

和合谷：微利行业迎接全时段竞争

深耕北京餐饮市场近20年的和合谷早已成为中式快餐中的代表性品牌，同时和合谷也已经成为北京餐饮这10多年巨变的见证者。近年来，和合谷不仅继续制定早餐工程发力早餐市场，还在积极探索夜宵领域。但由于早餐的时段特殊、平均客单价较低、利润微薄，对餐企运营管理能力有更高的要求，对此，北京和合谷餐饮管理有限公司总经理赵京对北京商报记者表示，随着消费升级，优质优价是目前餐企新的转折机遇，除了长期坚持为市民提供优质早餐之外，对上下游合作伙伴负责，也是餐企践行早餐工程的重要社会责任。

入局早餐红海

赵京对北京商报记者表示，随着入局者激增，国人早餐消费观念也在发生变化。“我小时候吃一顿很好的早餐是2元钱，大家认为吃一顿早餐不应该很贵，后来麦当劳进入中国早餐市场推出6元套餐，当时6元钱是比较高的，但是消费者慢慢也都接受了。”赵京认为，消费者已经不是原来只追求便宜的观念了，早餐已面临多元化发展的境遇，和合谷也在进行观念和产品的革新，入局早餐红海。

在产品上，赵京认为优质优价才是早餐新的发展机遇。“比如和合谷售价3元钱的油条，使用的是非转基因的大豆油现炸，每天换油顾客都能看得见，由于保证质量，油条的销量目前翻了一倍，一天的销量在七八千根左右。”赵京说道。据了解，针对不同消费者的消费需求，和合谷早餐定价分布得较为广泛，单人早餐套餐既有6元豆浆油条套餐组合，也有15元的虾仁馄饨等高价位营养早餐。

除了丰富套餐定价和搭配之外，和合谷也在开拓新的业务板块，产品同样在外卖平台也做了同步，和合谷也将早餐外卖作为重要的早餐场景开始做有针对性的布局，从餐品设计、优惠活动力度、线上店内装修、合理设置折扣菜品等多方面进行调整，并从今年开始，对早餐外卖的外包装进行相应升级，尽量避免



和合谷总经理赵京

餐品在运输途中可能出现的漏、洒、保温性差等问题，来提升顾客满意率，提升复购率。在与外卖平台以及即时物流平台三方的共同努力下，早餐外卖的覆盖范围、配送质量和销售额同比都有明显提升。

内部高于国标

随着近两年公众对食安问题的关注，很多不具备食安标准的早餐摊被清理，面对巨大的早餐刚需市场，北京市通过政策补贴和引导，一直推行早餐工程、早餐示范店，意在引导连锁快餐增加早餐覆盖面，提升早餐品质。

早在2013年和合谷便成为北京市早餐工程的重点实施单位，除了商场店不具备早餐供应条件之外，80%和合谷的门店均在早餐供应。“目前和合谷在国内总计有150家门店，北京地区116家，有90家门店开放早餐。”据了解，在2004年和合谷开业之时便开启了早餐业务，长达15年的早餐供应，和合谷内部已有严格的食安管控条件；“我们对于早餐的内部食安标准是高于国家标准的，所有门店均有24小时的

中央监控，并设有第三方检测机构，另外还有门店自查、SOP质量手册等多种方式来规避食安问题的发生”。赵京说道。

除了对消费者餐品质量的责任之外，赵京认为，餐企对自己上下游的合作伙伴负责、对社会公益的关注也是一种社会责任；“对员工、供应商等合作伙伴我们投入了很多资本、精力进行维护，在社会公益方面我们有‘授渔计划’，希望能够贡献企业的一份力量”。

迎全时段竞争

在餐企承担社会责任的同时，政府也在积极为企业营造良好的市场环境。在赵京看来，为了避免劣币驱逐良币现象发生，通过政府的引导和扶持，头部连锁餐饮品牌、连锁便利店逐渐成为早餐供应的主力军，这些品牌不仅担负一定的社会责任，也要通过不断推陈出新抗衡经营压力，这对和合谷来说有了新的机遇和要求。

“刚才我们说了早餐利润较薄，而快餐又是高频刚需的行业，所以它必须要覆盖全部的消费时段，早餐、午餐、下午茶、晚餐、夜宵均要担负平摊营业成本，随着人工、租金、食材等价格上涨，全时段供应是连锁快餐品牌发展的一个必然趋势，除了早餐之外，和合谷也将大力发展夜宵市场，对外卖的包装和品质进行升级。”赵京说道。

除了和合谷之外，很多连锁餐饮品牌均在早餐时段餐品供应的尝试，今年7月，据肯德基宅急送官方公号显示，肯德基将推出撸串啤酒手撕鸡等餐品，于2019年7月15日起在上海、成都、重庆、哈尔滨等10城首发，其中上海、成都、重庆等地将在9:15至次日凌晨5:44之间供应，福州、厦门则在10:15至次日凌晨5:55之间供应，供应时长将近20小时。北京商报记者获悉，肯德基为本次新品已经筹备建立独立的供应体系，意味着肯德基实现了从早餐到晚间的全时段供应。另外，星巴克、■ ■等连锁餐饮品牌均在开拓边缘市场，寻求企业增量发展空间。

中国烹饪协会副会长冯恩援表示，2019年1-6月，全国餐饮业营业总额达到了21279亿元，增长率为9.4%，冯恩援认为，在大局看好的情况下，餐饮要向多元化的服务迈进，业内人士分析认为，全时段餐品供应符合消费者的多元需求，除了早午晚的刚需市场之外，夜宵、下午茶也是餐企越来越关注的增量市场，这也对企业的成本管理能力、人力资源调配有了更高的要求。

北京商报记者 郭诗卉 于桂桂



和合谷招牌宫保鸡丁饭



清朝光绪年间，56岁的丁宝桢从山东西进调任四川总督。这位颇喜美食的晚清名臣在蜀地任职期间创制了一道将鸡丁、花生米下锅爆炒而成的佳肴。不曾想，这道丁府“私房菜”后来越传越广。丁死后，清廷追赠“太子太保”名号以表彰其功绩，而他创立的这道菜品也因此得名宫保鸡丁，世代流传。

如今，百年之后，宫保鸡丁早已不是狭义上的川菜，而成了中华美食的一张名片，除受到不分地域的国民喜爱外，也走向国

宴、走向世界，成为全球食客必尝的国菜经典。为了呈现出一碗令人满足的宫保鸡丁饭，和合谷融合现代工艺，选用高品质鸡腿肉并予以去皮、切丁，配以秘制酱汁现场炒制，最后呈现的宫保鸡丁饭肉汁充分，鲜嫩味美，花生酥脆，辣而不燥，香甜适口，使消费者畅快淋漓、念念不忘。和合谷的宫保鸡丁饭，每天都有1.5万人次在和合谷百家门店享用，是和合谷最受欢迎的菜品，在今年的餐饮十大评选中，和合谷的招牌宫保鸡丁饭也荣获了2018年度畅销菜品。