

能否借人造肉翻身

三年关店两千余家 赛百味怎么了

近日,赛百味宣布与人造肉制造商 Beyond Meat 合作测试使用植物肉制作名为“Beyond Meatball Marinara”的三明治,并将在9月份开始在美国和加拿大的685家餐厅试销。

赛百味坚信与人造肉制造商 Beyond Meat 的合作可以帮助自己

重振苦苦挣扎的业务。而在外界看来,与 Beyond Meat 的这次合作,或许是赛百味的一个新机会。

即便是全美最大的连锁餐厅,赛百味的发展也并不是一帆风顺的,从亏损的2016年开始到2018年,赛百味在美国已关闭了2000余家门店。

新产品是救命稻草吗

赛百味在发布的新闻公告中称,在这段战略创新合作关系中,美国人造肉制造商 Beyond Meat 将为赛百味独家定制一款基于植物蛋白的肉丸,以帮助用户开发新的植物蛋白产品。

新产品将使用 Beyond Meat 专为赛百味定制的植物肉丸产品替代原本的肉类,而原来的腌料和奶酪保持不变。赛百味宣称,其经典款三明治含有20克蛋白质,而这款植物肉三明治的蛋白质含量达到24克。

根据信息咨询公司欧睿数据的预测,到2023年,美国肉类替代品市场将增长到25亿美元。根据市场调研机构尼尔森的数据,弹性素食者(希望减少肉类摄入量的吃杂食的人)占肉类替代品购买者总数的98%。

据行业组织 Good Food Institute 在7月发布的报告统计,过去一年,美国基于植物的食品零售销售额增长了11%。巴克莱银行预测,未来十年可替代肉领域的市场规模将增长至1400亿美元,约占全球肉类行业规模的10%。

投资者非常看好肉类替代品

的增长前景和 Beyond Meat 公司的未来发展机遇。今年5月份上市并成为美股“人造肉第一股”的 Beyond Meat,上月发布了IPO后的首份财报。财报显示,其二季度收入达到了6730万美元,是去年同期1740万美元的近四倍。该公司目前的市值为98亿美元,其股价自IPO以来已上涨了544%。

财报还显示,在 Beyond Meat 二季度的净销售额中,来自合作餐厅与食品服务等对公业务的收入约占总销售额的49%,达到3310万美元。而总销售额的另外一半,则来自于日杂超市等零售端收入。目前,这家总部位于美国加州的创新公司已与 Dunkin'、Del Taco 和加拿大的 Tim Hortons 等连锁快餐店建立了合作伙伴关系。

这两年,在被主打墨西哥风味的快餐品牌 Chipotle 和三明治连锁店 Potbelly 等竞争对手看似更健康的食物抢走客流量的同时,不断上涨的大宗商品成本令赛百味的招牌三明治已无利可图。从2016年起,赛百味关闭的餐厅数量已经多于新开餐厅的数量。更糟糕的是,赛百味还面临着加盟商的多起诉



即便是全美最大的连锁餐厅,赛百味的发展也并不是一帆风顺的,从亏损的2016年开始到2018年,赛百味在美国已关闭了上千家门店。

讼,理由是赛百味非法终止了特许经营协议。

作为美国最大的餐饮连锁品牌,赛百味几乎在美国哪个地方都能看到。2010年,赛百味以33749家的分店数超过麦当劳,成为全世界最大连锁快餐品牌。但在如此快速扩张之后,赛百味却迎来了关店潮。

食品服务研究机构 Technomic 执行副总裁崔斯塔诺认为,赛百味的门店已经多到让人觉得它无处不在,但与其让消费者因为距离、便利性等因素而上门,倒不如积极提升商品的品质和服务的质量。如今,人们需要解决的已经不是温饱问题,他们更愿意把钱花在能够买到更好的商品、更好的理念与更好的服务上。

>>>

管理问题积重难返

2014年和2015年,赛百味的营收和市场份额持续缩水。2016年,赛百味在美国关店300多家,并自此加快了关店步伐;2017年,关门909家,几乎是2016年的三倍;2018年,关闭了超过1100家美国门店,连续三年关店数量超过开店数量。目前,赛百味在美国门店不足25000家,创近10年来新低。

尽管赛百味一再解释,之所以出现关店是因为市场竞争加剧、新品牌崛起、消费者对“健康”需求的变化以及代言人丑闻和创始人去世等事件的影响,但显然,造成赛百味今日局面的真正原因是加盟模式背后一系列的管理问题。

赛百味发言人曾在一份声明中表示,赛百味一直专注于“聪明地发展和餐厅的优化——利用更好的地理位置获取赢利”,而“关店是其优化计划的一部分”。

不过,地理位置仅仅是赛百味众多问题中的一个,无节制扩张仅仅是销售额下降的表面原因。以“新鲜、健康”著称的赛百味三明治,近年来却一再爆出食品安全问题,导致了品牌形象的严重下滑。另一方面,“健康”在新时代有了新定义,如无激素、无添加剂、非转基因等,而赛百味的品牌理念已经过期了,再加上其产品结构过于单一和落后,导致竞争力下降。而同类品牌在“健康”方面并不逊色,并且它们的产品比赛百味更丰富。

在2008年金融危机期间,赛百味凭借售价5美元的招牌三明治获得了成功,但当消费者的钱包逐步鼓起来,5美元的三明治只满足了消费者的基本生存需求,而人

的需求是会转变的,市场也会随之发生变化。

从以前的麦当劳到现在的面包连锁店 Panera Bread、星巴克,甚至塔吉特百货和沃尔格林这样的零售商,现在都已经将三明治添加到了外带速食的菜单上。毫无疑问,它们挤压了赛百味的市场。

而食品安全问题也暴露了赛百味内部管理的混乱和效率的低下。根据“商业内幕”(Business Insider)的报道,大多数赛百味门店每周仅进货1至2次,食材新鲜度难以保证,而公司又禁止加盟商自行采购新鲜食材。另外,赛百味管理机构冗繁,沟通效率低下,这样即便加盟商想依据当地情况进行调整,向上申报也是一个冗长的过程。

赛百味的市场反应迟钝,造成了其在产品更新迭代和使用新技术方面表现不佳。

在电子商务大潮之下,直到2015年,赛百味才开始关注线上业务,2016年3月,才宣布成立数字部门,专门负责公司和消费者沟通渠道,上线外卖服务。

当其他快餐巨子忙着更新产品线时,赛百味的菜单却十年如一日;当餐饮营销手法层出不穷时,赛百味却袖手旁观;当其他品牌积极接入线上平台时,赛百味仍然不为所动。在急速变化的市场中,赛百味始终慢人一步。

雪上加霜的是,赛百味的公司高层一直在变化中。去年5月公司首席执行官苏珊·格雷科退休后,赛百味至今没有找到合适的常任首席执行官。不久前,其北美副总裁詹姆斯·沃克又宣布辞职。

(宗和文)

英国居民囤货备战“硬脱欧”

英国最新调查结果显示,英国人已经花费40亿英镑(约合340亿元人民币),用于应对可能出现的无协议“脱欧”。

英国《卫报》8月12日援引英国金融机构 Premium Credit 调查所获结果报道,五分之一的调查对象已经开始囤积食品、饮品和药品;这些人每人额外花费380英镑(约合3230元人民币),其中约有80万人在囤积物资方面花费超过1000英镑(约合8500元人民币)。在囤积物资者中,74%的受访者表示他们购买了食物,50%的人购买了药品,46%的人购买了饮料。

连锁披萨店达美乐(domino)宣布,为了做好应对无协议脱欧的准备,已花费700万英镑(约6000万人民币)购买原材料库存。公司将为此面临增加额外仓储及制冷设备的成本,以应对日后需求。

据华尔街日报报道,英国居民朱莉娅·麦克法兰(Julia Macfarlane)也储藏了大量物资。麦克法兰认为,将来无论脱欧与否都会引起一定程度的骚乱,届时当食物用尽后,她更倾向于去楼上库存中取得,而不是前往超市。

现年60岁的商人大卫·伊沃里(David Ivory)表示,为保证免受英国脱欧的风险,他积累了大约1000英镑(约合8500人民币)的罐装豆、椰奶和纸巾等用品,并另外购买了一个冰箱。他对此解释:“我必须做出对储存物资的数量的计算。”

报道称,英国最富有阶层赶在“脱欧”期限到来前进口更多豪华车,以规避“硬脱欧”可能产生的关税。博德莱·哈特菲尔德律师事务所(Boodle Hatfield)提供的数据显示,过去一年,英国进口超过3800辆豪车,环比增加16%。

Boodle Hatfield 的弗雷德拉克(Fred Clark)说:“无协议的脱欧可能意味着豪华车的进口价格将在一夜之间变得高出32%。如果英国无协议脱欧,那么汽车进出口有可能变得更加困难。现在更多的人正在认真应对这种风险,并将车辆从欧盟带入英国。”

Premium Credit 的报告还发现,与英国脱欧相关的物资储备也会影响现金流。Premium Credit 的亚当·莫格姆(Adam Morghem)表示:“英国企业和家庭的储备水平有很好的记录,但很少关注对现金流的影响,这对现金流非常不利。”

研究认为,库存对现金流有巨大影响,这将迫使更多企业和家庭使用信贷去购买保险和承担其他支出。此外,如果英国最终无协议脱欧,企业或将出现短期供应问题,政府表示正在对此问题开展预防工作。

英国政府8月9日发布的数据显示,英国第二季度经济萎缩,系2012年第四季度以来首次。数据还显示,4月至6月,英国国内生产总值环比下降0.2%。

英国首相鲍里斯·约翰逊准备在9月第二周与反对英国在没有达成协议的情况下退出欧盟的议员们正面对峙。不过,不同党派的议员目前尚未确定阻击“无协议脱欧”的最佳方法。

英国《卫报》8月12日披露,首相府预期第一场交锋可能9月9日上演。

英国康雷斯市场调查公司所作民调显示,54%的调查对象认同约翰逊“无论如何需要实现‘脱欧’,如有必要可以暂停议会”,以阻止议员出手干预。另有46%的调查对象反对这一说法。

民调结果以1645名调查对象的回复为依据,没有明确给出偏好的调查对象的回复已被排除。依据1783名调查对象回复的另一份民调同时显示,31%支持保守党,比先前提高6个百分点,27%支持工党。据路透社报道,这一结果与先前多份民调一致,显示约翰逊出任首相后,保守党所获支持率上升。

(辛梓)

快速扩张隐患显露

在经过几十年发展后,赛百味早年间快速扩张正带来越来越多的副作用。

据“商业内幕”(Business Insider)报道,早年赛百味鼓励加盟商多开店,哪怕在附近已有赛百味门店的情况下也可重复开店。这在公司发展前期,有利于拓展市场,并给赛百味带来了大量的加盟收入。但是,这一策略最终也导致了加盟商们不得不因门店覆盖区域大量交叉而互相竞争,并导致三分之一的门店没有利润。在这种情况下,一旦赛百味进行优惠促销活动,本来压力就不小的加盟商会更加吃力。

与此同时,竞争对手也在抢走赛百味的北美市场份额。根据芝加哥餐馆研究公司 Technomic 的数据,赛百味在2016年美国本土的销售额减少了2亿美元,同期,它的竞争对手 Jimmy John's、Jersey Mike's 等公司的销售额增长了5.4亿美元。根据研究机构 Restaurant Research 的数据,赛百味在美国三

明治市场所占份额从2013年的82%下降到2018年的76%。

对于近年来关闭了不少门店、业绩下滑的赛百味来说,显然想借助人造肉热点重振业绩。

与大多数试水或推广植物人造肉产品的餐饮企业一样,赛百味也希望通过测试新产品吸引消费者注意,进而提升门店客流量,改善业绩。

“我们的消费者非常重视食物的口感和口味创新,植物人造肉产品能够满足这些需求。”赛百味首席品牌创新官伦·范·波普林(Len Van Popering)表示。

推出新产品是赛百味重振业绩的举措之一。从行业趋势来看,植物性饮食潮流下的人造肉产业兴起,吸引着越来越多的餐饮企业进入这一市场。

欧睿的数据显示,全球人造肉市场在2017年和2018年分别增长了18%和22%。2016至2017年,全球素食主义者增加量前十个

国家的数据显示,东南亚、欧洲是最主要的增长区域。同时,尼尔森的调研数据显示,截至5月25日,美国的包装植物肉销售额增长了10.3%,达8.95亿美元;传统肉类销售增长2.3%,达900亿美元。

据专业人士预测,从明年开始,类似于 Beyond Meat 这样的肉类替代品制造商的市场占有率会大大提高,因为希望减少肉类摄入的人群越来越多。

除了开发人造肉新产品,建立合作伙伴关系也是赛百味振兴战略的重要组成部分。例如,赛百味与 King's Hawaiian 合作生产面包,与 Halo Top 合作生产奶昔产品。此外,为提升消费体验,赛百味对美国的10500家门店进行了升级改造,并推出了配送服务。

尽管近几年赛百味关闭了不少门店,但它仍是美国最大的连锁餐厅(按门店数量计算),超过麦当劳的约1.4万家美国分店数量。

印度降息恐难明显提振经济

印度央行近日宣布下调基准利率35个基点至5.4%,以支撑经济增长。这是印度央行今年第四次下调回购利率,累计降息超过100个基点。

市场分析人士表示,今年剩余时间里,印度央行仍有可能继续降息。接受路透社调查的分析师预计,印度央行将在10月份货币政策会议上决定再次降息。在此之后,印度央行或将在明年第一季度再次降息15个基点。

印度央行连续降息根源在于经济不振。今年第一季度,印度经济仅增长5.8%,为近五年来最低水

平。印度央行在8月7日货币政策会议后发布的公告中指出,全球经济活动放缓和国内经济增长乏力是其降息的主要理由。

印度央行表示,自6月份货币政策会议以来,印度经济形势仍不容乐观。农业领域,截至8月6日,对印度经济增长非常重要的季风降雨量比长期平均值低6%;截至8月2日,秋收作物播种面积同比下降6.6%。工业领域,以工业生产指数衡量的工业活动6月份仅增长2%。服务业领域,5月至6月反映服务业活动情况的高频经济指标喜忧参半。

尽管印度央行连续降息,但刺激经济增长的效果并不明显。原因何在?

首先是印度资金成本仍然较高。受央行降息影响,印度一些主要商业银行近日纷纷下调贷款利率。例如,印度最大国有商业银行印度国家银行将一年期住房贷款利率下调15个基点至8.25%。但即便如此,考虑到目前印度通胀率保持在3%左右的温和水平,实际资金借贷成本仍然较高。

其次,印度经济增速放缓更多是国内外需求放缓所致,降息难以从根本上解决问题。最新数据显

示,印度6月份出口额同比萎缩9.7%至250亿美元,为2016年1月以来最低水平。同时,国内汽车等大宗消费连续数月处于萎缩状态,5月份汽车销量同比降幅达26%。

再者,印度经济社会的结构性问题阻碍经济恢复。印度农业仅占国内生产总值(GDP)的17.3%,却为该国一半以上人口提供生计。然而,由于粮食及蔬菜价格低迷,农村地区技术薄弱,就业困难,印度农村人口增收困难。

在这种情况下,单纯依靠央行降息效果有限,财政发力拉动投资

或许是当前印度经济重振的必由之路。

但7月初印度财政部提交的财政预算报告减少了这方面的可能。报告显示,印度政府计划在2019-2020财年(2019年4月至2020年3月)将财政赤字控制在GDP的3.3%、低于上一财年的3.4%。而市场此前预期,印度政府或将调高财政赤字率目标,通过扩大基础设施投资、减免税收刺激消费等手段推动经济增长。

没有相应的财政刺激,仅靠央行降息,印度实现经济重振或许还需更长时间。

(张亚东)