

第三方支付成餐厅结账新常态

北京商报讯(记者 钱瑜 郭白玉)中国烹饪协会12月22日发布《2016年餐饮消费调查报告》,对消费者的日常消费进行了统计,根据报告,与去年相比,2016年消费者到店消费中,第三方支付现场支付的比重从9.9%跃升至35.6%,由此可见,餐饮门店支付方式正发生巨变。

根据报告,第三方支付现场支付的比重实现了360%的大幅增长。此外,刷卡消费降幅较大,从49%降至30%,现金支付占28%。除了这三种主要的支付方式之外,会员储值卡、团购等预付方式占有6%的比重。业内人士坦言,由于消费者消费习惯的变化,商家也不得不提供对应的支付渠道。此外,第三方支付平台在抢占市场的过程中会有一些折扣,这些折扣由第三方支付承担,对商家没有影响,消费者使用也更划算。天津顶巧餐饮执行长苏明瑞强调,电子支付的便利性甚至会影响到消费者决定是否要在门店进行消费。

但总体来看,业内人士反映,目前使用第三方支付支付优势比较多。首先是简化结账流程、加快结账速度,不少餐厅线上支付结账已经全部由普通服务员完成,此外,北京商报记者随机问了多家餐厅,第三方支付平台的费率基本是与银行刷卡费率持平或者更低。一位互联网餐企负责人告诉北京商报记者,目前门店内微信和支付宝均有接入,费率比刷卡低,还有1%—3%返佣。

另一家正餐餐厅负责人则表示,目前门店使用微信费率是6‰,这与其合作的银行的费率一致,支付宝暂未收取费用,但从明年起也将执行这一费率,另外他也坦言,一些小银行的费率会比这个数字低一些。但对于使用第三方支付的前景,该负责人表示,按照商家在团购等服务上的经验和目前电子支付的受欢迎程度,未来费率或会有升高。

今世缘酒业加速跨界投资战略

北京商报讯(记者 刘一博 武媛媛)在白酒行业两极分化明显、市场竞争激烈,二三线酒企生存空间遭到挤压的情况下,多元化发展与跨界投资逐渐成为酒企谋利新趋势。江苏今世缘酒业股份有限公司(以下简称“今世缘”)在最新公告中称,公司2016年第二次临时股东大会审议通过《关于增加公司营业范围及修订相应条款的议案》,同意公司经营增加“配制酒的生产、销售”并修改《公司章程》相应条款。业内人士表示,今世缘将逐渐以一个多元化企业的身份立足行业,为增加公司盈利寻找出路。

北京商报记者就此事先后拨打今世缘市场部及证券投资者部电话进行采访未果,随后以邮件方式发送采访提纲至该公司邮箱,截至发稿前无任何回复。

据了解,今世缘除新增配制酒业务板块外,在12月初对外宣布,公司拟用闲置自有资金2亿元,认购华泰紫金投资有限责任公司拟设立并发行的江苏华泰大健康股权投资基金(有限合伙)份额,实现跨界医疗投资行业。

而今世缘利用自有闲置资金进行风险投资的事情并不是首次,早在今年5月,今世缘就出资1亿元通过增资全资子公司上海西缘投资管理有限责任公司,与广发证券股份有限公司全资子公司广发信德投资管理有限公司共同发起设立“珠海广发信德今缘股权投资基金(有限合伙)”。并且于第二个月再次使用自有闲置资金投资“中江国际-金鹤152号集合资金信托计划”1亿元,期限为18个月。

区域机场群五年内整体提效

北京商报讯(记者 肖玮 实习记者 薛晨)中国民用航空局12月22日在官方网站发布的信息显示,中国民航“十三五”发展规划(以下简称“规划”)近期编制完成。规划显示,在“十三五”期间,航空运输的旅客周转量在综合交通中的比重需达到28%的目标。同时,区域机场群整体效率提高。

规划从行业规模、安全要求、保障能力等方面明确了“十三五”期间中国民航的发展目标。从行业规模上看,航空运输总周转量要达到1420亿吨公里,航空旅客运输量要达到7.2亿人次,货邮运输量850万吨;同时,这三项数据每年的平均增长率需达到10.8%、10.4%、6.2%。保障能力方面需要达到260个左右的运输机场,形成区域布局合理、有效的机场网络,并将航班年起降架次提高到1300万。

规划还对构建国家综合机场体系提出要求,其中以国际、区域枢纽机场为重点统筹整体机场布局,并提出加快北京新机场的建设,与区域内多机场协同发展以提升区域机场群的整体效率。

除此之外,还将大力发展通用航空,将通用机场数量增加到500个,通用航空器数量达到5000架以上。同时,规范中要求在“十三五”期间运输航空每百万小时重大及以上事故率需低于0.15,航班正常率整体力争达到80%,而吨公里能耗和二氧化碳排放量年均需比“十二五”下降4%。据悉,民航发展“十三五”规划是2014年8月开始全面启动的,前后经历了三个阶段研究、编制和完善工作,并征求了相关部委、行业以及军方等共17个单位的意见。

首旅如家扩充中高端酒店阵营

北京商报讯(记者 钱瑜 郑艺佳)合并后,首旅如家计划在中高端酒店市场全面发力。12月22日,首旅如家透露,中端品牌是未来几年的重点发展方向,并计划在未來3—5年内将中端酒店品牌的收入占比提升至25%—30%。

在国内消费升级和经济型酒店利润承压背景下,包括华住、锦江在内的各大经济型酒店集团纷纷转型,瞄准中高端市场。而据首旅如家提供的数据,2016年前三季度,旗下中端品牌和颐、如家精选品牌18个月以上成熟店出租率达到了90.3%,平均房价324元,RevPAR为293元/间,与去年同期相比增长了11.3%。

截至目前,首旅如家旗下中高端酒店已超过520家,而在今年计划新开的酒店中,中端酒店占比也达到了30%左右。首旅酒店集团总经理孙坚表示,未来将有两种模式进行中高端酒店布局,一为对现有3000家存量酒店进行改造,二为对市场上的存量酒店进行收购改造。

有分析认为,目前国内一、二线城市的经济型酒店已有过剩之嫌,尤其是在一线城市,成本抬升以及新兴住宿势力竞争下,现有经济型酒店迫切需要转型升级。将现有酒店改造是保留规模、节约成本的做法。除却首旅如家、锦江、华住等酒店集团也先后发布了存量策略,改造原有酒店,升级成为中高端酒店或其他业态。

孙坚表示,公司已在中高端酒店市场加速布局,未来在中高端的投入也将重点推进,并成为公司的支柱战略之一,但战略实施仍需要时间。“目前中端品牌酒店收入占比超过10%,未来3—5年计划提升到25%—30%。”

餐厅导流多靠美食类App

“携程版大众点评”能否破冰

携程开始抢滩餐饮市场。12月22日,携程宣布推出独立餐饮品牌“携程美食林”。此举意味着携程正式进军餐饮信息服务行业,布局目的地美食。对于目前的携程来说,盈利并不是最重要的,能够塑造品牌在市场上先占据一席之地更为关键。有观点指出,携程在旅游领域的格局搭建基本完成之后,美食等泛旅游成为携程接下来要不断布局的领域。但同时,美食领域携程也面临着米其林、大众点评等“专业级选手”的竞争。

发布独立餐饮品牌

美食一直都是携程放不下的领域。在发布App7.0的同时,携程最新的独立餐饮品牌“携程美食林”正式推出,进军旅行餐饮信息服务之后,携程的一站式旅行服务平台构架也越来越丰富。北京商报记者在携程App上发现,“美食林”栏目已经赫然在列。其中的细分栏目包括星级、臻选、风味、小笼、红烧肉、本帮菜、西餐、火锅、迪士尼、外滩等。同时,推荐的餐厅配以地标位置、人均消费等信息。

不过,目前美食林主要推出的是榜单,尚未涉及到支付。“携程美食林”CEO李文介绍,美食林主要是做信息服务,现在和未来都不会涉及到交易。在具体运营方面,携程美食林将通过1.5万名美食猎人、500名专业评委、17位理事会成员、编辑团队等组成餐馆评审及推荐机制。在这样一个机制之下,“携程美食林”的美食猎人推荐当地的优质餐厅作为备选,之后经过评委的试吃、打分,最后还要通过理事会成员复核。携程方面公布的数据显示,目前“携程美食林”榜单已经覆盖全球34个热门旅行目的地,超过1200家餐厅,但是到了明年,这一榜单所涵盖的目的地则会扩充至60多个。“目前美食林布局的重点在国外。”

此外,“携程美食林”还推出餐厅评级,包括传统的星级餐厅榜单,还包括臻选、风味两个特殊榜单。对于这两个特别榜单的设立,李文解释称,“旅客对于目的地美食的需求显然是多变的,一份星

公司研究

Company research

与堂食统一 降低报税难度

餐企外卖增值税率定档6%

(个别食品适用13%税率),而餐饮服务则适用6%的税率。当时堂食和外卖将分别适用6%和17%的税率猜测成为餐饮圈关于营改增最热门的议论话题之一。多数大力发展外卖业务的餐饮企业负责人在接受北京商报记者采访时认为外卖17%的增值税率并不合理,如果真如此,外卖市场将难降降温。

但事实上,随着餐饮O2O热度不减,很多传统餐饮企业对外卖的看法也已经发生了本质变化,有的餐饮企业因外卖收入已经超过堂食收入而将

北京每年补贴百余文创产品

北京商报讯(记者 卢扬 郑蕊)对于轻资产的文创企业而言,融资难、融资慢、融资贵已经成为发展过程中普遍遇到的难题。对此,12月22日,北京市国有文化资产监督管理局办公室(以下简称“市文资办”)在全国率先启动了文创产业“补贷投”联动体系,试点统贷统批、风险补偿,缓解文创企业的融资难题。

文创产业的“补贷投”是指政府搭建平台,推动银行、融资租赁、股权投资机构等金融机构,为文创企业降低融资成本,简化审批程序,提供一揽子金融服务。其中“补”,是每年以北京市文创产业专项资金补贴方式(含奖励、贴息、贴租、贴保)支持文创企业发展;“贷”,是推动金融机构下浮贷款利率、简化审批程序,为文创企业提供贷款;“投”,是推动股权投资机构为文创企业提供股权投资服务。且在启动仪式当天,共有327家企业获得财政资金“补”的支持,同时还有80余家文创企业与北京市文化科技投融资租赁股份有限公司达成了初步融资意向。

现阶段文创产业的发展前景和市场价格价值已经受到业内外人士的认可,但同时可以发现,文创企业在发展的过程中,因为只拥有版权、著作权、专利权等轻资产,导致从银行等传统融资渠道拿到资金难度很大、时间较长、贷款利率也较高,假若从非银行金融机构融资,虽

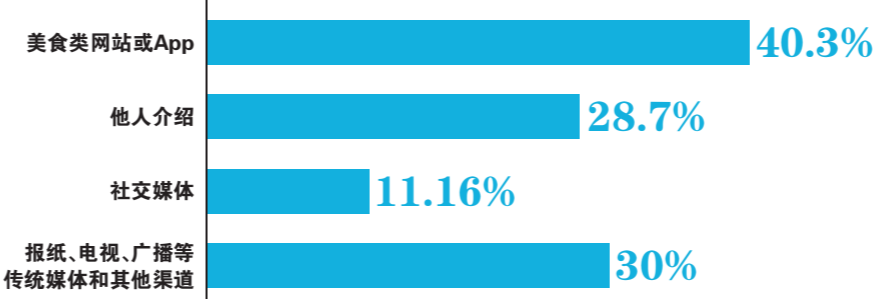
然速度相对较快,但资金成本却很高,这无形之中阻碍了文创企业发展的脚步,而文创产业“补贷投”联动体系正好可以缓解这些难题。据悉,今年市文资办选定了北京市文化科技投融资租赁股份有限公司作为首批试点金融机构,计划每年为100家以上的文创企业提供金额超过10亿元的资金支持,通常25个工作日以内就可提款。

“文创企业融资难不只是轻资产的特性,还有一个关键原因是风险由谁来承担,”北京大学文化产业研究院副院长陈少峰分析道,“文创企业属于轻资产,且其中还有较多经营不规范的企业,这都会增加无法还款的风险,而追求稳健的传统银行业以及其他一些金融机构,并不愿意承担这么高的风险。对此,政府可以拿出一部分奖励文创企业发展的资金用于给融资机构提供风险补贴,降低金融机构的风险,提升金融机构贷款给文创企业的意愿,也许每年1亿元、2亿元的风险补贴,就能撬动50亿元甚至上百亿元的投资规模。”

市文资办主任周茂非表示,“通过北京市文创‘补贷投’联动系统,将形成文创企业大数据库,建立起文创企业信用评级,编制文化地图,让线上线下投融资路演和项目对接,实现‘有钱的能找到好项目,好项目能快速找到钱’。”

北京商报记者 卢扬 郑蕊

消费者获取餐厅信息渠道



级榜单显然不足以满足所有人的需求,甄选、风味榜单涵盖了特色小馆、街头美食,会吸引不少边走边吃一族。”

这并非携程第一次在餐饮领域布局。2011年,携程收购餐厅预订平台“订餐小秘书”,而在2014年,携程通过App由高端餐饮切入美食。不过,这两大布局并未持续火爆。今年6月,不甘心的携程又成立了独立美食品牌“美食林”,也就是“携程美食林”的前身。

抢滩目的地美食

携程旅行网联合创始人、执行董事局主席梁建章在发布会上介绍,“携程美食林”致力于以华人标准为中国旅客推荐全球旅行目的地的特色餐饮,满足中国旅客对美食的不同需求。他指出,对于游客来说,目的地美食的重要性仅次于酒店和景点,甚至在部分目的地,美食是游客最为关心的环节,同时从消费占比来看,美食仅次于交通和住宿,甚至比门票的消费还要高。

然而,美食的挑选常常困扰着游客。“在我们的调查中,90%的人认为餐饮是旅行中比较重要的,但同时也有80%的人认为选择吃什么时有困难,中国人的胃与外国人的胃差别很大,所以我们希望推一个符合中国口味的榜单。”梁建章说。

有观点指出,携程在旅游领域的格局搭建基本完成之后,美食等泛旅游成为携程接下来要不断布局的领域。梁建章表示,布局了酒店、机票甚至是购物、

签证等市场,游客的一站式旅行服务仍未完善,其中“吃”就是需要重点布局的地方。

一位业内人士在接受北京商报记者采访时分析称,目的地的布局是发力度假旅游市场的核心,而目的地碎片化的资源包括地接、酒店、交通、餐饮、购物五大品类,从用户角度来说,餐饮是其中最为重要的一环,也是最需要商家改进的地方。另有分析认为,对目的地美食的发力也能够提升企业在目的地的话语权。

中国旅游研究院副研究员杨彦峰则表示,目的地美食是携程旅游业务的延伸,现在旅游被当做是本地生活的异业,吃喝玩乐游购娱都可以作为泛旅游的板块。目前,除了旅游企业涉足美食外,也有美团等企业从美食切入旅游业务。

行业挑战仍存

携程发力目的地美食有自身的逻辑,但同时这一市场的专业玩家也不少,携程进军同时面临多重挑战,国际餐饮评价平台米其林、大众点评等都是目的地美食推荐的主力者。

根据中国烹饪协会最新发布的《2016年餐饮消费调查报告》消费者获取餐厅信息渠道的调查结果,“美食类网站或App”以40.3%的占比排名第一,“他人介绍”占比28.7%。“社交媒体”比重有所上升,占到11.16%。“报纸、电视、广播等传统媒体”和其他渠道“合计约30%。美食推荐平台已经开始对餐饮商

引流产生影响,并成为餐饮商户看重美食推荐平台的主要原因,进而让各类生活服务O2O平台看到了美食推荐背后潜藏的巨大商机。

今年9月《2017年上海米其林指南》发布,这也是米其林在中国内地发布的第一本指南。该指南一经发布便在国内旅游圈、餐饮圈以及生活服务O2O领域引发强烈反响。北京商报记者注意到,就在上海米其林榜单发布后的第二天,当时尚未更名的携程旗下美食推荐品牌“食美林”便发布了一份上海美食地图,在这份榜单中,食美林同样以星级的方式对入选餐厅进行推荐,分别评选出4家食美林三星餐厅、4家食美林二星餐厅以及6家食美林一星餐厅。对比米其林与食美林当时发布的榜单不难发现,两个榜单的人选餐厅有所差别,但也存在一定重合度。

同样值得注意的是,携程近期一直与美团点评有公开竞争,此次推出的美食林在招聘中也设置了美团点评的专项职位,对于这样的“挖脚”,李文对媒体表示,这样的招聘确实存在,因为公司需要对这个行业更为了解的人进入,“美团点评本身有经验的同行,我们希望他们加入,我们希望做得更好”。

对此,有业内人士认为,相比米其林指南,美食林、大众点评等本地榜单目前的品牌影响力与前者差异悬殊,因此美食林须强调自身的独特定位。面向华人就是美食林目前最突出的特点,这或将成为其核心竞争优势,但是这一平台还须在榜单的呈现形式以及榜单内容方面更加有特点,“与米其林相似程度太高,对于美食林并不一定是好事”。

易观国际分析师朱正煜则分析,虽然在帮助携程塑造口碑,但若真的做起来,仍然会存在很多问题。“美食林旗下的榜单和预订,都需要长期投入来打造品牌,否则会被大众点评或者米其林榜单PK掉,只有瞄准旅游用户需求,并且扎扎实实去塑造标准才能被市场认可。”

北京商报记者 钱瑜 白帆 郭诗卉/文 韩玮/制表

体育旅游概念获国家扶持

北京商报讯(记者 钱瑜 郑艺佳)12月22日,国家旅游局和国家体育总局联合发布了关于大力发展体育旅游的指导意见建议,冰雪运动旅游、山地户外运动、水上运动旅游、汽车摩托车旅游等体育旅游新业态成为重点发展目标。

意见明确了未来几年间的体育旅游发展目标,到2020年,将在全国建成100个具有重要影响力的体育旅游目的地,建成100家国家级体育旅游示范基地,推出100项体育旅游精品赛事,打造100条体育旅游精品线路,培育100家具有较高知名度和市场竞争力的体育旅游企业与知名品牌,体育旅游总人数达到10亿人次,占旅游总人数的15%,体育旅游总消费规模突破1万亿元。

在此背景下,冰雪运动旅游、山地户外运动、水上运动旅游、汽车摩托车旅游、航空运动旅游、健身气功养生旅游等体育旅游新产品、新业态作为重点被提上发展日程。据蚂蜂窝统计,2016年最受自由行游客关注的体育旅游方式依次为潜水、滑雪、跳伞等等,能够“体验刺激”的旅行,已经成为当下游客最感兴趣的内容之一。

值得注意的是,随着2022冬奥会筹备工作的不断推进,冰雪运动旅游近年来关注度持续攀升。12月21日,承德冰雪季发布会在京举办。会中透露,承德

于一个餐饮门店来讲,堂食与外卖均是低盈利的普惠民生业务,不应承担过高税负,事实上,前期外卖一直按3%简易征收增值税。

有业内分析认为,堂食与外卖的增值税率统一,相比之前的3%,税率有所提高,但是对于属于一般纳税人的餐饮企业而言,堂食与外卖的税率统一也降低了餐饮企业的报税难度。另外,外卖缴纳增值税,意味着外卖的税负部分也可以进行抵扣,这对于规范餐饮行业尤其是事故频发的外卖市场有积极作用。

已拥有标准冰场18座、滑雪场1座、冰瀑资源两处,正在着力培育一批冰雪体育产业重点项目和示范园区,并已经启动冰雪体育人才培养工程。

据介绍,体育旅游目前主要分为三类,分别为观赛游、场馆游以及参与式的体育旅游模式,而第三种能够更进一步加强游客对旅游目的地的黏性,并延长旅游目的地的经济效益。在业内人士看来,开发体育旅游更重要的意义在于深度挖掘旅游目的地的价值。

“差异化是一个令传统旅游业发展较为困扰的问题。”北京联合大学副教授傅博伟表示,“目前市场上很多都是观光类旅游,这类旅游去了一次可能就不会再去第二次,但如果去滑雪,那么可能就不一样了。”

傅博伟表示,传统的旅游类型从视觉出发,体验较为单一,若要实现更为差异化的体验,可能就需要通过体育旅游这样的户外运动来实现。

据携程数据显示,目前国内体育旅游线路只占旅游市场的5%,而在国内这一数字为20%,这就意味着国内体育旅游仍有较大发展空间。意见也指出,要培育体育旅游市场主体,鼓励发展专业体育旅游经营机构,推动优势体育旅游企业实施跨地区、跨行业、跨所有制和重组,打造跨界的产业集团和产业联盟。