

编辑 徐慧 美编 贾丛丛 责校 郑棋 电话:64101864 lyzx0405@126.com

## · 名企动态 ·

**麦当劳：“i麦当劳”微信小程序首发**

4月20日，麦当劳在中国“互联网+”数字经济峰会上正式发布“i麦当劳”的微信小程序。即日起在麦当劳全国2400多家餐厅，顾客可以在柜台手机支付时使用这一微信小程序进行积分及产品兑换。

“提升顾客体验是麦当劳的核心目标。在麦当劳看来，顾客体验不仅仅是提供热而新鲜的美食，还包括享受到的服务，以及点餐、支付、取餐、用餐全过程中的体验，不论是在餐厅内还是餐厅外。”麦当劳中国副总裁、首席市场官须晓在中国“互联网+”数字经济峰会小程序论坛上表示。

麦当劳从2016年起开始推动“未来2.0”战略：通过触屏自助点餐机、双点式柜台、送餐到桌等一系列硬件和服务，为顾客提供数字化、人性化、个性化的体验。今年上半年，全国将有超过1000家麦当劳餐厅完成“未来2.0”的升级。

北京商报记者 徐慧

**美团点评：互联网餐厅菜单线上可查**

近日，美团点评餐饮开放平台推出“互联网餐厅”项目，将联合餐饮软件服务商为商家提供菜单、营业状态线上实时展示等一系列的整体解决方案。目前，“互联网餐厅”菜单线上展示功能已经上线。

据悉，通过使用与美团点评餐饮开放平台对接“互联网餐厅”业务的ERP系统，商家仅需授权门店信息，即可将店铺信息在大众点评进行线上展示。目前皇家鸡排、芝根芝底等多家餐厅已接入该项功能。

线上菜单使得商家在互联网平台展示的数据信息更为丰富优质，且具有实时性，也可解决新商户以及中小商户短期因无网友评论而无法在线上展示自家菜品的问题。对消费者而言，线上菜单展示的菜品分类、名称、价格等信息，也有助于消费者进行就餐选择。

美团点评餐饮开放平台相关负责人介绍，目前餐厅经营数据离线、线上线下信息不同步的现象普遍存在，这在一定程度上影响消费体验。“互联网餐厅”项目的推出旨在联合餐饮软件服务商共同解决这一痛点。除了线上菜单展示，“互联网餐厅”后续也将在商家营业状态、桌台信息线上展示等功能持续发力。

北京商报记者 徐慧

## · 业界声音 ·

■“缺乏文化包装、缺少职业经理人和中央配送体系、采用家族式管理，是湖北餐饮企业在一线城市败阵的关键原因。”

“鄂菜改楚菜”研讨会4月23日在湖北武汉举行，武汉市餐饮协会会长刘国梁在接受媒体采访时表示，更名可能提升湖北菜的历史文化底蕴，但湖北餐饮企业要想走向全国，需要进一步提升管理水平和文化软实力。

■“公民享有合法的姓名权，当然可以合理使用自己的姓名。但公民在将其姓名作为商标或企业字号进行商业使用时，不得违反诚实信用原则。”

4月24日，最高人民法院向社会公开集中公布了2016年中国法院十大知识产权案件，侵害“庆丰”商标及不正当竞争纠纷案是其中之一。这是最高人民法院对于判以徐庆丰为法定代表人的山东庆丰餐饮管理有限公司败诉的解释。

■“餐饮管理中心与公寓管理中心联合治理学生订餐、送餐的违规现象。从即日起，各公寓如发现订餐、送餐的同学，将给予该同学寝室断电3日；如有同学举报订餐、送餐情况，一经查实并对商家进行处罚后，给予该同学500元奖励。”

4月18日张贴在大连财经学院内的一则禁止学生订外卖的通知遭到学生们的广泛质疑与吐槽。

**遗失声明**  
北京市牛屯堡永顺副食商店（注册号：110112600515769）不慎遗失营业执照正本，特此声明。  
2017年4月26日

**遗失声明**  
北京鸿运天外天餐饮有限公司翠微路分店（注册号：110108000312457）不慎遗失公章，特此公告。  
2017年4月26日

**以快餐模式做大传统小吃**

——专访武圣羊杂割董事长王刚



在更多地区开放加盟打下基础。

**以快餐模式经营小吃**

除了开店模式调整外，自去年开始，武圣羊杂割在产品方面也开始进行调整，在主打产品——羊汤的基础上又推出了一些周边产品，让武圣羊杂割的产品结构保持相当高的集约度。

作为东北人的王刚为何选择羊汤这一具有西北特色的小吃产品选为核心产品，让很多人颇为好奇。说起创业之初将羊汤选为主打品类，王刚坦言，“做武圣其实是因为之前做生意失败了，身边刚好有人会做羊汤，就想开个做羊汤的店，试着东山再起。当时，市面上还没有把羊汤做成连锁的品牌，我们开始以羊汤为主打品类，一步一步慢慢做到现在的规模”。王刚选择羊汤做主打品类的另一个原因是，羊汤本身自带特色小吃的属性。在他看来，快餐企业的发展离不开节奏较快的大城市，而通常生活节奏较慢的三四线城市，快餐的发展也比较缓慢，因此除了肯德基、麦当劳这样的西式快餐品牌外，国内快餐品牌向三四线城市下沉的并不多。而事实上，消费者对于特色小吃带有一定的好感，武圣羊杂割就是用快餐的模式经营小吃，让羊汤这一特色小吃得以标准化、连锁化、品牌化发展，以满足消费者的不同需求。

除了羊汤外，武圣羊杂割目前也在尝试孵化其他品类的品牌。据介绍，武圣羊杂割目前的门店大多为社区门店。在此基础上，武圣羊杂割为了提升门店的盈利能力，自去年开始也在产品中加入了一些羊汤的周边产品，以延长门店经营高峰时段，避免因快餐定位而导致仅有午餐一个用餐高峰期。据王刚介绍，对产品进行调整后，门店客流已经开始增加，效果比较明显。

**简单需求存在大市场**

目前在餐饮市场大行其道的“单品策略”，对餐饮企业而言其实是把双刃剑。餐厅经营的产品品类少，的确能让餐饮品牌将更多精力集中在核心产品上，降低采购、厨师等一系列成本的支出，相应也能降低开店的难度。但同时，品类老化对于以单品策略经营的餐厅而言会产生更大的影响。因此，很多餐饮品牌在自身的产品上又加入了更多能吸引消费者的噱头，以出新、出奇的方式放慢品类老化的速度。

在王刚看来，单品餐厅坚持做简单，其实也存在不小的市场空间。在当前市场环境下，餐饮企业也在不断精进自身的营销方式，给品牌及产品贴上很多迎合时下消费需求的标签，这样的做法确实能够吸引消费者。但对于餐厅而言，消费者到店消费最基本的需求就是吃饭，武圣羊杂割在做的就是尽可能满足消费者这一最基本的需求。“站在消费者的角度上想，他们的需求其实很简单，就是吃到他们认为花这些钱能吃到的东西。这最好做，但也最难做。好做是因为只要做好做餐饮最基本的就可以，不用花太多心思在其他事情上，难做是因为要长时间地坚守。”

为迎合品牌定位，武圣羊杂割目前的门店大多为社区门店。在此基础上，武圣羊杂割为了提升门店的盈利能力，自去年开始也在产品中加入了一些羊汤的周边产品，以延长门店经营高峰时段，避免因快餐定位而导致仅有午餐一个用餐高峰期。据王刚介绍，对产品进行调整后，门店客流已经开始增加，效果比较明显。

北京商报记者 徐慧 郭诗卉

**关注****三大外卖平台联合发布文明送餐自律公约**

随着外卖O2O迅猛发展，外卖已经成为继做饭和堂食之外，国人的第三种常规就餐方式，为千家万户带来了生活便利。与此同时，一些行业问题也日益凸显。比如因局部竞争引发的肢体冲突、群体事件偶有发生，以及个别配送员违反交通规则造成交通事故、个别不良行为引发服务纠纷乃至用户伤害等问题，引起了广泛关注，造成了一定的负面影响。

外卖行业的良性发展需要领军企业的共同努力、共同呵护。近日，饿了么、百度外卖、美团外卖在京组织了自律座谈会，三大平台的安全

管理、廉正、法务等负责人共同探讨，代表三大平台会签了《文明送餐自律公约》，主要内容如下。

为规范外卖行业市场秩序，维护行业公平竞争，提升用户满意度，促进整个行业长期健康发展，三大外卖平台寻求联防联治，达成如下共识：

完善各平台的内部管理机制。三大平台通过对代理商、加盟商及一线员工的培训及监督，防止商业竞争演变为肢体冲突或群体事件。当一线业务发生冲突升级时，第一时间启动总部间的沟通机制，控制事态，妥善解决。

提倡文明送餐。三大平台都规范送餐职业礼仪，加强卫生管理和交通安全培训，倡导安全送餐和安全出行。制定完善的管理方法、良好的道德风尚标准，让礼貌文明的配送员队伍成为城市一道亮丽的风景线。

联合淘汰失信配送员。通过联合拒录、联合优化等方式避免有违法犯罪或严重不良行为的配送员从一个平台迁移到其他平台。以用户、商户与平台多方联动的评价机制快速沉淀出平台放心、用户满意的优质配送员群体。

北京商报记者 徐慧 郭诗卉