



目前,越来越多的餐厅开始选择互联网平台进行采购。在互联网的参与下,那些原本让餐馆老板感到头疼的后厨采购“灰色”地带被逐渐瓦解,取而代之的是食品安全程度更高、管理链条更顺的新型采购消费模式——

看市场

试水“互联网+信用”订餐方式

## 上海浦东探索餐饮消费新模式

本报记者 李治国

网络订餐,消费者如何选择“靠谱”的餐厅?监管部门如何实现食品安全监管无缝衔接?近日,上海市浦东新区准备试行监管方与第三方网络订餐平台“饿了么”合作,以探索新的“互联网+信用监管”模式。

目前,上海浦东新区先行在餐饮店数量多、监管难度大的浦东陆家嘴地区试点。消费者通过第三方平台进行网络订餐时,就能对接政府“大数据”,参与食品安全监管过程。

第三方网络订餐平台是近年来涌现出来的互联网新兴业态。新业态在方便老百姓点餐、用餐的同时,也存在一定的食品安全隐患,比如一些入网餐饮单位卫生状况不过关,甚至还有个别“地下黑窝点”摇身一变,利用网络开展经营活动,严重影响食品安全。

据调查,不少白领是网络订餐的忠实拥趸,陆家嘴某公司员工小方也是其中一员。由于单位没有食堂,为了解决午餐,她要么自己带饭,要么到附近餐厅就餐,现在她更愿意选择便捷的网络订餐。

第三方网络订餐平台“饿了么”CEO张旭豪认为:“我们一直设法加强对入网商户的规范化管理,要求经营者必须上传证照扫描件。很多信息我们无法准确掌握,在资质审查时确实有困难。因此,我们非常希望得到政府权威信息的支撑。”

“仅凭第三方平台线上核查,或是单纯依靠政府部门线下监管,力量都有限。”上海浦东新区市场监管局陈彦峰局长表示,“我们试图整合政府和市场的‘大数据’资源,探索‘互联网+信用监管’模式,促进对网络订餐食品安全的线上线下齐抓共管。”

在此次先行试点的陆家嘴地区,汇集了近900家餐饮单位,接近上海浦东全区的十分之一;“饿了么”在陆家嘴地区“饿单”日均接单量在新区占比达30%。目前,上海浦东新区市场监管局和“饿了么”双方已经完成入网餐饮单位的市场主体信息基础数据及动态监管数据的对接。

据了解,消费者作出就餐选择的信息将汇集起来,每个订餐用户将成为食品安全监管的间接推动者。同时,在“饿了么”平台服务中形成的信用评价、交易记录、投诉举报等大数据也将同步流向政府部门,推进市场导向与政府监管的无缝衔接。上海浦东新区市场监管局负责人介绍,这种信息共享将逐步在浦东新区辐射开来,预计最快今年年底能实现全覆盖。

## 与汉柏科技探讨云立方战略

## 甘肃广电借“互联网+”转型

本报记者 杨国民

日前,甘肃广电网络数据有限公司在“网台分离”和“三网融合”背景下,与汉柏科技探讨云立方解决方案,借助“互联网+”走出一条节省大量的资金和人力、快速部署、高可靠性、高兼容性和便于维护的业务转型之路。

自网台分离之后,广电网络从原有线电视的体制中脱离,独自面对市场竞争,自负盈亏。转型中的广电网络企业需要的是灵活、高效、低成本的新一代数据中心。针对广电网络的需求,汉柏提出以云立方为基础架构的云计算部署解决方案,有效改变了数据中心部署周期长、管理难、运维成本高的传统行业特点,为广电网络的转型节省了大量的人力和资金投入。

在实际运营中,甘肃广电充分利用云立方灵活便捷的特点,根据业务需求逐步增加云立方部署,实现了业务的平滑过渡。2013年转型初期的甘肃广电网络,根据自己业务量的需求首次引进了以两台云立方为核心的整体解决方案,承载甘肃广电的IDC业务。今年,随着业务量增加,甘肃广电又新采购了数台云立方产品,为甘肃广电业务增长提供了新动力。云立方绿色节能、易管易用和集成度高的特性为甘肃广电节省了大量资金、人力和空间成本。以IT设备3年生命期计算,一台云立方较之传统的IT设备3年可以节省运营成本约308万元,这对正处于转型期的广电品牌来说,节省了一笔开支。

在与汉柏科技的合作中,甘肃广电实现了“互联网+”的转型,使甘肃广电网络IDC门户数据中心成为西北地区广电行业唯一一个全业务综合性数据中心。今年7月,汉柏科技推出了基于混合云信息安全防护的整体解决方案“云眼”。“云眼”系统与云立方深度融合,保证了数据中心上云之后的安全性能。这些技术上的红利,使得转型之后的甘肃广电在面对高速增长的业务需求时可以更加从容地应对。

据介绍,汉柏科技将继续推动云立方在广电网络系统的应用,积极探索合作模式上的创新,为更多的广电网络企业的转型提供全方位的支持。

## 康佳全面布局智能家居市场

本报讯 记者周雷报道:康佳集团近日正式发布智能家居战略,以聚焦智能家居用户体验为价值导向,硬件、软件同步发展,全面实施包括黑电、白电、小家电及生活电器在内的智能产品布局,并专门成立涵盖所有智能家居硬件设备的运营公司。

“我们的目标是让更多家庭享受到智能家居带来的智慧生活。”康佳总裁刘丹表示,企业将通过整合完整的产业链和技术优势,全面融入互联网+基因,向智能电视、智能家电及互联网+转型。

据悉,康佳进一步加大智能电视开发力度,推出一系列“真彩”智能电视新品,将智能操控系统升级到64位时代,实现了包括零打扰沉浸式UI、霍比特引擎等创新。

## 餐馆采购因触网而“无忧”

本报记者 董碧娟



夜深了,位于北京市朝阳区的餐厅德福小馆已经打烊。老板张晓旭在后厨转了转,发现酱油需要补货。要是在4个月前,张老板得把店里的采购员叫来,一一嘱咐好之后再让他去买。现在,他只要拿起手机打开一个叫做“餐馆无忧”的APP,选好产品进行预定,不用出车出人,第二天货品就能准时送上门。

“都是货到付款,不满意当时就能退。这种方式减少了中间环节,质量有保证、价格实惠、送货及时,还减少了人力。”这位已有19年餐饮管理经验的“老手”最初只是抱着试一试的心理,现在已经成了“餐馆无忧”的忠实粉丝。

据统计,我国共有餐馆企业400多万家,每天采购食材费用在50亿元以上。近日,记者采访了有3万多家餐厅用户的互联网平台“餐馆无忧”的创业者及其多位用户,走近餐馆的互联网采购这一消费新模式。

契合多重需求的新消费

8月29日下午两点左右,北京市炭火年代烤鱼餐厅老板张文利正坐在店里休息。没过多久,一个身穿黄色T恤、背后印有“餐馆无忧”字样的小伙子端着8大瓶辣椒酱和一大桶醋微笑着走了进来。张文利从他手中接过货品,检查了下,很快在单据上签字并付款。

张文利告诉记者,他是28日下午通过手机预定的调料,第二天就收到货品。“我们是今年3月份左右用这种方式采购的。之前大多都是由小商贩上门送货,但这种方式选择空间小,一般都是他们有啥就给送啥。现在通过网购,品牌都是由自己决定,在质量上我们也更放心。现在我们每月通过餐馆无忧至少采购4000元的调料,真的很方便。”张文利说。

吸引张文利等众多餐馆老板的“餐馆无忧”实际上是个去年刚启动的创业项目。去年秋天,现任餐馆无忧CEO的钱麟见到自己的北大校友金海燕,急切地谈

起他正在策划的这个项目。金海燕十分了解这位老同学:本科期间就开始连续创业,做过土地修复工程、办过留学中介、经营了多家餐厅。她知道,这一次,这位看起来一脸书生气,却有着创业天赋的老同学又有新主意了。

钱麟和盘托出:他想做一个专门给餐馆供应原材料的互联网平台。原因有三:目前,餐馆的互联网化多集中在后端的网上订餐配送等,鲜有前端服务,在原材料采购上互联网化程度很低,革新空间巨大;按照传统采购方式,餐馆处于层层供应链的终端,需要为各个环节的加价买单,还得雇人、买车进行采购,对“吃回扣”防不胜防;餐馆人员受限于自身的能力和精力,无法保证挑选的原材料一定质量合格,为食品安全埋下隐患,如若有专人代劳,就会把这个短板补上,力保食品安全。

已在百度有10年产品运营经验的金海燕一听,很心动。“这个项目集聚了互联网+、传统产业升级、食品安全、节约资源等众多结合点,现在出手抢占行业先机,必定大有可为。”这个见惯了各种新奇创意的资深产品经理,这一次被这个契合多重需求的创业项目深深吸引,毅然决定放弃百万年薪,和钱麟一起走上这条充满未知的创业路。

## 寻找切入点改变“惯性”

## 采购触“网”还有新期待

北京市秦缘陕西名吃餐厅经理赵亚春告诉记者,“我希望这种网络采购平台上的货品种类能更加齐全。将来如果全部食材都能以这种方式采购,肯定再好不过。”

在钱麟看来,他们之所以能够成为开启这种新型消费模式的主力军之一,正是因为顺应了大众创业、万众创新的大势,勇敢站在了互联网+的风口上。

“要通过创新开启一种新的消费模式是很有挑战的。因此,一定要注重两点,一是作好选择,二是坚持下去。”钱麟说。

## 道路越平坦,越要稳步走

牛 瑾

最近,有朋友推荐了家外卖网站,她在上面打包预定了一周的早餐,快递小哥每天准时送到写字楼,而且花样翻新,一周算下来也就20元左右。这个例子告诉我们,移动互联网正在深刻地改变着人们吃的习惯。不仅如此,它也在改变着人们做菜的习惯,类似餐馆无忧这样的餐饮供应链O2O项目的大热就很说明问题。

万亿级别的餐饮食材采购市场提供了其迅速成长的培养基。在此基础上,中小餐厅采购需求分散又急切,复购率高、黏性强、流水大,依靠餐厅老板亲自去采购的传统做法会花费大量的时间和采购成本,这样的行业痛点恰恰是餐饮供应链O2O项目可以解决的。于是,许多创业公司和投资人争相进入这片蓝海。然而,这一市场也许并不像想象的那么美好,曾因每月交易额突破100亿

元而成为焦点的餐饮B2B平台一亩田,突然传出资本撤资、大规模裁员的消息,就给火热的市场泼了一盆冷水。

其实,越是看似平坦的道路,我们走在上面的时候越要注意脚下的坑。对于餐饮供应链而言,也是如此。

缺乏对市场的深刻认识,是有可能陷入的第一个坑。无论哪一个市场,都需要花时间去深入理解才行。当然,这里的理解,不仅限于商业模式,还包括建立自己的生态圈、形成自己的方法论。说得接地气点,就是你必须知道什么是供应链、什么是餐饮供应链、搭建餐饮供应链网上平台需要怎样的人才、这些人才应该具备怎样的素质等一系列琐碎但必要的问题。尽管这并非全新的市场,但改变了载体后的餐饮供应链肯定会有新内容。对于新进入者,需要花时间去认识;对于已然在这个市场中的

传统经营者,需要花心思去转型。总之,都是需要先耐得住寂寞、拿出方案的。妄图通过烧钱博市场,是有可能陷入的第二个坑。餐饮业有多大,与其流水性相关的上游供应链市场就有多大,这是不能否认的事实。但是,如果你仅靠大把大把的钞票敲开市场的门,恐怕不可持续。因为,如果大家模式相近,都在用低价吸引客户,在拼杀过程中,所需资金量将成几何级增长。即使很幸运地得到这笔钱,暂时拿下了市场,这样的市场也经不住冲击。因为单凭资金无法形成垄断。况且,还有一些团队在陆续进场,其中不乏一出手就上亿元的大手笔团队,好不容易建立起的市场极有可能被蚕食甚至崩塌。所以,单纯靠砸钱绝对不是好办法,要守住市场必须另谋出路,比如,看看用智慧支

撑的资本能否带来更大价值。

过分依赖数量众多的中小餐厅,是有可能陷入的第三个坑。数量多、转速快,这样的优势让中小餐厅成为餐饮供应链O2O项目的切入点。但是,大多数项目至今尚未盈利也说明不能在依赖中小餐厅的路上走到底,而是必须打入大型餐饮企业,即使它目前还是块“啃不动的骨头”。大型餐饮企后期需要提供的服务和成本远高于中小餐厅,大型餐饮企有固定的到账期,这些都让互联网平台难以在短时间内动摇大型餐饮企自身完备的采购体系。但是,短期不行,那就拼长期,尝试利用大数据分析为大型餐饮企业提供与金融借贷、团队组建等相关的增值服务,以此获取芳心。

总之,餐饮供应链市场的路还长,不必看到某些成功的案例后就一头栽进去,还是要慢慢来、稳步走。

本版编辑 来洁 梁剑箫