

方便菜悄然进社区,价格比餐馆便宜不少

热一下就能吃的方便菜,你会买吗

搬新家,很想招待朋友一顿,不过厨艺不佳,怎么办?

“下馆子呗。”相信不少人这样回答。1月15日,家住长沙雨花区丽景香山的周女士给出不同的答案。她在社区生鲜超市里买了家庭方便菜。“价格也不贵,4个主菜、2个素菜也才100元。加热一下,跟家里做的味道差不多。”周女士说。 ■记者 杨迪

一天能卖十多份

1月15日,记者来到丽景香山南门菜伯伯生鲜超市,约20平方米的店铺内,除了粮油、蔬菜、鱼肉等,还有方便菜。

一桶桶像“康师傅”的方便菜装在大冰柜里,冰柜靠着的墙上贴着菜单,湘西外婆菜11元、乡里扣肉19元、啤酒芷江鸭24元……

11点50分,家住丽景香山的周女士带着2岁零3个月的孙女来到这里,打开冰柜,拿了一盒乡里扣肉,到收银台结账。“搞不赢了,买盒扣肉回去扣在饭上,热一下就可以吃了。”周女士说,店内的方便菜基本上她都买过,扣肉、笋子还不错。

“方便菜卖了大半年了,一天可以卖十几盒。像今天就有个女士买了8盒。”菜伯伯超市的收银员说。

企业看好发展前景

同样瞄准家庭消费人群的还有湖南佳宴食品有限公司,在其佳宴商城上,主推“家庭方便菜”。

其副总经理许琼介绍,家庭方便菜1月15日已经正式在天猫旗舰店、移动微商城和自营网站佳宴商城上线,共20多款产品。农历新年后,将全面进入长沙市区连锁生超店。预计2015年在长沙市区将会有数百家实体社区门店销售该公司产出的家庭方便菜产品。

湖南新聪厨食品有限公司市场部经理庞铭介绍,他们去年5月在市场推广以来,目前已经与长沙近30家生鲜超市合作,每个月销售方便菜近6万盒,同时开通线上方便菜订单网,让消费者不用出门就能买到酒店宴席菜。

“目前,不少企业都瞄上家庭方便菜这一块,都看重这一块的发展前景。”许琼表示,未来家庭生活节奏加快,同时不少85后、90后不会做菜,这时候家庭方便菜就派上用场,比在外面吃更便宜、健康、营养。

虽然目前新聪厨家庭方便菜总量占比只有1%,依然处于市场培育期,但庞铭信心十足。“虽然盈利谈不上,但每个月以30%的速度在稳定增长。”庞铭说。

同时,家庭方便菜价格更具竞争力,也是开发者信心满满的原因之一。“比酒店、餐馆便宜近一半。”许琼说。

百科全说

预制菜

针对家宴大菜制菜程序繁杂特点,运用现代标准化流水作业,对菜品原料进行前期准备工作,简化制作步骤,经过卫生、科学包装,再通过加热或蒸炒等方式,就能直接食用的便捷菜品。

家庭方便菜

比预制菜更加简单,不用加葱蒜等调料,直接加热就可食用的宴席菜。



社区超市内销售的方便菜成厨房“懒人”的福音。

行业观察

餐饮寒流波及预制菜

餐饮业寒流不仅影响了高端餐饮,也吹到了预制菜。

“99%的预制菜是供酒店、餐馆,那么餐饮业风吹草动也必定能影响到预制菜行业。开辟新蓝海成为企业一直在摸索的一件事。”省湘菜促进协会副秘书长邓执君说。

《2014年第二季度全国星级饭店统计公报》显示,全国星级饭店二季度总营收为522.77亿元,其中餐饮收入由去年同期的241.52亿元跌至216.17亿元,同比下降约10%,也是酒店业中下降幅度最大的板块。

“酒店需求下滑,预制菜

行业自然打起价格战。”邓执君说。许琼也直言,竞争白热化也是预制菜寻找新蓝海的因素之一。

邓执君介绍:“这个行业入门门槛太低。一个小作坊、买点真空包装袋,再花几千元购买打包机即可进入。小作坊一般选用走私原材料,比市场购买要便宜30%-40%。而省市级龙头企业需要自建直采基地、购买40多万元的打包机等,成本高批量大,与小作坊相比就没有价格优势。”

许琼、庞铭皆表示,已经做好了前期投入几千万的准备。

消费理念仍需培育

家庭方便菜是从预制菜中衍生而来,更适合家庭使用的产品。早在2011年预制菜就走进了超市,不过效果并不好。邓执君介绍,“目前国内对工业食用加工食品的接受程度至少低于日本、台湾10年以上,家庭方便菜要迎来发展春天,还得经历一个漫长的市场培育期。”

由酒店预制菜过渡成家庭方便菜还需解决问题的有:企业没有自营店面,那么对产品定价、送餐量、菜式调整和整体布局就不好把控。目前,新聪厨

菜品设计也是一大课题

佳宴食品前年就在研发家庭方便菜菜式,如今还在“肚子里”。许琼表示,菜式选择、群体定位、包装材料都是他们研究的课题。

“目前,懒人增多,他们不仅不愿意做饭菜,更加不愿意洗碗,所以我们这次选用食品级材料做成碗,耐120摄氏度高温和零下25摄氏度低温,让消费者拿回去加热三分钟就能吃。”许琼说。

同时,相比于酒店预制菜的百多种产品,进入家庭的方

便菜可能只有10多种。“像西式快餐一样,家庭方便菜也仅需几样龙头菜品,打出名气。”邓执君说。

湖南商学院经济与贸易学院彭炳忠教授认为,要提高居民的认可度,企业的推广方式、方便菜的质量保障、合适的定价以及丰富的品种都是不可或缺的。“太简单的方便菜消费者可能也不会买,只有那种自己做程序太复杂、花费时间也很长的菜肴,消费者才会乐意掏腰包。”彭炳忠说。

消费动态

洗衣店也玩起了O2O

随着O2O大潮进入传统行业,给消费者带来便利的同时,也启动了行业变革。

“短款羽绒服35元一件,中长款45元,长款55元,你把衣服拿过来看看咯,我们按照洗涤标志洗。”1月5日,长沙竹山园一家洗衣店工作人员说。

从湘雅路到竹山园,洗衣店不下3家,有些紧跟潮流,在团购网上开辟新渠道,有些还在玩老套路,搞节点促销。而此时,另一群人早赶上O2O大潮,利用移动互联网抢夺客源。

一个月洗衣上万件

微信下单、上门取送,99元一袋,40*40cm的洗衣袋,衣服随你塞,不仅能监控洗衣流程,而且还能了解洗衣知识。这样的服务,令家住长沙农大的李小姐很欣喜。“棉衣什么的塞4件随随便便,服务真的好,洗得干干净净。”1月6日,李小姐说。

“去年10月营业以来,目前已经为3000多名顾客洗了近4万件衣服,收获近7000个微信粉丝。”1月6日,在洪山家园E家送门店内,总指挥任舟微笑表示。

这家分上下两层、400多平方米的店就是他的“洗衣王国”。在这里,除了洗衣装备外,随处可见的是摄像头。洗好的衣服一件件装袋,挂在二楼仓库,粗略一看,基本都在4件以上。

曾就读于英国华威大学计算机专业的经历,让传统的洗衣行为模块化、

数据

42%网友看味道决定买不买

华声在线近日发起调查“家门口能买到做好的乡里扣肉等,您会买吗?”调查显示,8%网友认为价格合适就买,42%网友看口味怎么样,25%网友觉得偶尔买一买还行,还有25%网友表示不会买。

数字化,并录入大数据库,成为任舟的拿手好戏。

“我们目前有4台车,6人接单,一天多的能接近70单,最少也有30单,目前主要根据地在开福区,之外地区每天只接20单。”任舟说,目前接单量暂时没达到上限,这家店的上限,他表示是一天100单。

洗衣革命质量是生命

虽然发展前景可观,不过任舟直言:“还在市场培育期,暂未盈利。我们看重的并不是短期盈利,而是一个规模化效应。现在我们洗一件衣服的价格,相当于传统洗衣店的4-5折。”

对于新生O2O洗衣,湖南商学院经济与贸易学院教授彭炳忠表示,让洗衣更方便、实惠、放心,同时利用现代化手段增加互动性,吸引客户群、增加粘性不是难事,对传统洗衣店的冲击应该会很明显。

同时,他认为,形成品牌效应肯定是大势所趋,不过这样也意味着成本的增加以及业务量的加大,在此情况下,客户群达到一定量时,不妨开设分店,不过,不论未来发展多好,都不要降低服务质量。

其实,对于未来,任舟虽然没有明确方向,不过脑海里已经有两个设想。一个是轻资产,托管一家工厂,另一个方向是重资产,改造已有的洗衣店。不过不管是那种方式,任舟表示,洗一袋衣服的价格不会变。 ■记者 杨迪