

告别井喷式增长 进入稳定发展期

# 餐饮外卖注意力转向“高质量”

经济日报·中国经济网记者 吉蕾蕾

## 透视

“外卖行业经过井喷式增长之后，步入稳定发展期。外卖平台对市场进一步“精耕细作”，不断向三四线城市下沉，挖掘非正餐时段商机。同时，消费者对于外卖的选择也开始从价格导向往品牌导向转变。随着有关部门加大管理力度，外卖的食品安全问题有望逐步得到解决——



近年来，外卖送餐在给人们生活带来便利的同时，也滋生了食品安全隐患等乱象，引起高度关注。各级食药监管部门纷纷亮剑，特别是随着《网络餐饮服务食品安全监督管理办法》于1月1日起施行，网络餐饮有法可依，外卖平台将得到净化，市场有望趋于规范。

### 新“玩法”打开新市场

近年来，互联网对餐饮业持续渗透、赋能，推动外卖行业高速增长。美团点评研究院发布的《2017年中国外卖发展研究报告》显示，2017年在线外卖市场突破2000亿元，同比增长23%；在线订餐用户规模达3亿人，同比增长18%。

“目前，三四线城市的外卖订单同比增速远高于一二线城市，订单占比达40%，已经成为外卖发展的重要增长极。”美团外卖业务发展部总经理杨文杰分析说，要提升外卖经营空间，一方面餐饮外卖行业的经营应进一步向低线城市下沉；另一方面要通过提高服务质量，以提升用户消费频次。

数据显示，美团外卖用户的消费频次和单均价在近3年来均出现显著增长。2017年美团外卖用户数达2.5亿

人，合作商户数超过200万家，活跃配送骑手超过50万名，业务几乎覆盖全国所有人口在10万以上的县，日完成订单1800万单。

此外，非正餐时段商机凸显。数据显示，2017年非正餐时段外卖订单占比进一步提高，午餐和晚餐正餐时段订单占比由76%压缩至72%，下降4个百分点；其中早餐占比5%，上升2个百分点，夜宵占比10%，上升2个百分点。这意味着个性化、多样化、体验化的消费需求将成为餐饮外卖新的增长点。

“餐饮外卖改变了传统餐饮经营模式。”和合谷创始人、董事长赵申说，以往餐饮经营特点是食材成本高、房租成本高、人工成本高、能耗成本高，利润低；如今“四高一低”的窘境能借助外卖平台的业务模式得到化解，“在主要成本几乎不需要增加的情况下，商户能获得更多利润，何乐而不为？”

### 从“吃饱”到“吃好”

虽然外卖行业增速迅猛，但在线订餐市场规模增长率逐步下降。第三方平台数据显示，我国在线订餐市场规模自2011年以来一直保持较高速增长，2016

年市场规模达到1662亿元，2017年市场规模超过2000亿元，增长率为23%，相比2016年33.0%的增长率有所下降。

“外卖行业经过井喷式增长之后，步入稳定发展期，消费者对于外卖的选择也开始从价格导向往品牌导向转变。”中国烹饪协会会长姜俊贤说，当前餐饮品牌化和品类细分化越来越明显，不仅菜品味道，而且餐厅环境、服务、消费者体验等都成为餐饮品牌越来越重要的竞争力。有的大型餐饮企业、品牌企业甚至设置了专门部门从事外卖业务。

数据显示，2017年超过四分之一的外卖订单来自知名品牌商家。杨文杰介绍说，随着众多知名餐饮品牌与外卖平台合作，用户对外卖的认识将较以往更强，餐饮品牌的话语权进一步加强，也促使更多非品牌商家开始注重打造品牌、发展优质外卖。

不过，从目前线上线下餐饮发展情况来看，仍有很多商户未完成“互联网+”转型。如目前美团外卖合作商户数已超200万家，但仍有一半的持证餐饮企业没有充分利用互联网外卖的平台流量和资源实现线上线下协调发展。

姜俊贤认为，“餐饮品牌化”“主力消费人群年轻化”“重视承担社会责任”是

餐饮外卖领域未来发展的重要趋势，商户要紧紧抓住餐饮业“线上+线下”融合发展的红利期。对于外卖行业未来的发展，美团点评集团高级副总裁王莆中表示，餐饮商户要在外卖市场有立足之地，必须提高优质服务供给，不断挖掘用户多样化的餐饮外卖需求，满足用户不同时间、不同场景的外卖需求。

### 需要多方齐抓共管

当前，网络餐饮发展过程中暴露出一些问题，主要集中在餐盒的环保问题、派送员的安全与道德问题和入网商家暴露出的后厨问题等食品安全隐患。

2017年12月底，为进一步明确责任，落实好《网络餐饮服务食品安全监督管理办法》的有关要求，国家食药监总局约谈饿了么、百度外卖、美团点评等国内主要网络餐饮服务平台负责人。国务院食品安全办副主任、国家食药监总局副局长孙梅君强调，网络餐饮服务平台开办者要切实履行好第一责任人的责任，规范入网商家经营活动，配合监管部门共同营造良好的网络餐饮消费环境，促进“互联网+餐饮”健康发展。

中国烹饪协会副会长冯恩援表示，网络平台应承担主体责任，发挥“以管网网”优势，加强大数据分析，及时分享检查监测、投诉举报信息，以全产业链安全管控保障食品安全。比如，平台可以为网络餐饮食品安全管理提供数据分析和技术支持。抽检监测、明厨亮灶、配送箱清洁消毒标准、冷热双温箱、推荐安心环保餐盒等措施，将推动餐饮食品安全管理水平提升。此外，经营商家应从食品安全技术角度出发，查找网络餐饮加工环节风险点，制定风险控制措施。

此外，还要推动公众参与、社会共治和监管方式创新。“消费者是网络餐饮服务的参与者，也是食品安全的最终感知者和受益者。”冯恩援建议消费者提升自我保护意识，对食品安全违法现象和隐患积极监督、投诉举报。监管部门和平台应对违规商家建立分级与黑名单制，严重违规的应永久禁止进入平台。

## 一周点睛

### 二手车市场获政策鼓励

**新闻回放：**商务部近日表示，2018年将继续推动全面取消二手车限迁政策，加快修订《二手车流通管理办法》，推进二手车信息和信用体系建设，规范二手车交易秩序，促进二手车市场潜力进一步释放。

**点评：**数据显示，2017年我国1068家二手车交易市场累计二手车交易1240.09万辆，同比增长19.33%，交易金额达8092.72亿元，同比增长34%。这是继2016年全国二手车交易量突破千万辆大关后，连续两年高速增长。可以说，取消二手车限迁的政策红利对二手车市场活跃起到了关键作用。在二手车流通限制逐步放开，以及我国高达2.17亿辆汽车保有量的大环境下，未来二手车交易的市场潜力巨大。

### 水泥熟料产能连续5年下降

**新闻回放：**中国水泥协会初步统计显示，2017年全国新点火水泥熟料生产线共有13条，合计年度新点火熟料设计产能2046万吨，较2016年减少512万吨，降幅为20%。连续5年呈递减走势。

**点评：**产能过剩、企业数量过多、集中度不高、结构不合理等现状，一直是困扰水泥行业发展的“老大难”问题。压减熟料产能是水泥行业去产能的重要途径，是产能利用率达到合理水平的根本途径。虽然近年来在政府、行业协会、企业的多方推动下，水泥行业去产力度逐渐加大，产量控制逐渐增强，但是产能严重过剩的现状仍未改变，供给侧结构性改革仍需持续推进。

### 二维码产业基地加速建设

**新闻回放：**1月23日，中国二维码产业峰会暨中国二维码产业基地共建研讨会在北京举行，根据此前推出的“二维码产业基地建设规划”，中国电子商会和二维码注册认证中心将在全国推动建设30个省级二维码产业展示服务基地和南北两大综合性产业集聚区。

**点评：**二维码在我国的最大应用领域是移动支付，全球90%的二维码个人用户在中国。随着移动互联网发展，二维码已成功助推数字经济的重要角色。但目前二维码产业在关键环节、核心技术、识别设备等方面依然与技术发达国家存在较大差距，二维码监管方面也有很大欠缺。应尽快建立统一的二维码识别体系，督促相关机构注册和申请唯一二维码身份识别信息，研究并制定基础、技术、应用、管理和服务国家标准规范行业标准，提升网民二维码安全意识也是当务之急。

互联网巨头纷纷推出“智慧零售”解决方案

# 零售业探索数字化转型

本报记者 姜帆

## 行业观察

2017年，“智慧零售”“新零售”“零售革命”成为了科技和消费领域出现频次较高的热门词汇。作为互联网企业线上“落地”线下的重要实践，零售业从再传统不过的行业，一跃变身行业前沿。

日前，苏宁云商集团董事长张近东表示，苏宁元旦全国新开112家店，迎来智慧零售“开门红”。1月11日，商务部新闻发言人高峰也谈道，智慧零售将成2018年零售发展重要一环。1月15日的微信公开课上，腾讯公司高级副总裁张小龙说，“智慧零售解决方案”实际上是赋能广大品牌商、线下零售平台以及商业地产等相关机构，探索零售业数字化转型的完整路径。

### 智慧赋能：从线上到线下

作为和普通消费者结合最紧密

的业态，零售业几乎成为所有互联网巨头的必争之地。随着零售企业不断升级，和互联网的结合愈发紧密，越来越多互联网巨头给出了智慧零售解决方案。无论“智慧零售”，还是“新零售”，或是“零售革命”，互联网与零售相结合的新型业态逐渐成为发展趋势。

不久前，全国首家“人脸智慧时尚店”在深圳开业。该专卖店由缤致时装集团与腾讯合作，通过人脸识别AI和腾讯社交广告的精准推荐算法，赋能时尚行业，将智慧零售概念再次升级。用户进店后，可在智慧试衣间屏幕前“刷脸”，通过专属小程序绑定会员并开通微信支付。当会员再次站在智慧试衣间前“刷脸”时，微信支付团队和腾讯社交广告团队将以用户画像及腾讯精准推荐算法为技术核心，结合缤致商品库，向会员展示个性化的时尚服饰搭配推荐。

微信支付联合产品部总经理耿志军说，现在人工智能技术还处在初期探索阶段，未来也许机器人比我们自己更了解我们到底需要什么

样的产品。

### 业态扩充：智慧的远不止零售

实际上，“智慧零售”的范畴远非狭义上的零售业那么简单。微信支付将通过不断面向零售商户及服务商创新产品能力、提供激励发展措施、提供运营扶持计划及完善风控管理等方面，帮助传统零售行业实现全方位智慧转型。

耿志军介绍，当顾客绑定会员后，智慧试衣间会推荐5套衣服给顾客，这个看似简单的事情，背后涉及人脸识别、云计算、大数据等多项技术支持。通过微信支付积累的大量数据和企业自身的数据交互并匹配，再反馈给用户，加上机器深度学习，从而形成推荐机制。

### 场景革命：从线下再到线上

如今智慧零售的想象空间已不再止步于一家或几家门店的智能化或便利化，云计算等先进技术的加入，使智慧零售成为从门店到商圈的一整套解决方案。

腾讯云智慧零售产品总监喻帅介绍，腾讯云智慧零售会从智慧营销、智慧门店、智慧中台3个方面的技术着手，对零售业全局即时分析，自动调配数据资源，实现零售行业智能化升级。腾讯云帮助商家量身定制解决方案，实现线下门店的数据化和智能化，让消费者与商品之间实现跨场景的智慧连接。通过打通7亿网民的线下路径，多商圈对比评估，分析出竞争指数、客群消费指数等对门店运营有利的数据；用户将人脸识别与支付功能绑定之后，系统会自动将用户的兴趣喜好标识出来，从而定制更贴合用户的营销内容；在此基础上，通过与会员系统打通，在门店现场实现VIP识别，为会员提供更周到的服务等。

# 变更公告

因业务发展需求，中国南方电网有限责任公司调峰调频发电公司（以下简称“调峰调频公司”）正在进行公司改制工作，调峰调频公司全部资产及负债将整体转移至南方电网调峰调频发电有限公司。

南方电网调峰调频发电有限公司已于2017年12月28日完成工商注册登记。自2018年1月1日起，调峰调频公司已签订尚未履行完毕的合同项下的权利和义务，全部由南方电网调峰调频发电有限公司承继。调峰调频公司原从事的各项生产经营活动，均由南方电网调峰调频发电有限公司承接。

特此公告。

中国南方电网有限责任公司调峰调频发电公司

南方电网调峰调频发电有限公司

二〇一八年一月二十九日



2017年12月30日，在京东无人超市山东烟台大悦城店，顾客通过智能结算通道“刷脸”付款。唐克摄（新华社发）