

全国布局提速 “老乡鸡”年内门店将超千家

本报记者 贺阳

3月18日,一则自称仅花费了200元的“老乡鸡2020年战略发布会”视频刷屏了不少社交平台。该视频中,老乡鸡董事长束从轩表示,目前公司已经获得银行授信及战略投资总计10亿元,今年将加速全国布局,预计门店总数将突破1000家。

公开资料显示,老乡鸡原名“肥西老母鸡”,是一家中式快餐连锁品牌,主打产品为180天土鸡及农夫山泉炖制而成的肥西老母鸡汤。该品牌发源于安徽,自2016年

起向外扩张,进入武汉、南京市场。2019年入驻上海,至今在全国共有800多家直营门店。

据了解,北京、上海、广州等一线城市将成为老乡鸡的主攻市场。同时,老乡鸡干净卫生战略全面升级,即将开出的老乡鸡门店内,都会设置入门洗手台,以保障食客的用餐卫生。

从目前的布局来看,老乡鸡的门店数量虽然不少,但是500多家都在安徽省内。虽然2018年引入资本后加速了门店扩张,但在北方市场知名度仍然较低。

受制于供应链、标准化管理欠

缺等因素,中式快餐的规模化扩张一直存在较大难度。束从轩也坦言,中式快餐欲打破区域化并进军全国不是易事。人才团队、后台信息化建设、跨区域物流体系及本土化调整等因素均缺一不可。

在疫情影响下,老乡鸡不退反进,并且迫不及待地按下了发展的加速键。

除了门店逐渐恢复营业、迅速扩张以外,老乡鸡还发布了人才招聘计划,今年预计增加招聘5000人。招聘页面显示,老乡鸡在安徽、上海、武汉、南京等地将招聘大量财会、IT技术、策划运营、客服数据

分析等岗位人才。尚不涉及未来计划扩张的北京、广州、杭州和深圳等地。

中国商报记者了解到,老乡鸡目前并非开放加盟,而是全部采取直营模式。这也意味着,未来老乡鸡的加速扩张并非轻装上阵,而是重资产和高成本。

这并非老乡鸡第一次得到资本的助力。早在2018年1月初,老乡鸡宣布获得投资机构加华伟业资本的2亿元首轮融资,并于2018年7月迅速收购了武汉永和——一家以豆浆、油条为主打的中式快餐品牌,从而加快了在武汉开店的

速度。

此次拿到10亿元大手笔的“输血”后,束从轩更是坚定地要把目光瞄准了全国。

记者了解到,中国烹饪协会2019年发布的“2018年度中国快餐70强榜单”显示,老乡鸡与麦当劳、肯德基、汉堡王等国际知名快餐品牌同时进入快餐四强,并在中式快餐中排名第一。

束从轩表示,老乡鸡已有部分门店年营业额超过千万元,预计2023年在全国将扩展至1500家直营店,未来或将成为首家突破百亿元的中式快餐品牌。

成都政银联手助推企业复工复产

受新冠肺炎疫情影响,中小企业普遍面临供应链断裂、流动性资金紧缺等问题。3月24日,中国工商银行成都分行与成都市商务局共同举行了成都市商贸服务企业稳产满产“城市烟火”金融服务系列活动启动仪式暨餐饮服务专场对接会。会上,工商银行成都分行与三家企业进行了融资意向签约,授信金额合计3866万元。

成都市商务局相关负责人表示:“通过‘城市烟火’金融服务系列活动,希望打通银企合作壁垒和屏障,帮助中小企业获得资金支持顺利渡过难关,尽快实现复工复产、稳产满产。”(谭仕科 本报记者 徐民)

集微网举办线上论坛“集微龙门阵”

日前,第五期集微龙门阵之“新形势下地方半导体产业发展”论坛举行。论坛邀请国内多家半导体企业共同探讨了新形势下的地方半导体产业发展。此次活动线上直播参与人数超1.8万人次,创下“集微龙门阵”开办以来最高直播参与人数。

从2月份开始,国内专业的信息技术产业服务平台集微网推出了线上论坛“集微龙门阵”,其中“集微直播间”频道免费对企业开放,以更专业、更多元化的形式为企业宣传、业内交流提供支持。据悉,第六期“集微龙门阵”于3月27日19点以线上论坛形式召开,主题为“缺口!中国集成电路行业人才现状”。

(陈亚丽 颜祥子 本报记者 钟瑜)

福建漳州推进安心配送服务

记者从福建漳州市商务局获悉,自2月9日以来,漳州市在全力督促电商、快递行业落实疫情防控措施的情况下,积极推动店铺开启“云复工”,通过社交电商、社区电商、直播电商等模式深度触达消费者,推进“安心配送”模式的普及应用,以满足市民在疫情期间的生活物资网购需求。

截至目前,漳州市通过引导丰巢、速递易等智能快件箱企业在芄城、龙文、龙海、长泰等地共布置智能快件箱811组,通过智能快件箱累计妥投快件达160万件,箱递率39%。此外,漳州市还积极通过“商务e网帮”小程序协助解决企业在复工复产中遇到的困难和问题,积极推动社区电商“线上下单、线下配送”模式,引导漳州味、品冠等企业做好民生物资社区配送工作。

(黄焯煜 叶文溢 本报记者 林茂阳)

天津港保税区高水平治理河湖

随着天津港保税区河湖治理力度不断加强,区域生态环境越来越好,为野生鸟类提供了优良的生活环境。近日,在空港地区的东西湖,健康绿色的水源吸引了包括黑天鹅、黑翅长脚鹬等多种鸟类前来栖息,给春日空港增添了许多灵气。

围绕改善水环境、修复水生态、保障水安全的工作思路,天津港保税区城环局积极推进各项重点工作,区域建立了河湖管理和保护的工作制度,水环境保护工作已成为长效机制。保税区城环局相关负责人表示,2020年,天津港保税区将继续加强水源头控制和日常巡视,运用科技手段开展生态治理,保障健康绿色水资源常驻保税,让更多的野生动物可以在此繁殖栖息。

(董清妍 本报记者 齐天宝)

大店树品牌做好商品池 小店主打郊区和三四线市场

放弃前置仓 盒马双线并举加速扩张

本报记者 冉隆楠 文/图

对于大多数零售企业而言,新冠肺炎疫情给实体门店带来了巨大打击,不少企业已经推迟或收缩了今年的扩张计划。然而,盒马却

反其道而行之,准备在今年加速开店。

3月19日,阿里巴巴盒马事业部总裁侯毅宣布了盒马的“双100战略”:今年盒马鲜生和盒马mini各开店100家。



盒马今年的战略是“双100战略”,即要开出100家盒马门店和超过100家盒马mini店,这意味着盒马要完全淘汰前置仓模式,盒马mini这种小业态将在竞争中胜出并成为主力。

盒马mini批量复制

今年盒马mini至少会开设100家,在拥有成熟门店体系的北京、深圳、广州、杭州批量复制。

侯毅透露,盒马的前置仓业务(即盒马小站)将全部升级为盒马mini,预计今年盒马mini至少会开设100家。这意味着盒马已经淘汰了其前置仓业务,盒马mini成为盒马小业态竞争的最终胜利者。

对于放弃前置仓这一动作,侯毅解释道,前置仓虽然可以低成本快速复制,但是难以兼顾成本和效率,不可能盈利。相反,盒马mini包含了前置仓的所有优点,同时解决了线下体验不足的痛点,是社区生鲜电商的终极模式。“基本上每家盒马mini店线上日订单量能达到2000单左右,线上销售占比超过50%,坪效是普通社区超市和前置仓的4倍多。”侯毅表示,盒马mini在服务能力和营收能力上展示出比较优势,运营数据、客户留存远超过盒马小站。

实际上,前置仓和mini店在去年都是零售业的热词,不少零售企业纷纷布局。在盒马去年年初提出的四个新业态中也布局了这两种新业态,即盒马小站与盒马mini,此前盒马小站已经有70余家,盒马mini则仅在上海有6家门店。不过,侯毅对前置仓模式显然早已有所质疑。

去年年底,侯毅曾表示,盒马小站的价值在于快速建立服务,但是品类窄、损耗高,商业模式无法成立。从生意模式本身来讲,前置仓是个to vc(即等待风险投资公司投入入股)的伪命题,不可能盈利。前置仓最好的结果是卖给一些需要本地化流量的公司。

值得注意的是,目前mini店的赛道上入局者已经不少,如永

辉mini、沃尔玛社区店等,都是盒马mini的竞争者。面对激烈的竞争,侯毅认为盒马mini具有独特的优势。“首先我们的mini店和鲜生是一样的,都是线上线下一体化的布局,硬性要求是线上订单量占比要达到50%以上,目前我们已经做到了。其次,盒马mini坚持用自营团队来配送,比起外包,自营团队能够在保证服务质量的前提下将成本降下来。最后,盒马mini在商品结构上有很大的突破,传统超市做的mini店仍停留在民生商品品类规划上,只是大卖场的缩小版。而我们的mini店更侧重于体验性商品、半成品、餐饮品以及加工品的销售。”侯毅说道。

盒马mini项目负责人倪晓俊表示,在加速覆盖上海的同时,盒马mini将在拥有成熟门店体系的北京、深圳、广州、杭州批量复制。

疫情下的机遇与挑战

除了来自供应链、人力资源、食品安全方面的挑战,消费者生活习惯的改变等也带来了发展机会。

受疫情影响,大多数实体零售门店关店现象时有发生。比起不少匆忙开启线上业务的同行,从创立起就一直坚持线上线下一体化的盒马受到的冲击显然要小一些。

“我们第一时间要求所有管理人员春节期间返岗,这使得盒马在疫情期间的管理和运营都相当有序,进一步确保了我们不营业、不停供、不涨价的‘三个不’方针。”侯毅表示,前两年盒马建立的一套完整的供应链体系为平抑物价起

双线并行战略调整

成立了3R事业部,把差异化商品持续做大做强,与传统大卖场进一步拉开差距。

在mini店加速奔跑的时候,盒马鲜生大店也没有被遗忘。在侯毅宣布的“双100战略”中,今年盒马鲜生新开业门店将达到100家以上。

“今年盒马鲜生要继续开,尤其是在核心区域。因为大店对建立品牌、建立心智是很重要的。如果全是小店,我们的商品经营能力会下降,只有做大店,做足够多的商品池,才能有效地支持小店的经营。”侯毅说。

在侯毅看来,盒马鲜生与盒马mini是相互补充的。“大店开不到的地方,mini店就去填空。”这种填

空战略是侯毅一直强调的,只不过如今已没有了前置仓的身影。“未来进入郊区和三四线城市,盒马mini会是主力业态,盒马鲜生会开小一点。但是对于盒马鲜生已经进入的一二线城市而言,我们认为这两个业态是并行的,是针对不同商圈采用的不同战略组合。”

如果说原来的盒马强调食材的新鲜和丰富,那如今的盒马要在美味、好吃和健康上下功夫了。侯毅认为,在后疫情时代,老百姓更关注健康,关注生活质量,关注食品品质,“所以我认为疫情结束后,我们会积极往这方面去努力。”

供应链方面,盒马在今年也会有不小的动作。侯毅透露,今年会培养一批愿意跟盒马共同成长的战略供应商。“我们会提供一系列政策给他们,把这些供应商培养起来,但他们的商品要专供盒马,和我们一起成长。”侯毅希望,今年年底过后,盒马有50%的商品是外面买不到的,并且是盒马真正站在消费者角度独特制作、开发的,能够引领品质、时尚的商品。

目前,盒马新成立了3R事业部,专门组建团队把“人无我有”的差异化商品持续做大做强,跟传统大卖场进一步拉开差距。

机会。“这次疫情让很多消费者的生活习惯都发生了改变,在家做饭有可能会变成一个普遍现象,我认为这个主流模式会延续下来,这对我们来讲是一个很好的机会。”侯毅表示,今年要加速开店也有疫情带来的一些机会,比如不少餐饮店因为疫情影响关店,就空出了不少临街店面,尤其是500平方米至1000平方米左右的主力饭店,对盒马而言门店选址就有了更多的可能性。

视质量为企业生命 五得利深耕面粉行业

日前,世界谷物公司首次对全球的小麦制粉集团进行排名和分析,在前十大公司中,有四家在中国从事制粉业务,较大的新增产能也大多发生在中国,其中一家就是五得利。五得利面粉集团有限公司在过去的八年中,生产能力翻了一番,目前装机容量已达到45000吨/天。

据悉,面粉生产企业——五得利面粉集团有限公司位于河北省大名县,处于华北平原的中心地带,是中国这个世界上小麦生产和消费大国的主要种植区。目前,五得利在全国的六省建立了19家子公司,拥有

35个大型制粉车间,82条现代化面粉生产线,日处理小麦能力超4.5万吨,产品畅销全国除港澳台地区以外的省(区、市),销售网点遍布所有大中城市,市场覆盖率达97.6%,在北京市场的占有率达40%以上……五得利在制粉业内创造了一个又一个辉煌。

民以食为天,食以安为本。五得利将质量视为企业的生命,在生产过程中,仅小麦清理环节就要经过15道工序,制粉工艺有17道工序,每一道工序都有操作规程和较高的技术标准,从而保证了面粉的质量。经过32道生产工序后,面粉在出厂

前还要经过严格的检验,包括水分、灰分、面筋、加工精度、含沙量、磁性金属物等卫生指标的检测。“我们一直把制作面粉当成道德工业、良心工业来做,确保每一袋面粉都是放心粉,绝不做坑人的买卖。”五得利负责人表示。

注重创新,是五得利持续快速发展的又一秘诀。在生产工艺上,五得利自主研发了一套科学实用的小麦自动接收称重系统,研发了麸皮烘干技术和产品自动入仓,在线装车,另一方面,通过全套引进国际优秀的瑞士布勒制粉设备,采用全封闭无尘面粉生产新工艺,使

全部生产过程实现了自动化、程序化。这些不仅使企业在产品质量上有了保证,而且降低了运营成本。多年来,五得利投入巨资进行科技创新,提高面粉的精度和出粉率,采用国际先进工艺生产低灰分高精度面粉,开发针对国人饮食特点的各类专用粉,打破了高档面粉靠进口的局面。

专业人做专业事,以匠心致初心。在企业不断发展的同时,五得利也面临很多投资的“诱惑”。对此,企业掌舵人丹志民表示,企业家要有冒险精神,但在没有积累足够的知识背景、拥有行业优势之前,不能贸

然涉足自己不熟悉的领域。“我将一如既往地深耕面粉行业,专心致志地将企业做大、做强、做久。只有选择适合自己的行业,才能在个人和企业发展的道路上越走越远。”丹志民表示。

五得利倡导“五方得利”的经营理念。“五得利”既是公司的名称,也是其经营理念,还是产品的品牌。“五方得利”的五方分别是客户、农户、员工、国家和企业。把参与企业经营的客户、农户、员工、国家、企业五方有机地组成一个利益共同体。匠心耕耘三十余载,五得利已从一个日处理小麦能力不足15吨的作

坊式小厂,发展成为产能居世界首位的大型制粉企业。

经过多年努力,五得利牌面粉获得了“最具市场竞争力品牌”等荣誉称号,五得利产品通过“ISO9001”认证;五得利集团还先后荣获“农业产业化国家重点龙头企业”“国家标准良好行为企业”“中国食品工业百强企业”“中国制造业企业500强”“中国企业500强”“河北省政府质量奖”等荣誉。长风破浪会有时,直挂云帆济沧海。五得利面粉集团有限公司将以更加优质的产品、更加昂扬的斗志屹立于世界制粉行业之颠。(朱雷)