,再到如今的宅配,青年菜君的模式似乎越转越重,却坚持自主研发产品,并将目标锁定在做社区餐饮的半成品净菜。尽管半成品净菜领域已有众多参与者切入,但青年菜君联合创始人任牧却认为,谈竞争为时尚早,市场仍需长期培育。

知在用户体验方面还有很多需要改进提高的地方。”

## 标准化难 选择自主研发产品

目前,半成品净菜领域不仅挤进了多家创业企业,也引来了想要释放中央厨房产能的餐饮企业。金百万旗下的准成品售卖平台U味于上月高调上线,不但将自己研发的准成品放到平台上售卖,还集结了众多餐饮企业,为其提供准成品售卖的平台。由此引出的是,不同店家可以做同一道菜,但是这些菜的分量以及口味都不尽相同,导致用户的体验褒贬不一,平台很难通过控制产品

建立用户黏性。

相比之下,自主研发产品的净菜平台的优势在于,能够更好地把控自己的产品,对所售产品的标准化有所助益。不过任牧表示,自主研发产品是约束,更是壁垒。青年菜君现在每周都会推出40-50道菜品,在研发菜品的过程中,需要考虑三大因素:口味、营养以及生产可行性。“这三个因素并不完全是相辅相成的,更多的时候是相互制约的。火锅就是重油重调料,人们都爱吃,但是它却并不符合人们健康饮食的需求,另外,如果有的产品不适合我们批量化、规模化生产,也不能做。”任牧还透露,虽然现在青年菜君坚持自主研发产品,但是今后也不排除对餐饮

企业开放平台的可能,“关键是如何实现品质稳定的中餐标准化”。

## 监管空白 需同行合力做大市场

随着互联网对餐饮的探索逐渐深入,O2O向供应链的转移成为餐饮O2O领域的热门趋势。其中,食材供应B2B平台能够凭借省去中小餐厅购买食材的中间商环节,靠议价赚取中间差价,改变了餐饮O2O一味烧钱的形象,但对于C端来讲,情况似乎仍不乐观。任牧坦言,目前青年菜君还没有实现盈利,计划在明年上半年达到收支平衡。“半成品净菜这个行业还很新,还是需要企业去烧钱培育市场。所以现在需要更多的同行一起开创行业,远没到厮杀的时候。”但他同时表示,企业之间的竞争也一直存在,在产品、价格以及服务等方面其实都在暗自较劲。

事实上,除了培育市场难度大以外,目前的半成品净菜行业并没有形成行业规范,也并没有针对其制定的相关条例,在监管方面处于真空。任牧认为,监管空白对于行业和企业而言都不是好事,食品安全问题不容小觑,“行业规范、监管到位,对于正规企业而言是保护,如果我们做的事情小作坊也在做,出了问题就是对行业的伤害,行业大环境直接关系到企业能否生存”。

北京商报记者 徐慧 实习记者 郭诗卉

## 捷克爱乐, 奏响人民大会堂 东欧浓情, 洒满2016跨年夜

“如果你想了解欧洲的文化,那么一定要去捷克。无论文学、诗歌、音乐、美术,还是城市、街道,人们的一言一行,都有一种强烈的,深沉的文化特质,令人回味无穷。”

著名词作家,大型活动策划人、导演 甲丁

演出名称:第20届人民大会堂北京新年音乐会(1996-2015)——捷克爱乐乐团

演出时间:2015年12月31日晚19:30 演出地点:人民大会堂 万人大礼堂

票价:180元、380元、680元、880元、1080元、1580元、VIP2016元

套票:合家套票1500元(680元\*3张),20周年纪念套票1380元(880元\*2张),1980元(880元\*3张)

抢购热线:96096-260、400-610-3721



扫码购票