



| 北京首店 | 伴随营商环境不断被优化,消费热情不断被激发,北京吸引着越来越多品牌首店进驻。从新零售超市、网红餐饮到国际大牌,《消费周刊》持续报道“北京首店”系列,挖掘首店特色,探寻首店服务,从门店环境、商品结构、服务体验等多方面展示首店风采。

肉骨茶进京 “慢炖”小众市场

近期,新加坡米其林指南推荐餐厅、潮州式肉骨茶代表品牌之一的松发肉骨茶在北京王府井apm商场开业。店铺延续松发早期南洋怀旧风,并融合现代设计、标志性的手推车、怀旧的水龙头等装饰,让整体风格独具一格。据了解,国内的松发肉骨茶门店由新加坡餐饮集团BreadTalk Group(面包物语集团)与松发控股(Song Fa)联合推出。截至2018年,松发在新加坡已开设8家门店,印度尼西亚7家,中国上海3家,后续还将在北京、深圳、广州及泰国等地区开店。

装扮怀旧风

近期,创建于1969年的新加坡潮州式肉骨茶代表品牌松发肉骨茶落户王府井apm。门店提供近百个餐位,座位宽松舒适。门店的装修风格延续了新加坡老店设计,在早期南洋怀旧风格上加上简约、现代化的设计。门店使用黄蓝色的彩色瓷砖、工业风管道设计、木制百叶窗以及老式玻璃吊灯,让门店风格迥异。并且,品牌标志性的手推车、怀旧的水龙头等装饰同样存在,仿佛宣告着品牌的历史与溯源。

“肉骨茶”名字来源于福建方言,在南洋的福建人和潮州人之间广为流传。潮州式肉骨茶没有药材味,仅选用简单却个性十足的食材、白胡椒、大蒜以及猪骨熬制。1969年,松发肉骨茶创始人杨应松以手推车起家,做肉骨茶生



意。后于1975年在维多利亚街开设首家松发肉骨茶店。2016—2018年,松发肉骨茶连续三年跻身新加坡米其林必比登美食推介餐厅榜单。

增烘焙业务

经过50年的发展,松发已是新加坡家喻户晓的潮州式肉骨茶代表品牌之一,并在亚洲地区开始连锁经营。截至2018年,松发在新加坡已开设8家门店,印度尼西亚7家,中国上海3家。

松发肉骨茶进入中国市场与新加坡知名餐饮公司BreadTalk Group(面包物语集团)不无关系。据了解,两家公司已于2017年7月签订合资协议,其中BreadTalk Group控股90%、松发肉骨茶控股10%,共同成立BTG-Song Fa Venture私人有限公司,将在北京、上海、深圳、广州及泰国经营松

发肉骨茶餐厅。

而反观BreadTalk Group,2000年该集团成立于新加坡,并于2003年在新加坡证券交易所(SGX)上市。目前,该集团业务足迹遍及烘焙、餐厅与食阁领域,在19个国家和地区开设近1000家门店,旗下品牌包括面包物语、土司工坊、大食代、鼎泰丰、麦子仓库、泰茂栈、蛋糕细语、创、松发与吴宝春麦坊等。

缓步布局市场

事实上,近几年在中国餐饮市场稳步上升以及消费升级的趋势下,越来越多的外国餐饮品牌以合资、代理、控股等方式进入中国市场,但整体来看,这些“洋品牌”的发展缓慢谨慎,都是在一步步尝试中扩展市场。

BreadTalk Group面包物语集团首席执行官朱兴辉曾表示,BreadTalk Group面包物语集团进入中国市场已有16年,在中国市场具有一定的品牌营运和管理经验。松发肉骨茶在上海市场收到的良好反馈也进一步增加了品牌的信心。对于松发肉骨茶的发展,朱兴辉认为好的品牌需要慢慢发展,不急于开很多门店,计划三至五年的时间开6家新店。

有业内观点指出,在年轻消费者的多元化消费需求下,给了不少国外餐饮品牌在中国发展的机遇。但从长远发展来看,这些品牌不仅需要有品牌特色以及受认可的产品,还需要探索符合中国市场消费环境的相关产品、营销和战略才能使品牌持续扩张。

北京商报记者 王晓然 赵超越



· 资讯 ·

盒马提前开售小龙虾抢夏日消费

北京商报讯(记者王晓然 徐天悦)往年夏季才能吃上的小龙虾今年借助新零售平台已经开售。3月26日,北京商报记者获悉,从3月中旬起,北京、上海、西安、成都等地盒马鲜生已经开始销售小龙虾产品。据盒马相关负责人透露,盒马门店主要销售活虾和加工好的小龙虾,小龙虾产品上周比上上周的销量翻了近4倍。据了解,北京、上海、广州、西安等多个城市的盒马门店目前在售的活鲜小龙虾大多数来自潜江市,潜江已于3月23日赶早进行了开捕仪式,今年小龙虾“早熟”主要是因为天气较暖,小龙虾的生长快。不过总体来说,3月的小龙虾产量不大,当前市场价格也偏高,不乏七八十元一斤的高价,并且品质也参差不齐。

喜茶开卖咖啡

北京商报讯(记者王晓然 郭缤璐)继酒精饮料、欧式面包后,喜茶又开始卖咖啡。近日,喜茶上线4款咖啡饮品,初期仅在北京君太百货DP店、深圳万象城黑金店、广州惠福东热麦店、上海湖滨道热麦店4家门店售卖。4款咖啡定价在21—25元不等,冷饮杯容量为500ml,热饮杯为12oz。在产品方面,与传统咖啡不同的是,喜茶咖啡新增了黑糖珍珠、奶冻、奶盖等材料。在外包装方面,这次咖啡系列产品启用了新的“港风”喜茶咖啡手提袋和冷饮U形杯。据了解,这不是喜茶第一次做咖啡,早在创业时期喜茶就推出过咖啡,而这次的咖啡产品并不是为了做传统咖啡,而是借波波、芝士、冰淇淋等材料做出新的尝试。同为“网红”茶饮品牌的奈雪の茶前不久也推出茶+咖啡系列产品,价格在19—25元不等。

鲜生活无人便利店落户优客工场

北京商报讯(记者王晓然 徐天悦)3月27日,北京商报记者获悉,鲜生活与优客工场合作的第一家“HiMart&优客工场”无人便利店已经在北京王府井世纪的优客工场联合办公空间开业。该无人便利店使用了“楼下”智慧中台系统,用户扫脸即能认证成为会员,通过AI智能识别即可进入门店,选取货物后扫商品专属码支付,也可以通过自助购设备完成自助支付。此外,通过“楼下”平台,优客工场与鲜生活旗下好邻居便利的会员体系也进行了打通,优客工场会员可以好邻居会员身份享受优惠,好邻居会员也可享受优客工场会员的办公便利服务。鲜生活为便利店新零售赋能公司,在全国自营和合作便利店门店数量超过5000家,旗下好邻居目前在北京有300多家门店。

昌平老年用品展厅展示近300种产品

北京商报讯(记者王晓然 王维祎)近日,昌平区老年用品展厅正式开放。该展厅位于昌平区水关新村甲1号,展示面积约650平方米,展示产品涵盖康复类、护理床类、移位类、助行类、排泄类、沐浴类、生活辅具类等多个种类,涉及护理床、爬楼机、移动式坐便器、沐浴椅、各类轮椅、扶手及日常生活所需的餐盘、省力筷子、勺子等近300种产品。

昌平区老年用品展厅是昌平区养老服务指导中心的一部分,依据老年人日常生活所需的辅助器具进行合理化区域划分,可为不同需求的老年人提供全面、专业的展示体验服务。该展厅由昌平区民政局指导建设,由长友养老服务集团旗下长者友善商贸服务有限公司运营。昌平区民政局负责人表示,在提供展示体验服务、向大众普及辅具知识的同时,还可为昌平区老年人尤其是失能老人提供适老化上门评估、适老化改造、辅具租赁与销售等服务,并以昌平区水关新村为中心,辐射周边社区乃至整个昌平区近15万老年人口,让昌平区老年人晚年生活更有品质。