



# 2018中国餐饮B2B服务 行业研究报告

亿欧智库 [www.iyiou.com/intelligence](http://www.iyiou.com/intelligence)

Copyrights reserved to EO Intelligence, April 2018

# 目录

## CONTENTS

1. 项目研究回顾
2. 餐饮B2B服务行业发展概况
  - 2.1 餐饮业及餐饮B2B服务发展历程
  - 2.2 餐饮B2B服务宏观环境分析
3. 餐饮B2B服务产业链分析
  - 3.1 餐饮B2B服务行业运转流程
  - 3.2 餐饮B2B服务行业整体特征分析
4. 餐饮B2B服务解决方案
  - 4.1 金融服务
  - 4.2 供应链服务
  - 4.3 管理服务
  - 4.4 技术服务
  - 4.5 营销服务
  - 4.6 人才服务
  - 4.7 平台型服务
5. 未来发展趋势与建议
  - 5.1 餐饮B2B服务集中化趋势
  - 5.2 餐饮B2B服务进入智慧化时代

# 研究项目回顾

Research Review

2018年对于餐饮行业来说，是重要发展变革的一年。今年，我国餐饮行业整体营收将跨过4万亿元大盘，很有可能将超越美国成为世界第一餐饮大国。

随着消费升级、信息化、大数据、人工智能等新科技新理念的发展，“跨界”和“智能”成为今年餐饮业的关键词。掌鱼生鲜、盒马鲜生、无人货架等超级物种频出，餐饮零售化、信息化趋势愈演愈烈。政策利好、观念革新、模式创新蓬勃发展，催生了一大批行业先锋与产业创新领袖，他们正在革新餐饮产业链条上的各个环节，并以此推进餐饮产业转型升级。

国内已有较多餐饮行业研究报告，通过诸多数据呈现业态分布情况和顾客用餐特征，但在餐饮B2B服务端缺乏整体性的研究论述。亿欧智库希望通过此次行业研究，从餐饮业运作流程入手对B2B服务各个细分环节进行分析，并通过技术路线、商业模式、合作特征等维度进行更深层次分析，对未来餐饮B2B服务的发展趋势做出判断。





为达到研究目的，整个研究将主要通过两种方法来进行：

- ◆ 第一，亿欧智库将基于自身对行业长期观察获得的行业知识，结合已有的研究成果和意见领袖观点，通过**桌面研究 (Desk Research)**的方式，对餐饮B2B服务行业的整体发展脉络、产业运转流程及餐饮服务解决方案进行梳理总结，就未来餐饮B2B服务行业的发展趋势进行判断分析。为进一步的调研工作奠定基础。
- ◆ 第二，亿欧智库通过对餐企高管、餐饮服务供应商等从业者进行**深度访谈 (Experts IDI)**，充分听取业内人士的理解和认知，获得更有深度、更有效、更具体、更有针对性的研究结果，对于餐饮B2B服务的各方面内容进行深入剖析。

## 桌面研究

整体理解阶段：

对餐饮B2B服务的**发展脉络、宏观环境、运转流程 and 市场需求**等情况进行梳理，形成整体认知；  
梳理餐饮B2B服务的**解决方案和落地情况**，深入剖析市场现状，总结分析当前种种创新方式方法，对未来餐饮B2B服务的发展趋势给出基本判断。

## 深度访谈

深入挖掘阶段：

基于桌面研究的成果，分别对**餐企高管、餐饮服务商高管**进行深访；  
深入一线了解餐饮市场格局及发展现状；  
了解各个服务环节的需求痛点、解决方案，对服务商当前发展状况有所认知，总结对餐饮B2B服务发展趋势的看法。

# 餐饮B2B服务行业发展概况

Food Service Industry Development Overview

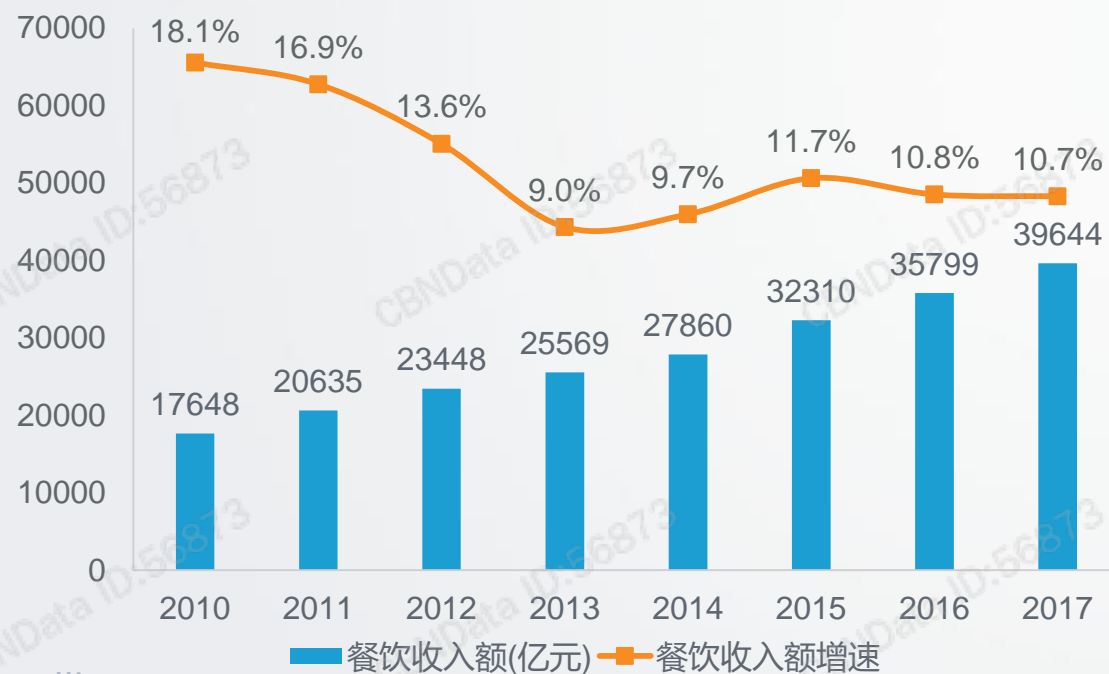
## 2.1 餐饮业及餐饮B2B服务发展历程

Development Background

# 粗放式增长模式基本结束，餐饮业“三高一低”特征呼唤节本增效的行业解决方案助力行业升级

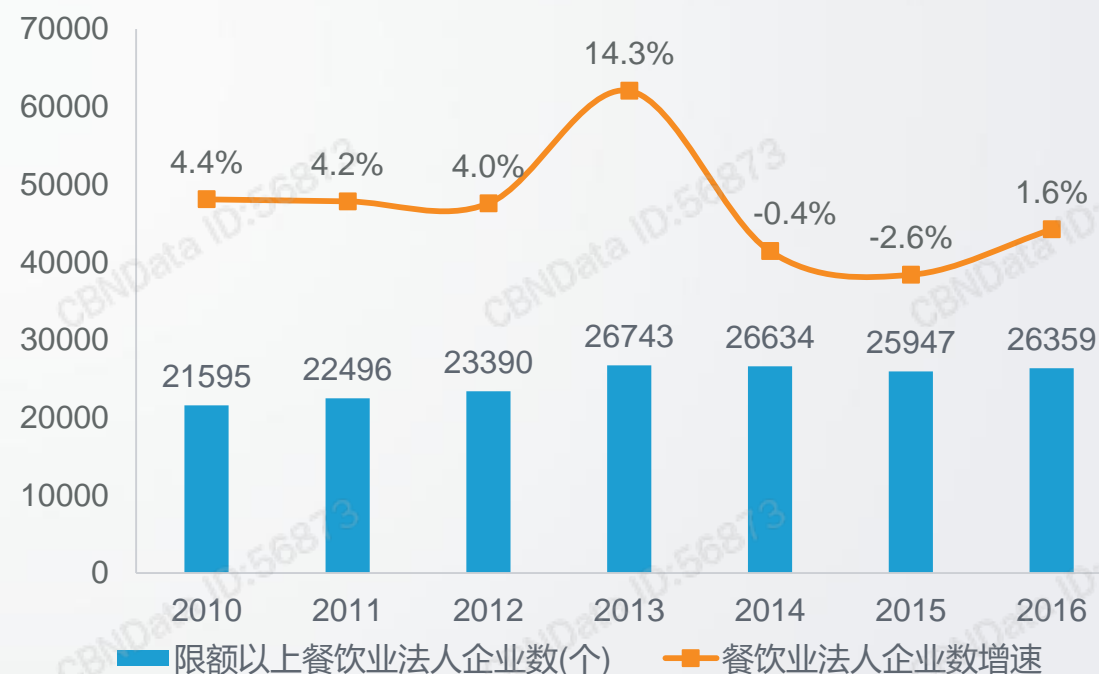
- ◆ 改革开放以来，个体经营限制破除，人民生活改善，餐饮业进入高速发展的粗放式增长阶段，开设餐饮店一时成为热门就业选择。截止2017年，国内餐饮业市场规模已接近4万亿元，但市场极其分散，街边小店仍占主流。
- ◆ 伴随市场逐步趋于饱和，不同业态竞争激烈，餐饮业进入增速10%左右的中高速发展阶段，餐企数量基本保持在一定量级。
- ◆ 在此背景下，行业整体面临高人力成本、高食材成本、高房租、低毛利的“三高一低”问题。在巨大压力下，餐企呼唤节本增效的解决方案助力行业升级。

亿欧智库：2010-2017年全国餐饮收入额



数据来源：国家统计局

亿欧智库：2010-2016年全国限额以上餐饮法人企业数量



数据来源：国家统计局



# 餐饮B2B服务经历长期的原生时代，90年代后技术革新加快，步入智慧化时代，推动餐饮业态不断发展

- ◆ 20世纪90年代以前，国内餐饮业发展迅速但大多为个体经营，餐饮To B服务仍处在“小商小贩式”的原生阶段，商家自行采购食材，并采用账簿记录经营情况，管理模式粗放。
- ◆ 伴随市场竞争加剧，“三高一低”问题显著，餐饮企业的精细化管理需求产生：ERP、CRM带来的技术革新使餐饮管理完成从手工到系统的演变，餐饮SaaS的涌现则使餐饮信息完成由本地化到云端化的转变，线上线下一体化、数据驱动经营管理成为可能。
- ◆ 随着人工智能、大数据等技术的进一步发展，餐饮B2B服务行业逐步进入智慧化时代，餐饮业态和消费者体验将持续革新。



---

## 2.2 餐饮B2B服务宏观环境分析

Macro-Environment Analysis

---

# 从宏观环境的角度，政策、经济、社会、技术各个方面都在影响餐饮B2B服务行业的发展

- ◆ 餐饮B2B服务行业同时受到来自政策、资本、技术、客户群等多方面因素的影响，木桶效应会较为明显，而任一因素的突破也将有力带动其他因素向前发展。
- ◆ PEST模型按照政治（Political）、经济（Economical）、社会（Social）、技术（Technological）四大因素洞察行业所处环境，通过使用该模型，能对国内餐饮B2B服务发展的宏观背景做深层次的分析。

## 政策 Political

- ✓ 逐步建立政府宏观管控、行业协会自律的管理体制
- ✓ 餐饮卫生法律法规完善化、正规化，其中食品安全一直是关注重点

## 经济 Economical

- ✓ 消费市场保持稳定、可持续的增长
- ✓ 餐饮业供给结构改革和消费升级为餐饮B2B服务营造了良好的发展空间
- ✓ “三高一低”问题仍未得到控制



## 社会 Social

- ✓ 经济平稳增长促使消费者信心上升，消费升级态势更明显
- ✓ 80后、90后成餐饮消费主体，多样化、个性化、品质化体验备受重视

## 技术 Technological

- 食品加工、物流运输等基础建设不断完善
- ✓ 移动互联网技术快速发展，餐饮业线上线下融合成为新生机
- ✓ 技术门槛导致行业强弱分化

# 政策法规多方位引导餐饮业向正规化、标准化发展，B2B服务商取得更广阔的市场机会

- ◆ 在市场准入、从业资质、服务准则、食品安全、环保要求等多方面，政策法规推动餐饮业向正规化发展。例如：此前餐饮业缺乏有效的市场管理，绝大多数门店的食品安全往往难以保证，《食品安全法》的出台使这一问题得到有效解决；“国八条”曾对高端餐饮造成一定影响，却有效将这类餐企引导向大众餐饮市场发展。
- ◆ 在此环境下，餐饮业保持效益势必要提高经营管理效率，这为B2B服务商提供了更为广阔的市场机会；同时，明确的规范制定也使服务商在进行标准化产品研发时有规可循。

## 《食品安全法》

- ✓ 国务院设置相关部门，对食品生产经营实施监督管理
- ✓ 推动食品安全有关的基础研究、应用研究

2009

## 《中央厨房许可审查规范》

- ✓ 中央厨房作为第六类餐饮服务许可类别审查。
- ✓ 实现餐饮连锁企业大规模统一制作加工食品的标准化、规范化

2011

## 《关于加快发展大众化餐饮的指导意见》

- ✓ 出台大众化餐饮发展的财政、税收、金融相关政策，提高创新能力、服务质量和现代化水平

2014

## 《网络餐饮服务食品安全监督管理办法》

- ✓ 制定“线上线下一致”原则
- ✓ 明确平台和入网餐饮服务提供者义务，规范送餐流程

2017

## 《餐饮业和集体用餐配送单位卫生规范》

- ✓ 对加工经营场所的卫生条件进行约束，并对从业人员进行相关卫生法律和知识培训

2005

## 《餐饮服务许可管理办法》

- ✓ 对餐饮服务实行许可制度
- ✓ 对于从事餐饮服务的单位和个人进行统一管理

2010

## 《国务院关于加强食品安全工作的决定》

- ✓ 建立健全食品安全标准和检验检测体系
- ✓ 加快食品安全信用体系和信息化建设

2012

## 《全国电子商务物流发展专项规划（2016~2020年）》

- ✓ 打造电商物流公共信息平台工程
- ✓ 推动电商冷链物流工程

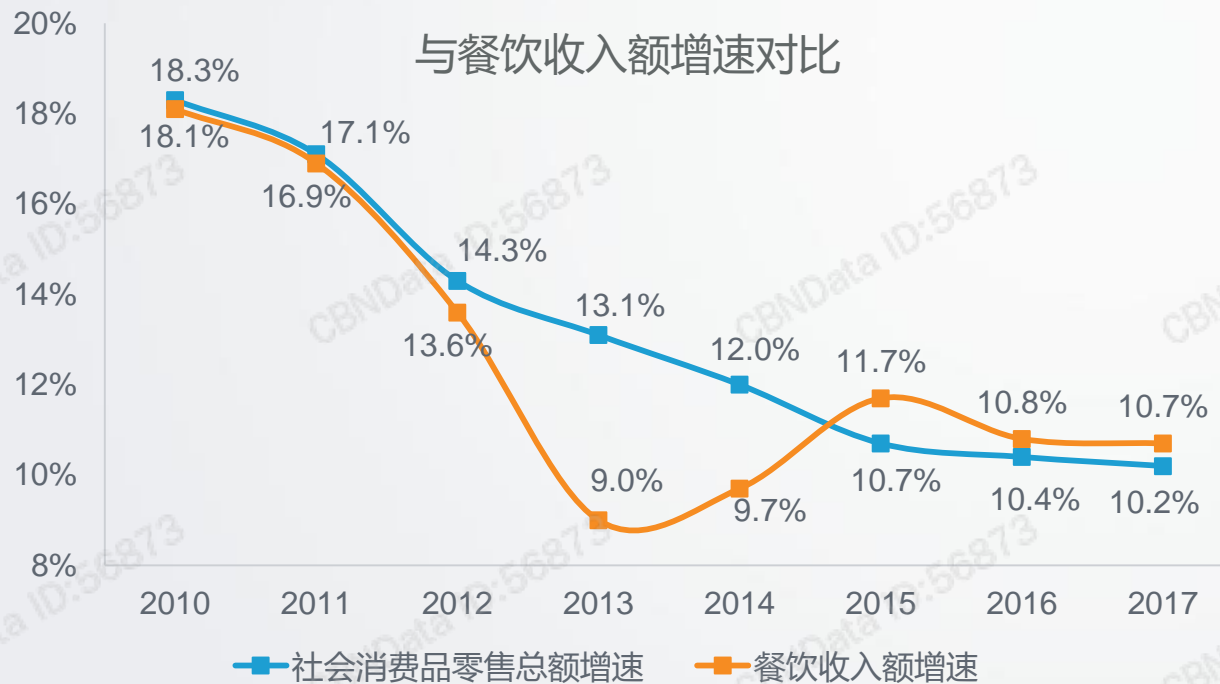
2016



# 经济：平稳增长的消费市场和餐企成本控制需求为餐饮B2B服务营造了良好的发展空间

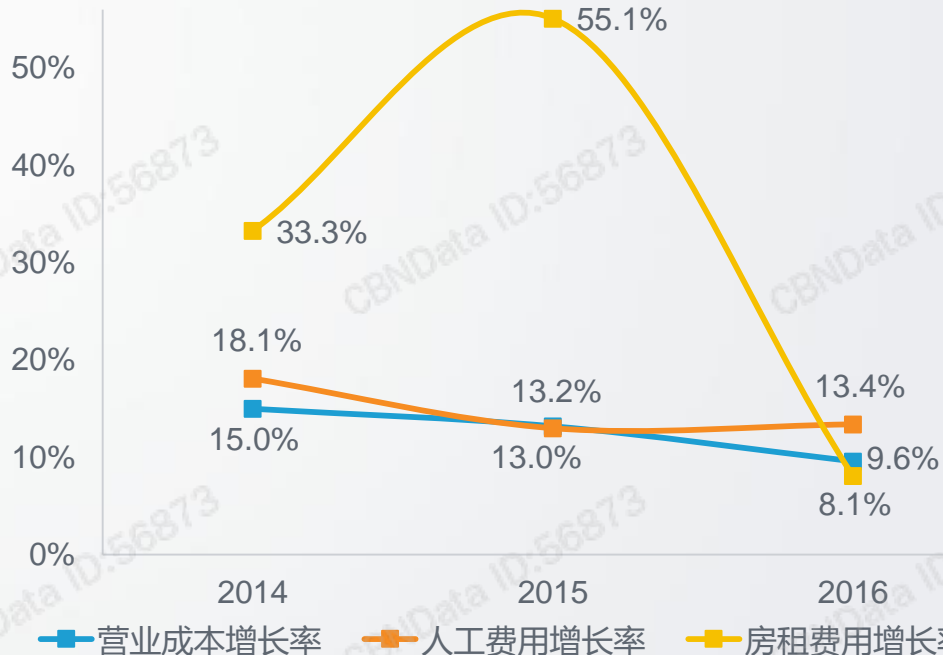
- ◆ 国内消费市场保持较快增长，稳定性、协调性和可持续性增强。2017年全国社会消费品零售总额达到36.6万亿元，增速保持在10%以上，其中餐饮市场增速高于整个消费市场增速0.5个百分点，餐饮市场对消费市场的增长贡献率达到11.3%，拉动作用明显。平稳的经济走势为餐饮B2B服务营造了良好的发展空间。
- ◆ 人力、房租成本的提高要求餐饮业供给侧进一步升级优化。据餐饮百强企业成本费用统计数据可知，尽管2016年头部企业成本得到一定控制，但“三高一低”问题仍然显著，企业主要成本增速高于同期营收增长水平（7.4%）。

亿欧智库：2010-2017年全国社会消费品零售总额增速



数据来源：国家统计局

亿欧智库：2014-2016餐饮百强企业成本费用情况



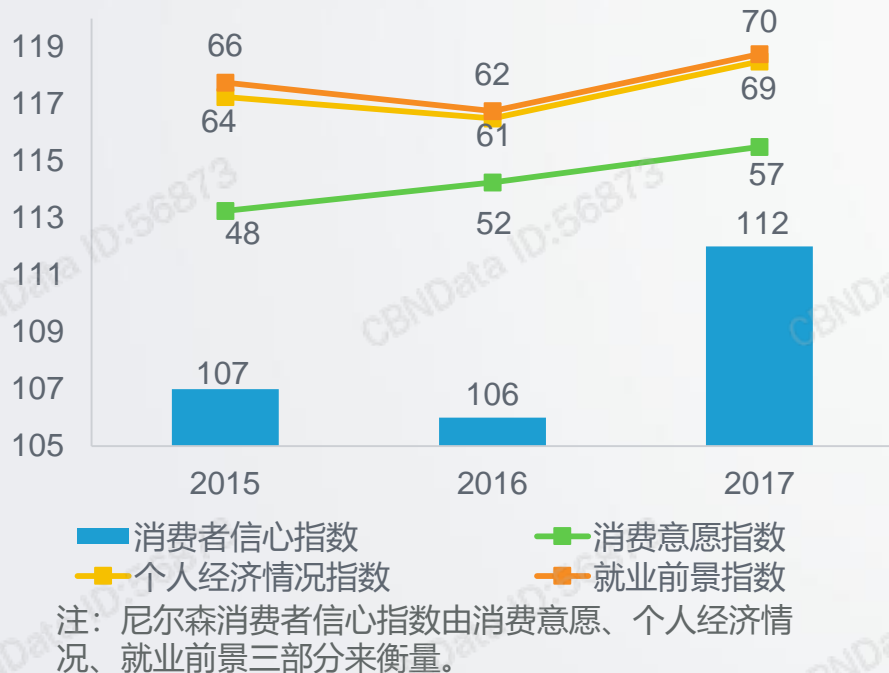
数据来源：中国烹饪协会



# 社会：餐饮消费需求在量和质两方面推动餐饮供给侧升级，为B2B服务商提供了多样的发力场景

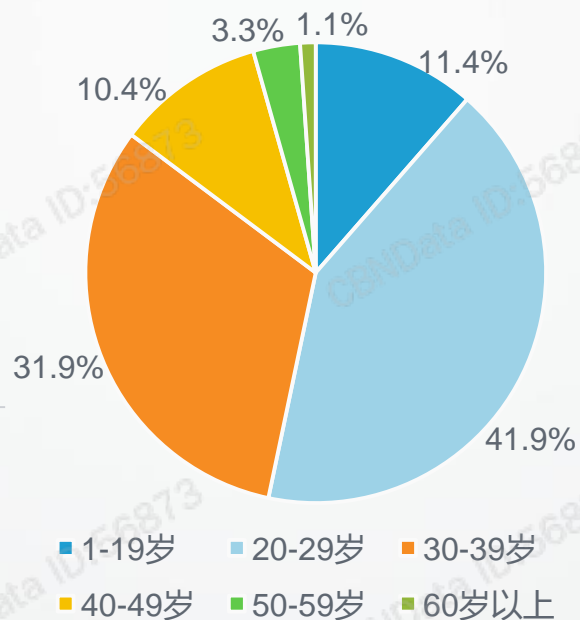
- ◆ **量变：**国内经济迈向质量效益式平稳增长的过程中，消费者信心提高，消费升级态势日趋明显。尼尔森数据显示，2017年中国消费者信心指数达到2014年以来最高点。同时，2017年第四季度调查显示消费者更愿意在餐饮（37%）方面花费更多的钱。
- ◆ **质变：**伴随年龄结构的改变，80、90后逐步成为消费主体，该类人群在餐饮消费过程中更为注重品质化、多样化、个性化体验。
- ◆ 消费需求在量与质两方面的提升，对餐饮供给端提出更多要求，例如丰富餐饮业态、升级点餐用餐体验、会员营销更加精准，为餐饮To B服务商提供了多样的发力场景。

亿欧智库：中国消费者信心指数变化情况



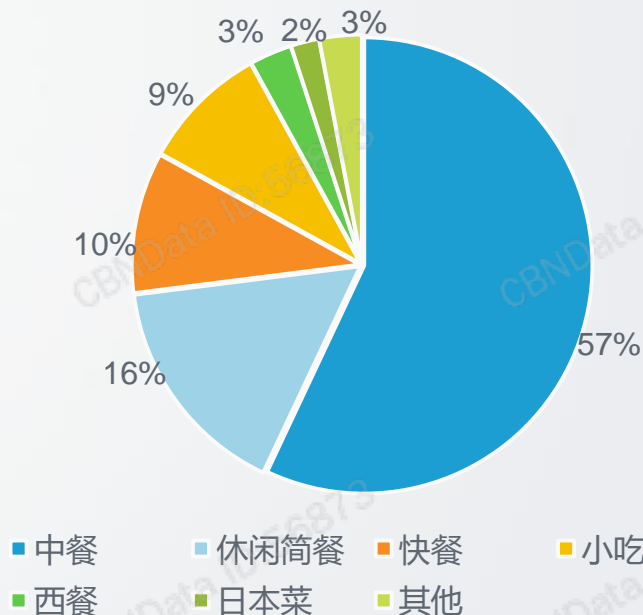
数据来源：尼尔森

亿欧智库：餐饮门店顾客年龄分布



数据来源：雅座（截止2018年3月）

亿欧智库：2017年餐饮业态类型分布



数据来源：中国烹饪协会

# 技术：移动互联网、SaaS云服务以及智慧物流等技术推动餐饮B2B服务升级，行业竞争强弱分化

- ◆ 信息系统的普及催生了CRM、ERP等企业服务软件，初步为餐企提供本地化管理解决方案；SaaS云服务技术进一步使餐饮管理走向云端化，推动企业服务端技术升级。对To B服务提出更高技术要求的同时，行业竞争强弱分化趋势明显。
- ◆ 移动互联网的发展极大革新了餐饮服务业态，外卖、团购、移动支付等新兴业务强化了餐饮业的线上运营需求，缺乏相关技术支持的中小餐饮店势必要利用B2B服务商的解决方案提高坪效。
- ◆ 智能设备、智慧物流和食品加工技术的改进，使B2B服务商能为餐饮业提供更专业高效的解决方案，增强拓宽商家的优势。



餐企从传统向系统化转变，通过CRM、ERP等进行统一管理，提高效率、降低成本，并且保障了信息的真实可靠性。



打造O2O的商业模式，且平台化进程带来团购、预定、外卖等新机会。增强了顾客和餐企的互动，成为新的流量入口。



云计算、云存储等推动产业链的信息融合，打造数据闭环。数据驱动运营，降低成本，精准定位用户，提升产品的。



现代物流建设为不同规模的企业提供物流解决方案。冷供应链物流技术推动业态的发展。



对产品进行标准化的批量生产与加工，保证商品的品质，比传统的配送节约30%左右的成本。



餐饮门店设施向智能化发展，提升用户体验和翻台率，达到降本增效的效果。

# 餐饮B2B服务产业链分析

Catering Service Industry Chain Analysis

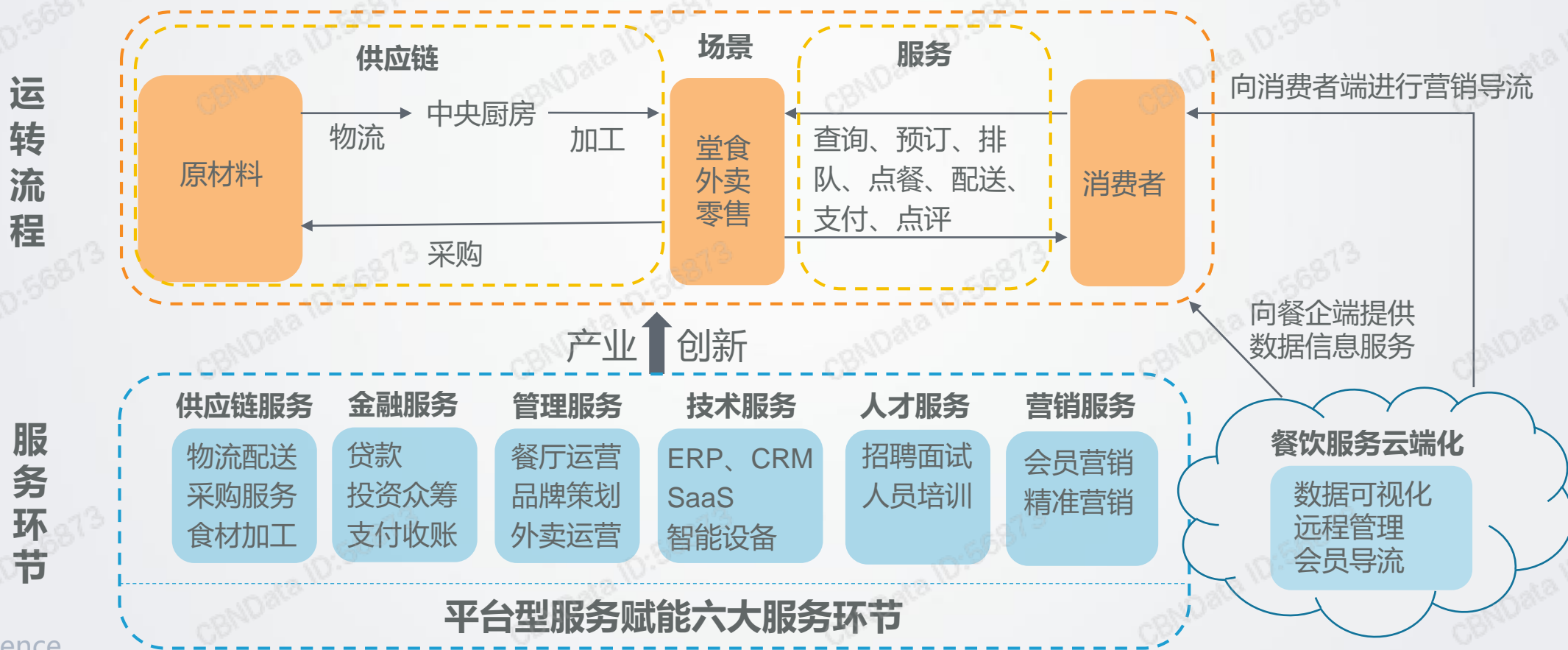
## 3.1 餐饮B2B服务行业运转流程

Industry Chain



# 餐饮服务运转流程冗长庞杂，覆盖六项服务环节；产业创新背景下，云端化和平台化成行业新特征

- ◆ 餐饮B2B服务产业链冗长，涉及的服务方式、服务对象、服务模式众多，覆盖金融、供应链、管理、技术、人才、营销六大服务。
- ◆ 随着技术的革新，餐饮B2B服务供应链端和服务端呈现创新发展趋势。其中，服务云端化成为行业升级的主要特征；平台化餐饮B2B服务的出现则改变了以往的To B服务分散孤立的格局。





# 餐饮前厅端与消费者直接相关，是B2B服务商主要竞争领域； 餐厅后端服务市场仍处于发展阶段

- ◆ 餐饮前厅端（或称店面服务端），主要覆盖管理服务、人才服务、技术服务、营销服务以及金融服务（指支付服务）五个环节，助力餐厅优化门店经营效率，提高顾客消费体验。该领域也是B2B服务商的主要竞争市场。
- ◆ 餐饮后端则涵盖供应链服务、金融服务（指贷款服务）两块，为餐厅解决食材供应、资金流转问题。供应链服务目前仍处于蓝海市场，除个别供应商构建起专业化解决方案之外，整体发展仍较缓慢。金融方面则主要受政策法规限制，门槛相对较高。



- ◆ 餐饮To B服务的逐步成熟，使诸多企业在产业链上下游进一步拓展，提供整体解决方案；美团点评、口碑作为平台型服务企业拥有丰富的数据积累、深厚的行业资源整合能力和广阔的辐射群体，为To B服务商提供基础性支持，打造餐饮生态。



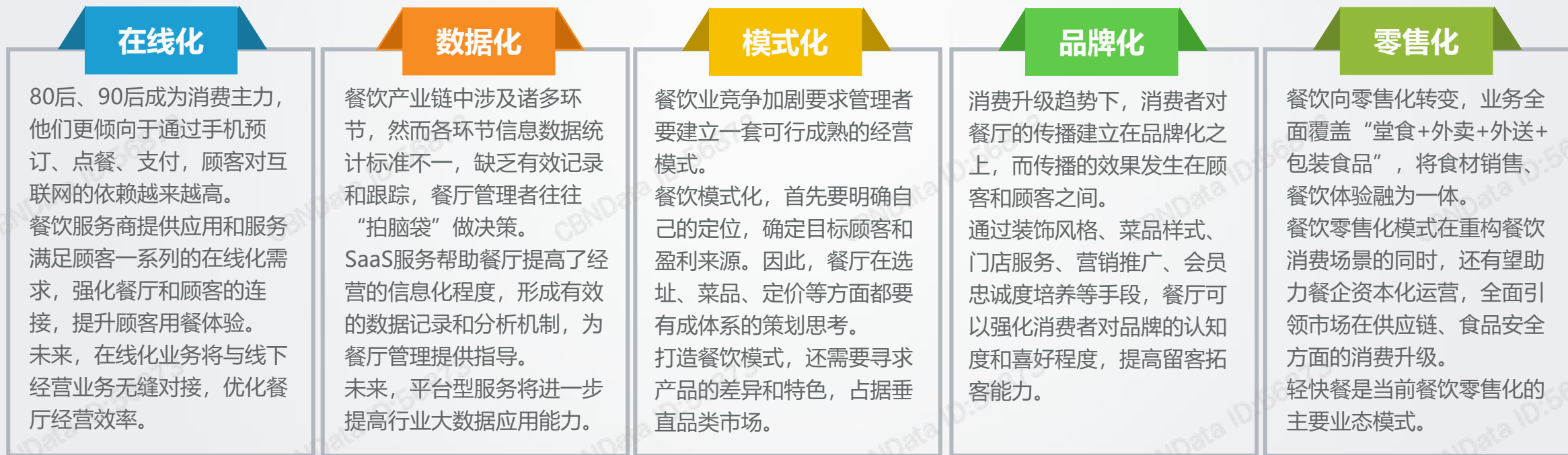
## 3.2 餐饮B2B服务行业整体特征分析

### Industry Features

# 新餐饮呈现五大特征，未来还将在数据、科技、线上线下连接等方面继续深化

- ◆ 新技术、新业态、新政策、新理念的涌入，新餐饮及餐饮B2B服务逐步呈现**在线化、数据化、模式化、品牌化、零售化五大趋势**。其中，在线化和数据化反映了新餐饮与移动互联网、信息技术结合日渐加深；模式化和品牌化体现了餐饮业的管理理念升级；零售化则改变了餐饮业态，全面覆盖“堂食+外卖+外送+食品包装”，破除了此前餐厅的经营时间和空间限制。
- ◆ 当前餐饮服务的数据积累和分析能力仍较弱，线上线下经营相割裂，软硬件智能化方向仍在探索。未来，**新餐饮还将在数据化、科技化。线上线下一体化的方向继续深入发展。**

## 亿欧智库：新餐饮五大特征





# 分散的餐饮B2B服务格局正在重构——资本和技术深度加持， 餐饮商家对B2B服务需求扩大

- ◆ 中国烹饪协会数据显示，2016年全国餐饮百强总营收仅占当年整体营收的6.1%，绝大多数仍是街边小店。面对“池子大小鱼多”、  
市场需求有限的现状，餐饮B2B服务难以培养出现规模较大的企业，同样呈现分散严重的特点。
- ◆ 消费升级和新零售理念火爆，使资本市场注意到了餐饮业的发展潜力。一批小而美、标准化经营的连锁餐企从细分品类入局并发展壮大，拉强行业整体实力。加之顾客到店场景及线下消费场景互联网化，对餐厅经营提出新要求。这些原因导致餐饮商家对B2B服务使用需求和付费意愿提高。
- ◆ 餐饮业庞大的流量空间吸引了大量创业者和资本进入，伴随以外卖、团购为代表的餐饮C端服务市场基本进入稳定格局，资本开始对  
餐饮B2B服务给予更多关注，近年来不乏单笔投资过亿项目产生。

亿欧智库：国内餐饮B2B服务单笔融资过亿企业列表

类型	企业名	成立时间	近期单次过亿元融资	类型	企业名	成立时间	近期单次过亿元融资
供应链服务	美菜	2014	2018年 E轮 / 4.5亿美元	技术服务	微智全景	2012	2015年 B轮/1亿元人民币
	宋小菜	2014	2018年 B轮 / 2.3亿元人民币		二维火	2013	2016年 战略投资 / 亿元级人民币
	信良记	2016	2017年 A+轮 / 1.2亿元人民币		美味不用等	2013	C+轮/亿元级人民币
营销服务	雅座	2006	2015年 C轮 /数亿元人民币		商米科技	2013	2017年 C轮/亿元级人民币
	掌贝	2012	2016年 B轮/3亿元人民币		大家来	2015	2017年 A轮/亿元级人民币
技术服务	奥琦玮	2006	2018年 C轮 /2亿元人民币	金融服务	钱包生活	2015	2017年 B轮/10亿元人民币
	好哇	2006	2017年 A轮/1亿元人民币	管理服务	食云集	2016	2017年 A+轮/数千万美元
	客如云	2012	2016年 C轮/1.5亿元人民币				



# 餐饮B2B服务解决方案

Catering Service Industry Solutions

---

## 4.1 金融服务

Financial services

---

# 从传统银行信贷到互联网金融，餐饮金融服务提供更便捷、高效服务，助力初创餐企成长

- ◆ 餐饮金融服务主要包括：传统银行信贷、供应链金融、支付三方面。
- ◆ 餐饮业现金流量大，资金周转快，因而中小贷款需求较高。不过财务不规范、缺乏固定资产的问题使传统银行信贷对餐饮帮助较少。
- ◆ 互联网金融的发展催生了新型供应链金融服务，包括两个环节：通过对餐企与上游供应链企业的账期进行管理，向餐企提供食材采购环节的融资服务；以及帮助餐企扩展门店的贷款服务。
- ◆ 金融服务商势必要积累商家的经营数据才能形成良好的风控模型。如美团、筷来财、钱包生活各自通过C端应用、财务系统、POS机均已沉淀较多数据，为审核贷款申请提供可信的量化评价手段。

传统银行信贷	新型供应链金融
	
<p>优势：风控模型可靠、资金有保障 劣势：审核门槛高、贷款流程复杂、利率高</p>	<p>优势：申请门槛低、利率低、额度高、放款快、灵活度高 劣势：线上线下数据积累不足</p>

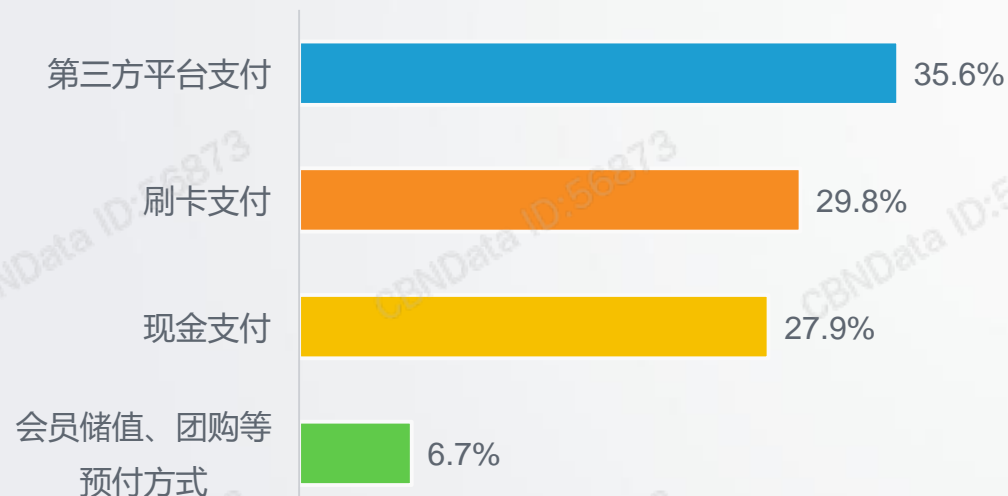
## 亿欧智库：餐饮金融服务风控手段

1. 传统授信手段：通过第三方征信平台、工商网站、实地考察等手段进行审核
2. 第三方线上数据：通过美团点评等平台获取消费者评价、外卖记录等经营相关数据
3. 自有线下积累数据：通过POS机、SaaS服务获取商家经营流水数据，作为其申请授信的参考。

# 第三方平台支付火热，服务商提供聚合支付服务，提升商家收银效率，拓宽收银场景增值空间

- 便捷快速的移动支付在到店支付方式中正占越来越高的比例。此前提供POS机刷卡支付服务的收单企业拓展提供基于支付宝、微信支付等移动支付方式的聚合支付服务，提升商家收银效率和翻台率。通过这一业务，收单企业也可以获取一定佣金。
- SaaS服务商提供店面经营的一体化解决方案，支付收银也是其中重要的部分，利用这一环，服务商能够沉淀大量餐厅经营数据，与第三方支付平台合作获取消费者脱敏数据，进而提供金融贷款、会员营销、经营分析等增值业务。
- 目前服务商面向移动支付提供的具体产品包括简易的二维码、SaaS收银软件、智能POS终端、扫码支付小白盒等。

亿欧智库：2016年餐饮到店消费支付方式



- 2015年第三方平台支付仅占9.9%，2016年大幅增长至35.6%，移动支付的快速发展扮演了主要角色；
- 刷卡支付则由2015年的49%降至近30%。

数据来源：中国烹饪协会

亿欧智库：聚合支付业务流程



# 钱包生活：挖掘餐饮消费场景，采集数据、连接服务和金融，打造线下餐饮金融科技生态圈

- ◆ 钱包生活 “智能科技” 和 “金融服务” 为核心助力餐饮业。通过自有的POS机终端，提供经营、营销服务的同时，沉淀支付流水数据，并结合银行等信息数据，构建起大数据授信能力，与银行等金融机构合作，向餐饮商家提供 “钱包招财贷” 信贷服务，根据经营情况给予不等的额度，使商家线上即可快速申请。较强的直营地推团队保证了钱包生活的拓客和风控能力。
- ◆ 面向B端商户信贷的同时，钱包生活面向消费者也提供信贷产品，刺激消费需求，提高商户营业收入。这样可以在赋能实体经济的同时，扩大金融信贷，实现双赢，这是钱包商业模式的根本。

## 亿欧智库：钱包生活 “三维” 赋能餐饮商家



### 经营赋能

钱包iPOS智能终端和钱包商家系统集成收单、聚合支付、智能对账、卡券核销、数据分析等功能于一体，提高运营效率。



### 营销赋能

为商户提供全方位的营销工具，包括会员营销、数据营销、自定义优惠等工具，以及微信小程序技术服务。



### 金融赋能

通过招财贷业务，为 “钱包iPOS” 终端签约商户提供最高100万的授信额度，满足不同规模的商户资金需求。

## 亿欧智库：钱包生活主要产品服务

### B端

#### 钱包iPOS智能终端

提供全方位支付及经营解决方案，帮助商家了解店铺运营状态、对账信息、进销存等情况，并可使用外卖订单管理等第三方应用。

#### 钱包商家APP

集经营、营销、金融于一体的移动解决方案，实现交易对账、会员管理、消息推送、营销设置、申请贷款等功能。

#### 钱包招财贷

针对钱包iPOS智能终端签约商户，钱包生活与金融机构为其提供经营性贷款服务，在线申请，快速到账

### C端

#### 钱包生活APP

覆盖餐饮等消费场景，用户不必提前预约，打开APP即享受优惠买单服务，支持银行卡、微信支付、支付宝等主流支付方式。

#### 钱包白花花

是钱包生活携手金融机构为消费者提供的贷款服务，支持消费者在钱包生活内合作商户消费付款，消费者享受 “这月花、下月还” 功能。



---

## 4.2 供应链服务

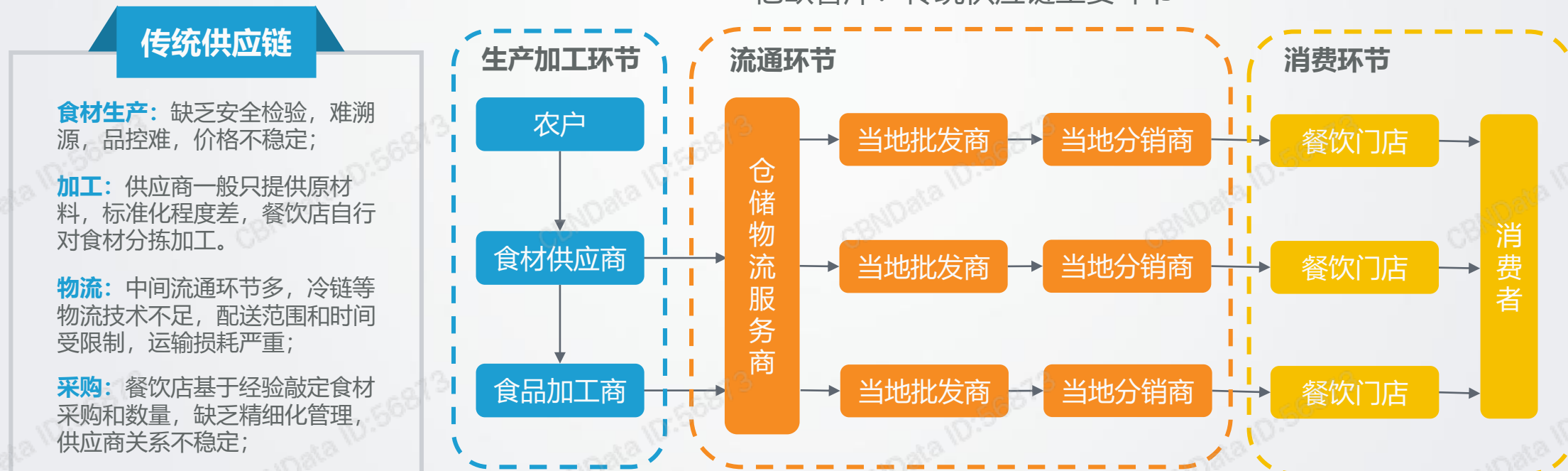
Supply-Chain Services

---

# 传统供应链市场小而分散，中间损耗严重，品控难把握，餐饮业对专业化供应商需求愈加强劲

- ◆ 传统的餐饮供应链通常为私人化采购模式，过程极不规范，例如食材品质无法保障，餐饮店采购管理粗放，供需两端信息不对称。即便是统一进行采购的连锁餐企仍需经过繁多的交易环节，中间损耗严重，而且简单的供销关系缺乏服务属性，餐企个性化需求得不到满足。在经营压力下，餐饮业对第三方专业化供应链服务的需求愈加强劲。
- ◆ 在传统餐饮供应链的基础上，专业化供应链服务商正在整合运用互联网、冷藏保鲜、大数据等多种技术，构建供应链网络，从而帮助餐饮企业降低经营成本，提高运营效率，创造全新价值。

亿欧智库：传统供应链主要环节



# 参与者类型多样化，供应链上游企业、互联网初创公司与餐企自建供应链三足鼎立

- ◆ 目前，部分大型连锁餐企形成自有专业化供应链，构建起完整的货源、物流、仓储、加工的供应体系。然而这种重运营模式常导致产能闲置，因此餐企通常会开放自有供应链（如蜀海），或联合组建专业化供应链（如众美联）。该类企业往往更能理解餐企需求。
- ◆ 从行业上游成长起来的供应商（如冷联天下）也在不断加强集约化水平，资源整合能力和深耕经验使他们在业内具备一定优势。
- ◆ 互联网公司在以较轻的商业模式跨界供应链服务。美菜、链农等借助互联网思维的优势，搭建采购电商平台，为餐企提供透明的信息服务，为供应商提供便捷的销售渠道，承担信息串接的中间商角色。
- ◆ SaaS服务商布局供应链正成为行业的潜在趋势，不过目前仍主要为餐饮店提供采购信息和库存管理等基本功能。

亿欧智库：国内餐饮供应链领域代表性玩家

企业背景	企业名称	成立时间	模式	最新融资轮次及金额
餐企背景	蜀海供应链	2006	整体供应链托管运营	——
	众美联供应链	2014	供应链综合服务平台	——
	信良记	2016	爆品垂直供应链	A+轮 / 1.2亿人民币
	功夫鲜食汇	2017	快餐食材供应链	——
互联网跨界背景	美菜	2014	食材生鲜B2B电商	E轮 / 4.5亿美元
	链农	2014	农业食材B2B电商	B+轮 / 数千万人民币
	宋小菜	2014	蔬菜B2B交易服务平台	B轮 / 2.3亿人民币
	京东企业购	2017	采购配送电商平台	——
供应链背景	冷联天下	2013	第四方物流服务总包商	——
	餐北斗	2017	餐饮行业物流供应链	A轮 / 数千万人民币

# 重塑餐饮供应链服务，新型解决方案涌现出来，信息流、产品流、物流各赛道尚有较大成长空间

- ◆ 供应链服务涵盖了信息流、产品流和物流三个方向，具体到产品流，又有宽产品线 and 垂直类产品线的区分。其中全案总包的供应商提供一站式服务以及全品类商品供应；垂直细分的供应商则深耕在某一方向或某类产品。复杂的供应环节需要专业分工的垂直类玩家和搭建整体服务网络的平台式玩家，在具体业务和品类二者互为补充，因而两种不同的定位在合作方面有着很多契合点。
- ◆ 在客户选择方面，重资产、附加值高的解决方案往往针对于粘性较高、经营成熟的连锁餐企或大型餐企，而主打交易平台的轻资产方案更多面向单量小、小微商家。在庞大的餐饮市场下，两类商业模式均有着较大的成长空间。

## 亿欧智库：新型供应链服务解决方案

	<b>信息流</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>采购电商平台</b>：为餐饮店提供信息透明、价格合理、品控保障的采购方式</li> <li>✓ <b>餐饮店供应链管理系统</b>：基于餐饮店数据，精细化管理店面采购和库存情况</li> <li>✓ <b>供应商信息系统</b>：基于数据积累，对食品供给和餐饮店需求做出更好预测</li> </ul>
	<b>产品流</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>品控监测</b>：对供应商的资质、生产地及食材进行审查监测，保障食品安全</li> <li>✓ <b>中央厨房</b>：食材分拣加工及菜品研发，降低餐饮店人力成本，简化制餐流程</li> <li>✓ <b>食材类型覆盖</b>：提供基础菜品、米面粮油乃至爆款加工成品，满足不同业态需求</li> </ul>
	<b>物流</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>采购渠道</b>：食材源头直供，集约化采购，降低中间流通成本</li> <li>✓ <b>温控管理</b>：利用冷链运输和温控管理技术，保障冻品生鲜质量</li> <li>✓ <b>仓储配送</b>：物流中心吞吐能力更强，并可提供定时配送、加急配送等服务</li> </ul>



# 供应链作为蓝海市场，整合难度较大，回报缓慢，距离所谓“餐饮下半场”终局尚远

- ◆ 挑战：供应链的重资产运营特征，交易环节的复杂和管控难度，以及中餐业态的特殊性，使供应链这一蓝海市场仍停留在初期发展阶段，整合供销两端散而小的市场难度较大，资金回报缓慢。形成类似Sysco、日本久世级别的巨头还十分遥远。
- ◆ 机遇：轻快餐的崛起正在从需求市场改变供应链格局，餐企对于标准化餐品的需要反向推动了供给端升级；规模化、集约化的运营能力则有助于更丰富数据的积淀；此外，大型餐企开放自有供应链面向初创餐企，还一定程度发挥了孵化器的作用。
- ◆ 有效的客户联系和有竞争力的方案及价格，将成为今后餐饮供应链企业的主要决胜因素。

## 亿欧智库：餐饮供应链发展的主要机遇及挑战

### 挑战

#### 1. 食材标准化

受季节、天气、价格影响，食材供应波动较大，不同区域食材需求也不尽相同，较难实现标准化。

#### 2. 数据孤岛

分散的市场通常难以大范围打通各方数据，且环节复杂、品类繁多的特征使供应链数据难以结构化。

#### 3. 盈利难

餐饮业购买力有限，供应产品溢价水平低，供应链打造成本高且资金回报慢，使行业利润极低。

### 机遇

#### 1. 轻快餐

轻快餐发展迅速，简单快速的业态特征要求供应商严格规范产品品控。

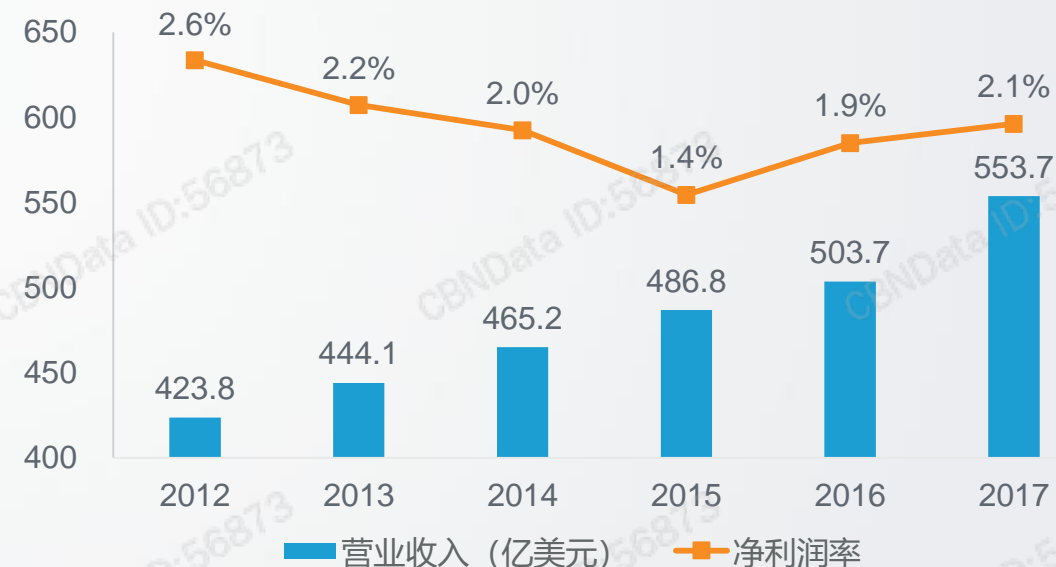
#### 2. 资本进入

产业资本和面向创业公司的风险投资对供应链给予更多关注，行业整合升级加快。

#### 3. 信息化

信息化技术使供应商有机会全面把控源头生产、流通运输到客户需求进行数据一体化管理。

## 亿欧智库：2012-2017财年Sysco营收及净利润率情况



数据来源：Sysco财报

- Sysco作为供应链巨头，但在近2800亿美元的美国食品供应链市场仍只占16%的份额。商家供应渠道多样，转换成本低，导致市场垄断可能性较小。

---

## 4.3 管理服务

Management Services

---

# 消费升级和大数据技术背景下，新型管理服务从理念、技术两方面助力餐企品牌升级和效益提高

- ◆ 餐饮的管理服务包括了前期的餐厅选址、品牌策划、装潢修饰，以及后续的菜品、人效、坪效管理等内部管理业务。
- ◆ 消费者对于就餐空间、品牌调性日益关注要求餐饮店进行品牌升级，品牌策划和空间设计服务热度随之提高。
- ◆ 相对于传统咨询公司长时间的线下考察调研，大数据技术整合利用POS、ERP、CRM等企业内部数据，和商圈服务、电信运营商、地图服务商等外部数据，搭建评估模型，为餐企提供更便捷精确的管理工具。
- ◆ 此外，美团点评餐饮学院、勺子课堂、汉源东方分别从线上线下渠道，以培训授课的方式提升餐饮企业的管理能力。

## 理念赋能

### 品牌策划

根据餐饮店自身定位并结合消费升级等行业热点理念，从品牌命名、平面设计、形象塑造到服务流程搭建，提升餐厅品牌价值。

### 空间设计

在满足装潢修饰需求的基础上，结合餐饮店的品牌理念和调性，为其提供个性化、品质化的设计方案，提升消费者就餐体验，赋予餐企附加值。

### 培训授课

通过网络授课和线下集中培训体验两种形式，服务商整合优秀资源为中小创业餐企教授管理运营经验，提升餐饮从业者素质

## 技术赋能

### 餐厅选址

管理服务商基于外卖团购平台、社交媒体、地图服务商所提供的数据，能够综合商圈、客流、消费群体特征、周边竞品等重要因素精确评估选址。

### 菜品管理

此前只是简单的菜品销量统计而忽略了其他要素，大数据应用则结合消费者特征、复购情况等多维度数据，指导商家更科学管理菜品。

### 人效管理

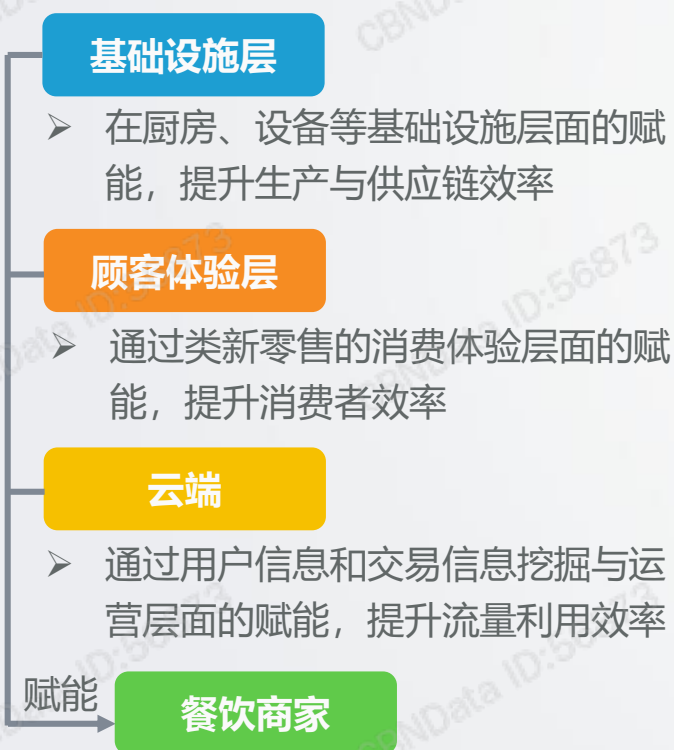
利用信息化软件，帮助餐企搭建完善的管理组织架构，对员工的考勤、值班、薪酬等方面内容实现跨店精细化管理，提升人事效率。

# 共享厨房为餐饮店提供一系列配套管理方案，缓解“三高—低”压力，发挥集约化经营优势

- ◆ 单店经营的模式往往需要餐饮店承担更高成本，共享厨房通过集约化经营管理方式，提供场地选址、证件办理、包装设计、设备购置、外卖运营等一系列配套方案，加速餐饮店成长。
- ◆ 目前共享厨房的主要收入来源包括房租、营业分红、商家入驻费、品牌服务费、配送收益等，面向的餐饮企业包括新创网红品牌及成熟连锁品牌。

亿欧智库：共享厨房三层赋能网络

亿欧智库：国内共享厨房代表性企业情况对比



	食云集	吉刻联盟	熊猫星厨
创立时间	2016年12月	2015年12月	2016年3月
融资情况	A+轮/千万级美元	A轮/千万级人民币	A轮/数千万人民币
目标定位	中高端外卖及堂食品牌，主打白领餐饮零售市场	外卖餐饮共享厨房，面向主流商圈	外卖餐饮共享厨房，面向白领工作人群
门店情况	7家门店（上海、南京），单个门店约1000平米（2017.12）	上海8家，单店面积300-500平米（2018.2）	35家店（北、上、杭、深），单店面积500—800平米（2017.11）
经营情况	单店日订单平均3000+件，月流水150万元左右（2018.2）	营业门店单日外卖订单共计20000+（2018.2）	每个商家平均单量在150单/天，每个店铺月均营业额约150万（2017.3）
提供服务	为商户提供厨房租赁、证照办理、食材耗材采购、管理培训、品牌打造、营销推广、数据分析、外卖运营及统一配送等配套服务（不同在于，食云集门店开辟了堂食服务并提供SaaS系统）		
合作餐企数	400余家（2017.12）	84家（2018.4）	300余家（2018.4）

信息来源：熊猫星厨、吉刻联盟、企查查、鲸准及公开资料（有时间标注）



---

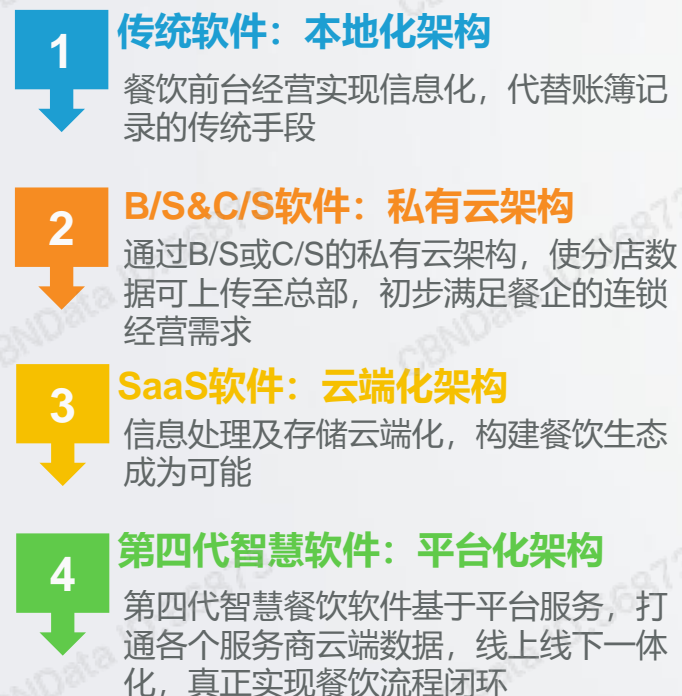
## 4.4 技术服务

Technical Services

---

- ◆ 技术服务指餐饮店在前台经营过程中使用信息化技术的服务，包含ERP、CRM、SaaS等服务软件以及配套硬件。
- ◆ 传统餐饮软件商有经验积累，定制化项目制，占有大型连锁客户，在后期服务运营中与之有强关系。2012年，移动互联网和餐饮O2O发展背景下，云端化架构、功能相对简易的SaaS服务开始进入餐饮行业，满足外卖等线上业务以及连锁经营的信息化需求，成本高、操作繁琐的传统软件劣势显现。目前，基于平台服务、打通全渠道数据的第四代智慧软件正成为发展趋势。

## 亿欧智库：餐饮技术服务发展历程



## 亿欧智库：传统餐饮软件服务及餐饮SaaS服务对比

	传统餐饮软件服务	餐饮SaaS服务
产品特征	定制化项目，更具工具属性，需较高时间成本、人力成本，价格偏高	根据正餐、快餐等主要的餐饮业态提供标准化产品，服务属性强，边际成本低，售价较低
操作简易度	操作相对复杂，需要长期专门上门服务	部署快速，操作更为简便
技术架构	本地化架构，系统升级需要上门安装，系统信息不能联网，局限于线下业务	云端化架构，系统自动升级，数据存储和信息处理联网化，能接入外卖、团购等线上业务
销售渠道	线下渠道	电商平台直销、线下渠道
后续服务	长期的上门服务，包括系统使用培训和维护	多为线上服务，部分还拓展有线下维护和其他增值服务
面向商家	有精细化管理需求，对高价产品有付费意愿的大型连锁餐企	初期面向中小餐饮门店，逐步拓展至头部连锁餐企
与商家关系	与商家关系较强，且商家主要呈地域性分布；合作周期较长，粘性相对高	与商家关系较弱，但辐射地域范围更广；由于目标客户多为中小门店，生命周期短，粘性低
与平台合作	本地化架构难以与平台接入，打通数据	能够接入平台，实现行业各方开放协作

# 从中小门店到连锁餐企，SaaS服务商逐步构建可靠的供应能力，供应成熟的软硬件解决方案

- ◆ 在尚未构建足够供应能力、不具备市场认可度的前期，餐饮SaaS主要以低价、免费策略面向被忽略的市场——中小餐饮店。该类客户留存率和忠诚度较低，导致大量SaaS服务商被淘汰，而在单点形成可靠供应能力并保有较大客户池的SaaS服务商得以继续发展，逐步将目标客户拓展到具备付费能力的连锁餐企。
- ◆ 伴随市场接受度提高，商户对服务商的云端化能力也提出更高要求。在用餐的高峰端，SaaS服务商需要保证系统稳定运行；对云端数据则需要严格的加密措施、备份服务和传输机制；能够提供大数据、智能化等更深层的增值服务。
- ◆ 在激烈的市场竞争下，SaaS服务商形成了成熟的解决方案。主流产品包括前台收银SaaS及相关配件、自助点餐机、手持POS/平板、后厨屏显、桌面自助点餐二维码、移动端APP（包括B端和C端）。

## 亿欧智库：餐饮技术服务解决方案

### 前台收银系统及配件

- ✓ SaaS收银机
- ✓ 扫码枪、扫码盒……



### 自助点餐服务

- ✓ 自助点餐机
- ✓ 自助点餐二维码



### 移动点餐收银服务

- ✓ 移动POS机
- ✓ 点菜宝
- ✓ 平板电脑
- ✓ 服务员手机端APP



### 后台设备

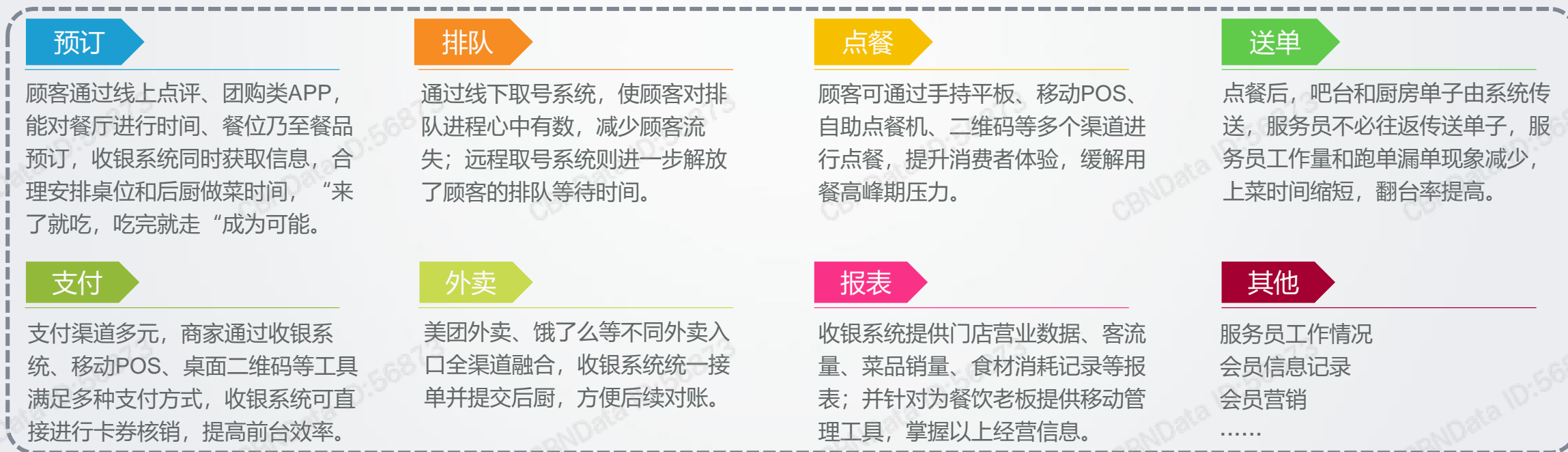
- ✓ KDS厨显系统
- ✓ 后台管理系统（CRM、供应链、人力管理）
- ✓ 老板手机端APP



# SaaS服务实现餐饮店面经营环节完整闭环，餐前预订到餐后营销流程全面覆盖

- ◆ 传统的餐饮To B服务解决方案在不同环节以分散孤立的形式存在，这就导致财务、点餐、会员等环节数据较难统一，对接成本较高，降低了餐饮店管理效率。不过这一现状也给大量初创企业以单点突破的机会。
- ◆ 信息化、数据化管理趋势正使面向消费者端的产品服务迈向一体化、智慧化趋势，当前主流的SaaS服务覆盖了从线上预订、前台点餐用餐收银、后厨分单打印到后续的报表管理和会员营销等环节。此外，SaaS服务商还继续沿上游（即供应链）发展，开发采购和库存管理系统，甚至是基于自己的产品理念在线下为餐企进行管理模式培训。

## 亿欧智库：智慧餐饮服务系统实现店面经营完整闭环





# 行业集中度提高，兼并整合成为行业主旋律，技术服务商将继续在细分领域深耕，并朝供应链业务扩展

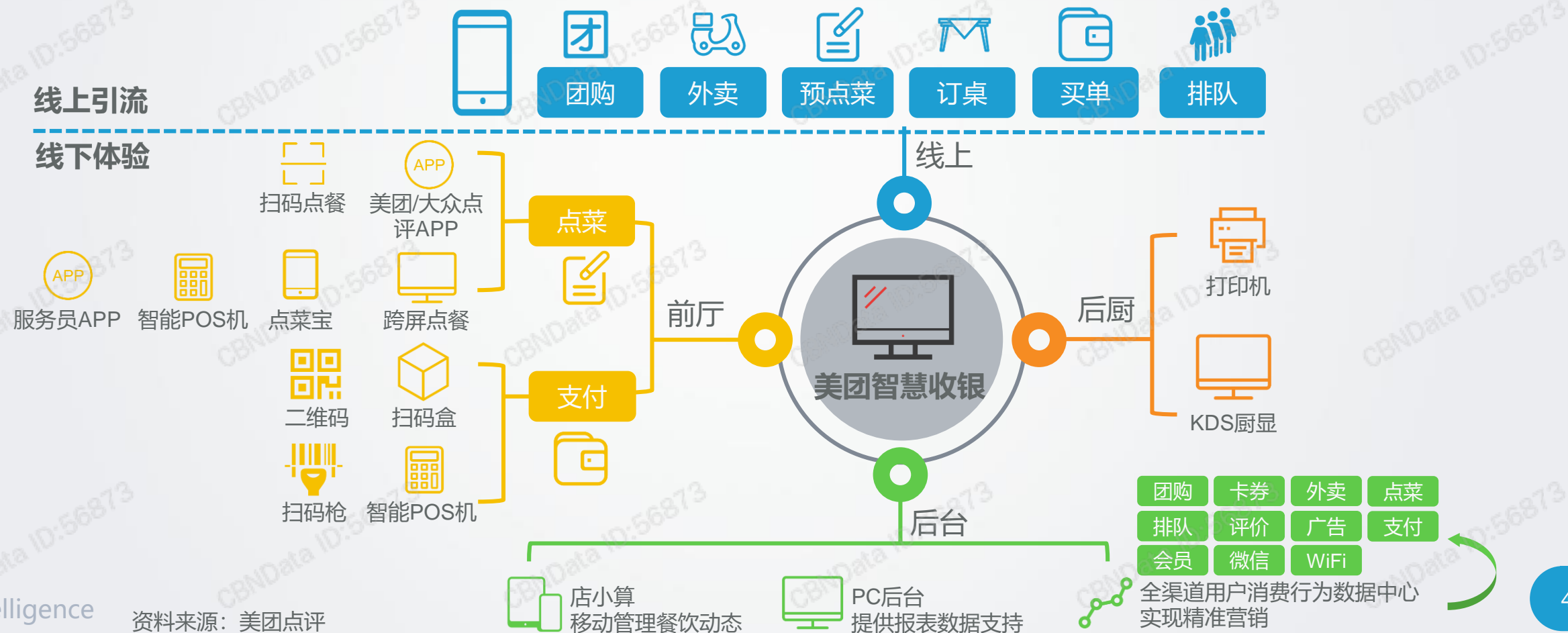
- ◆ 技术服务商争相构建系统闭环能力，使行业集中度日益提高，兼并整合成为竞争主旋律：传统软件服务商扩大规模促进产品升级（如天财商龙收购苏州志杰）；SaaS服务商加强整合能力（如奥琦玮与天子星战略合作、哗啦啦与饮食通合并）；平台型巨头投资软件企业（如美团点评投资屏芯软件、天财商龙、奥琦玮，口碑控股辰森）。2018年行业洗牌迭代仍会继续。
- ◆ 当前技术服务商继续在垂直领域深耕，并更注重后续增值服务，通过线下团队为餐饮店提供安装、服务、培训、运营等配套服务，发挥产品价值，提高客户粘性。此外，向供应链端扩展成为技术服务商拓展业务的主要方向。

亿欧智库：国内部分主要餐饮技术服务商

类型	企业名	成立时间	总部	最新融资情况	类型	企业名	成立时间	总部	最新融资情况
传统ERP服务 (正在转型)	金蝶	1993	深圳市	D轮/1400万美元	第三代SaaS服务	哗啦啦	2009	北京市	——
	天财商龙	1996	天津市	新三板		客如云	2012	北京市	C轮/1.5亿元人民币
	科脉	1999	深圳市	新三板		美味不用等	2013	上海市	C+轮/亿元级人民币
	辰森	2002	北京市	战略投资/金额未透露		二维火	2013	杭州市	战略投资 / 亿元级人民币
第三代SaaS服务	雅座	2006	北京市	C轮 /亿元级人民币		大家来	2015	上海市	A轮/亿元级人民币
	奥琦玮	2006	北京市	C轮 /2亿元人民币	第四代智慧收银	美团点评智慧收银	2016	北京市	——
	好哇	2006	北京市	A轮/1亿元人民币	硬件服务	微智全景	2012	北京市	B轮/1亿元人民币
	屏芯科技	2008	北京市	战略投资/亿元级人民币		商米科技	2013	上海市	C轮/亿元级人民币

# 美团点评第四代智慧收银系统：商家系统和平台无缝打通，让用户体验更好，经营效率更高

- ◆ 相比以往产品，第四代智慧收银真正为顾客实现了“来了就吃，吃完就走”的用餐体验，通过美团/大众点评APP端的预订点餐，餐厅及后厨能够同步信息进行准备，大幅减少顾客等待时间，餐厅翻台率也同时提高。此外，美团团购验券和美团外卖接单功能在收银系统也可以一键完成。这一整个环节的无缝衔接是基于收银系统和平台间相互打通而实现的。



# 美团点评第四代智慧收银系统：与平台对接，通过10项功能打造餐厅与用户的连接器

- ◆ 美团点评第四代收银智慧系统接入餐饮开放平台，依托开放平台数据信息互联，实现线上线下一体化，旨在将此前收银机这一传统的店内使用工具变为餐厅和用户的连接器，在满足商家主要经营需求的同时，记录顾客消费行为数据，帮助餐厅更懂顾客，提高餐厅效能。

## 亿欧智库：美团点评第四代智慧收银10项功能助力餐厅



# 美味不用等：在餐饮B2B领域全面铺设，为商户解决“效率、客流、资金、数据”四大难题

- ◆ 美味不用等通过B端SaaS服务和C端产品，解决餐厅的效率、管理、营销、成本和顾客就餐体验等方面的问题。2017年，美味不用等为近10万家餐厅提供了智慧餐饮一体化解决方案，同时为近10亿人次的消费者提供了高品质的餐饮服务体验。全年产生的订单数超过3亿，流水总量近300亿。
- ◆ 此前，美味不用等聚焦于预订排队等较轻的单点环节，完成突破后逐步进行全面铺设，形成智慧餐饮一体化解决方案，其发展战略可总结为“位、钱、人、菜，数、媒、链、金”（排队预订、支付、会员、点餐；数据、广告、供应链、金融）。

亿欧智库：美味不用等智慧餐厅解决方案



亿欧智库：美味不用等解决餐饮业四大难题

	<b>效率</b>	<p>进店前：预约餐位或自助排队取号，并通过手机掌握等位进程，提升餐厅预订到店率、降低排队流失率；</p> <p>进店后：自助点菜和收银，支付成功自动清台，会员沉淀。</p>
	<b>客流</b>	<p>自有2000万微信公众号粉丝、1000万APP用户，与美团点评、百度、口碑等达成战略合作，同时与全国500家品牌shopping mall深度合作，全面覆盖线上线下渠道，助力餐厅引流。</p>
	<b>数据</b>	<p>通过完整丰富的会员获取渠道和场景，对会员数据进行多维度分析，形成用户画像，最终实现精细化分层营销；</p> <p>通过手机轻松掌握餐厅经营状况，管理更方便。</p>
	<b>资金</b>	<p>探索布局餐厅供应链金融领域，帮助餐饮商户解决开店及运营资金难题</p>



# 美味不用等：多维帮助餐厅实现数据化运营，与合作伙伴共建智慧餐饮新生态

- ◆ 通过整合线上线下数据，美味不用等从营业额、会员、菜品、客流等维度帮助餐企实现数据化运营和决策。此外，美味不用等利用大数据和AI技术，全方位了解商圈各项指标，为餐厅推荐最优匹配的选址，持续带来大量、精准的客流。
- ◆ 目前，美味不用等已经通过覆盖全国的销售服务网点，将餐厅服务与消费者紧密连接。未来，美味不用等将从夯实产品基础和优化服务体验等方面出发，与合作伙伴共建智慧餐饮新生态。

## 亿欧智库：美味不用等数据化运营解决方案



## 亿欧智库：美味不用等大数据选址解决方案



### 美味不用等积累数据

商圈客流	客户画像
菜系客流	客户可忍受的排队时长
排队预定人数	市场饱和度
新老客趋势	堂食/外卖热销菜品
各市别客流	口味偏好
工作日/周末客流	各价位餐厅顾客分流

资料来源：美味不用等

---

## 4.5 营销服务

Marketing Services

---

# 互联网和移动支付背景下，“支付即会员”理念进一步加强餐饮店的获客留客能力

- ◆ 此前，餐饮开展营销活动大多以店面宣传和广告发放宣传为主，触达范围有限。移动互联网的发展，使餐饮店能够借助外卖、团购、点评等APP、微信公众号进行更大范围的营销传播，提高获客能力。
- ◆ 以往餐厅办理会员的形式响应率也较低，时间成本较高，而移动支付扩大了商家与顾客的连接。顾客使用移动支付后，接入支付平台的CRM系统能够直接获取会员，并和线上的脱敏数据打通，绘成会员画像，完整掌握会员生命周期。“支付即会员”的理念为餐企提供了较高效的会员积累和管理渠道。
- ◆ 还有服务商具备商圈全业务的大数据采集和分析能力。根据餐饮店本身的顾客数据特征，服务商能够在庞大的流量池内进行匹配，进而在不同渠道推广引流；针对以往到店顾客，服务商可根据顾客画像进行多样化、自动化的精准营销方案，提高营销响应率。

## 亿欧智库：餐饮店主要营销渠道

线下

商圈和街边广告

门店广告

➢ 触达范围有限，难以吸引到目标顾客，转化率一般

线上

外卖、团购、点评等线上平台

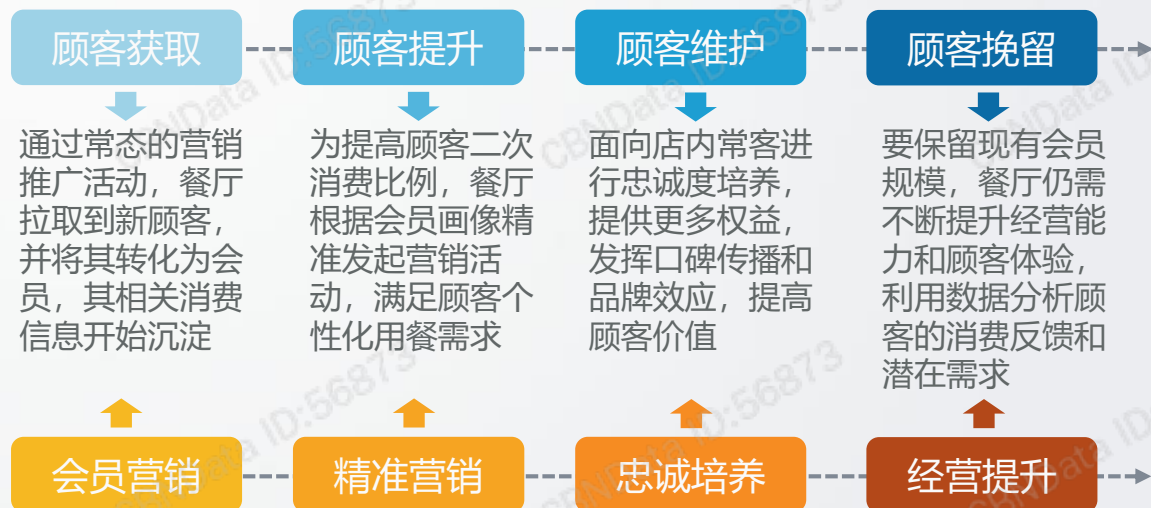
公众号、微博等新媒体渠道

➢ 营销范围扩大，更易触达青年群体，相对提高营销效果

个人精准推送

➢ 针对性触达目标顾客，满足顾客个性化需求，转化效果显著

## 亿欧智库：会员生命周期及餐饮营销的主要阶段



# 全渠道会员体系进一步提高营销活动的精准触达能力和响应率，为餐饮业带来新动能

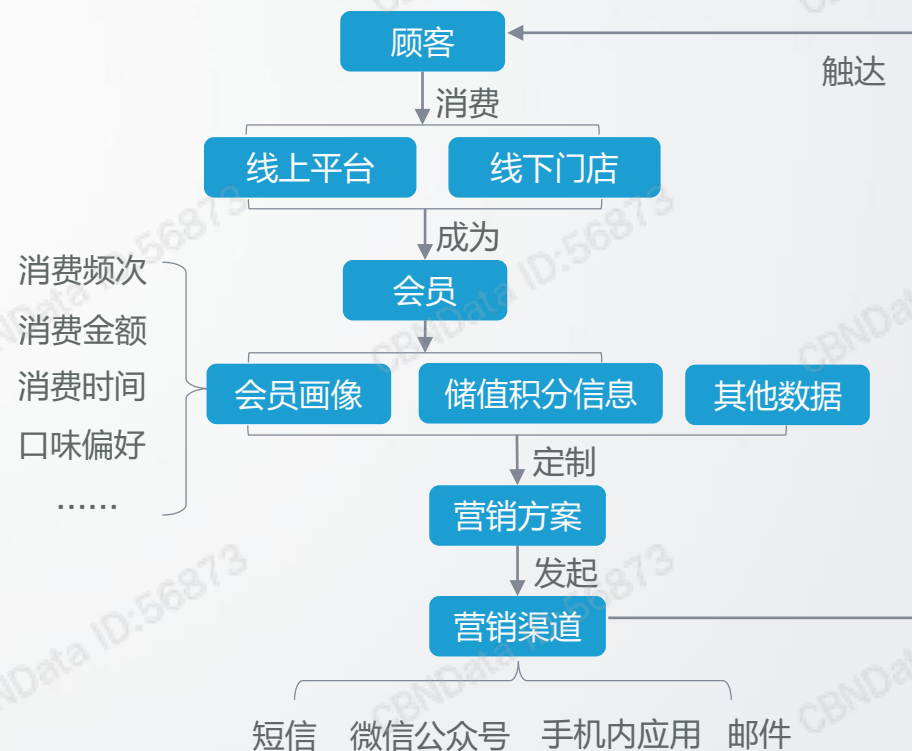
- ◆ 以移动支付为基础，在消费者授权的前提下，平台将部分大数据向商家开放，线上线下全渠道数据互通。商家可以对会员全生命周期的行为轨迹进行完整记录，强化商家与顾客连接。凭借全渠道能力，系统可根据顾客类型自动匹配不同的营销方案，一键发起活动，提高营销推广的精准触达能力和响应率，为餐企创造新价值。
- ◆ 构建全渠道会员体系，需要足够深足够广的数据池才能发挥价值，因此服务商、餐企与平台间广泛开放协作是最为重要的突破点。

亿欧智库：美团点评全渠道会员体系图示



资料来源：美团点评

亿欧智库：全渠道会员营销流程





---

## 4.6 人才服务

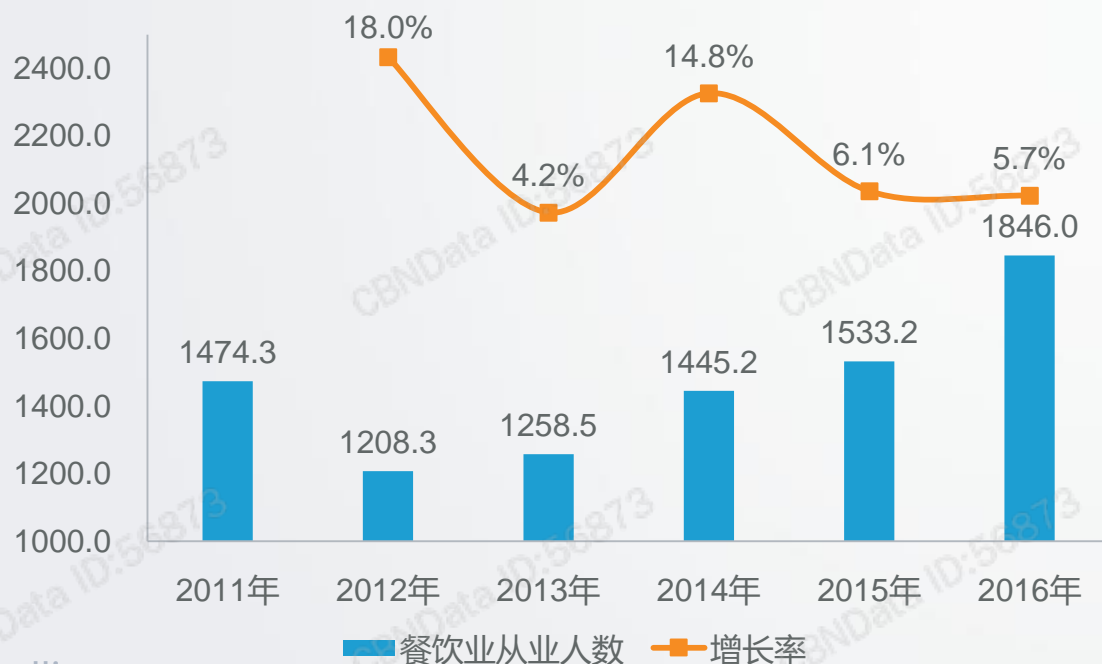
Talent Services

---

# 人口红利消失，灵活用工解决餐企招聘难题；人才梯队升级，授课培训提高管理人员素质

- ◆ 庞大的餐饮市场带动了大规模的就业，根据中国烹饪协会测算，2016年我国餐饮企业从业人数达1846万人。此前的人口红利为餐饮业发展提供了足够的低廉劳动力。然而，红利消失正给餐企带来全职用工成本提高、招工难、职工离职率高的严重问题。因此，招聘成本较低、时间自由的兼职工正成为餐饮业用工趋势。人才服务企业通过灵活用工模式解决了餐饮业人才缺口的难题。
- ◆ 行业创新趋势下也对餐饮管理人员能力提出了更高要求。为促进人才梯队升级，除吸引更多高素质人才进入餐饮业外，美团点评餐饮学院、口碑、勺子课堂、汉源东方等通过授课培训的方式也有效提升了从业者的经营能力。

亿欧智库：2011-2016年餐饮企业从业人数



数据来源：商务部、中国烹饪协会

亿欧智库：2002-2017年中国有效求人倍率  
(反映就业市场供求情况，大于1则供不应求)

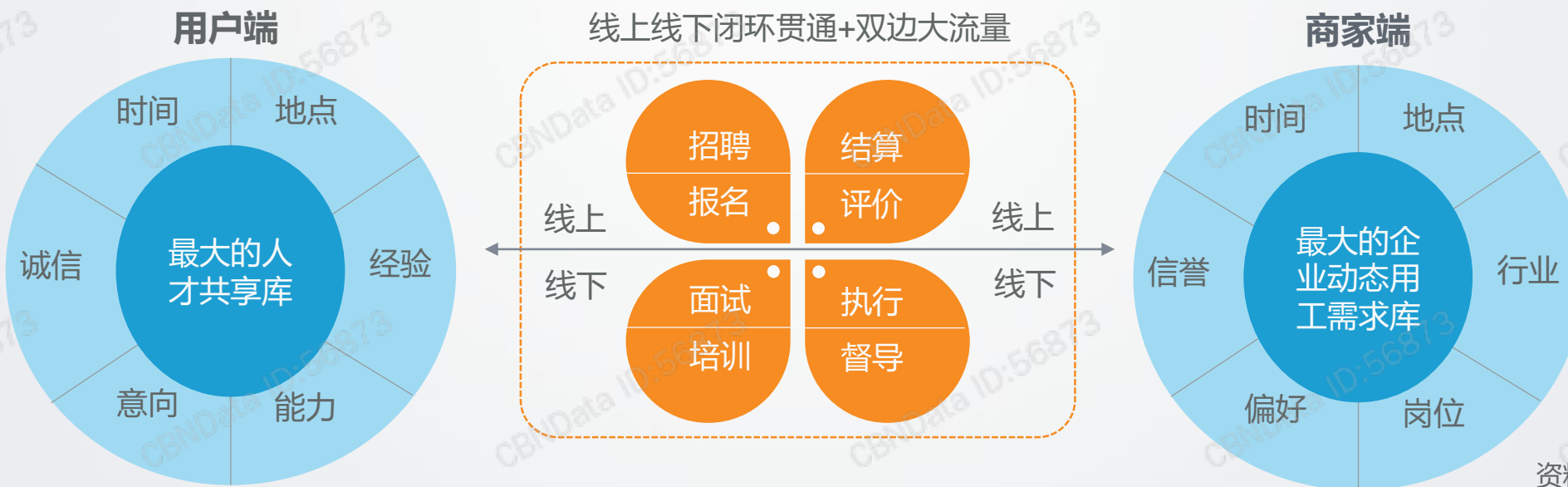


数据来源：人力资源与社会保障部、中国就业网

# 斗米：灵活用工一站式服务平台打造线上线下闭环创新模式，提高餐饮业招聘效率，降低人力成本

- ◆ 劳动力人口出现结构性短缺，加之服务业用工需求刚性上涨，灵活用工已是大势所趋，从58赶集集团独立拆分出来的斗米深耕灵活用工这一蓝海市场，已覆盖170万+的商户和5000万的注册用户，2017年报名量已达5200余万。
- ◆ 针对餐饮企业，斗米从招聘切入，提供各类灵活用工服务，覆盖在线招聘、RPO招聘、岗位外包、在线众包等多类型服务。同时，利用互联网技术，通过构建全网最大“人才活水池”和符合灵活用工特性的SaaS管理工具，不断推动餐企灵活用工招聘效率与管理效率的提升。
- ◆ 在餐饮行业，灵活用工模式逐步开始推广。目前，斗米已成为星巴克、海底捞、麦当劳、西贝、真功夫等超过200家餐饮平台、连锁中式快餐、西式快餐招聘服务的战略合作伙伴。

亿欧智库：斗米线上线下闭环服务模式



资料来源：斗米

# 斗米：基于庞大的“灵活用工就业人员活水池”和企业用工需求库，提供多元化业务矩阵和增值服务，助力餐饮业发展

- ◆ 线上线下闭环的创新服务模式既是对传统信息展示模式的深化与创新，又是对传统线下服务模式的延伸与创新。基于庞大的灵活就业人员活水池和企业用工需求库，斗米通过多元化业务矩阵深度助力企业和求职者，激活餐企人力资源，提升就业者价值。
- ◆ 未来，斗米还要为B端提供更多增值服务，例如：通过斗米平台大数据，可自动为餐企生成一份用工诊断报告，包括离职原因分析、针对性解决方案等等，为企业提供提高员工稳定性，降低流失率。

## 亿欧智库：斗米的创新解决方案

## 亿欧智库：斗米的增值模式延伸—餐饮业用工诊断报告

### □ 在线“审、赔、保”机制，提升安全保障

通过反垃圾和人工审核机制，对发布需求的商家进行资质审核，并提供投诉入、赔付、兼职保险等保障

### □ 最大“灵活就业人员活水池”，提升招聘效果

在58赶集平台的基础上，斗米覆盖全渠道，构建了日活达百万、月新增注册达百万、简历数达5200余万的庞大用工数据池

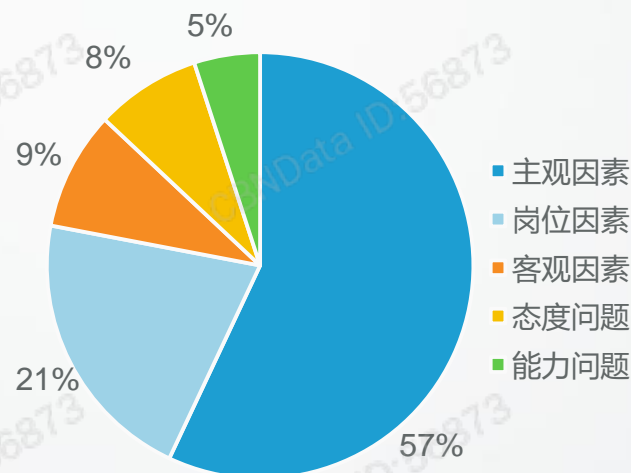
### □ 大数据为供需双方提供智能精准匹配，提升招聘效率

基于数据池，对所有数据进行汇总分析，通过优化产品体验和智能算法提升用户和企业的筛选匹配效率，提升招聘效果

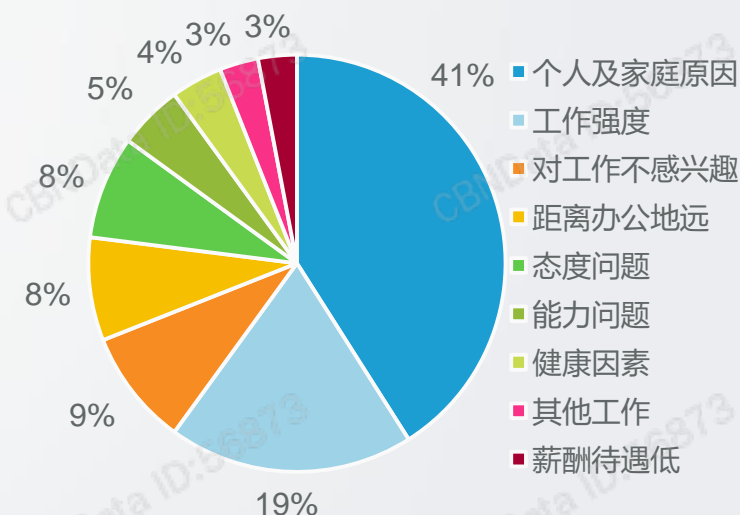
### □ SaaS用工管理工具，提升管理效率

覆盖考勤管理、位置管理、任务管理、工资核算等功能，提升管理效率和透明度

3天以内离职原因归类



3天以内离职具体原因分析



注：其中主动离职包括主观、客观及岗位因素，被动离职包括态度、能力问题

资料来源：斗米



---

## 4.7 平台型服务

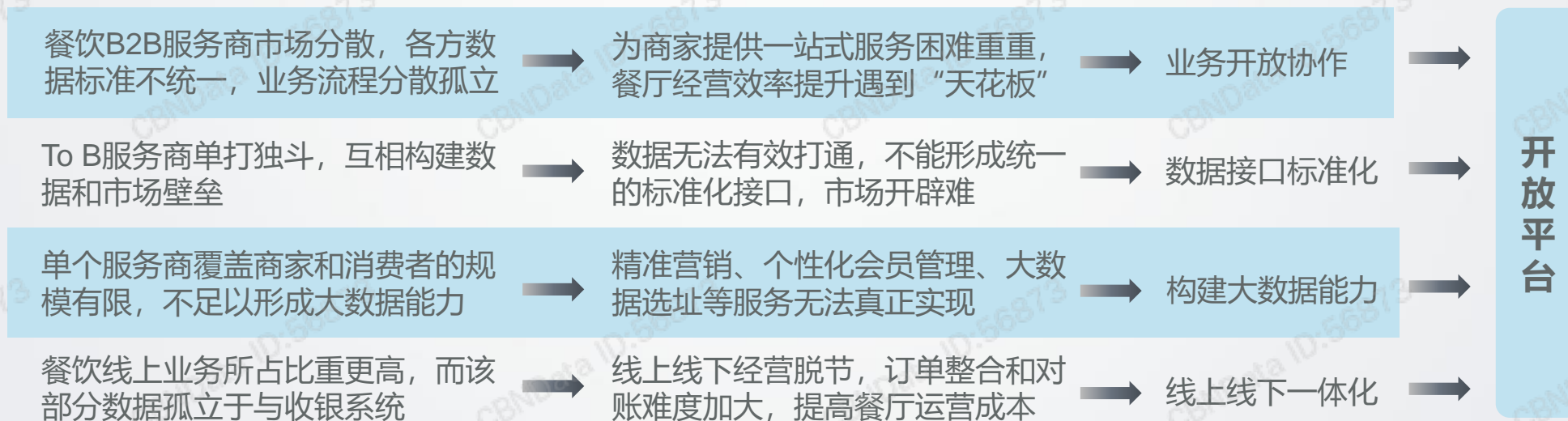
Platform Services

---

# 餐饮线上线下经营脱节，缺乏不同服务商数据间对接的统一标准，亟待平台型服务商开放业务能力

- ◆ 餐饮业运作流程长而复杂，使餐企在经营过程中承受大量交易成本。规范化、精细化的发展趋势正使行业逐步整合，能在行业某一侧提供整体解决方案的企业开始出现。服务商一定程度上帮助餐企实现了系统打通、数据打通，根据不同具体场景提供各异的产品，后端使用统一接口进行串联。
- ◆ 然而，目前的SaaS服务商所做到的数据打通仍局限于门店前厅和一些表层的线上行为，局限于单一店面。商家在接收来自外卖、团购业务时，仍需手动录入，线上线下经营严重脱节，缺乏数据对接的统一标准。此外，To B服务的特殊性导致餐饮市场相对分散，赢者通吃局面形成可能性低，服务商难以真正沉淀到所谓的“大数据”。
- ◆ 面对当下困境，基于开放平台汇集各方资源，互相协作，将是餐饮SaaS服务向第四代智慧软件迈进的关键过程。

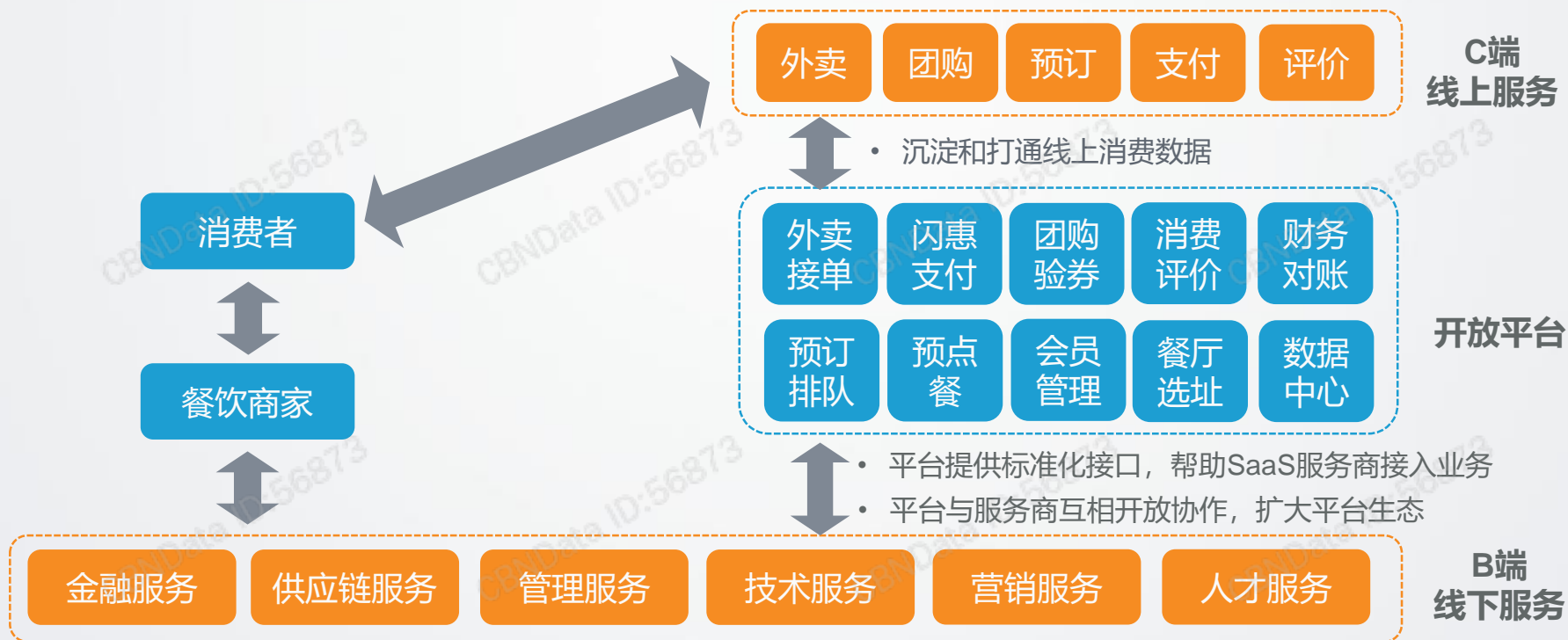
## 亿欧智库：当前餐饮B2B服务面临的主要问题



# 餐饮开放平台提供标准化接口，与商户现有系统结合，实现全渠道数据贯通，打破“孤岛”，实现多方共赢

- ◆ 餐饮开放平台与商户现有系统相结合，能帮助餐饮商户在系统中直接打通平台业务，实现不同渠道数据的贯通，优化餐厅经营效率；平台与服务商连接，让商户使用的SaaS收银不再是“数据孤岛”，向第四代智慧软件升级，大幅提高核心竞争力；平台则在此过程中加强与消费者、商家、服务商连接，进而提供更优服务，最终实现多方共赢。
- ◆ 美团点评、口碑（支付宝）在外卖、团购、支付等环节覆盖有大规模的消费者和商家，形成了庞大的餐饮数据池，是实现餐饮B2B服务平台化的主要力量。其中，美团点评餐饮开放平台在构建餐饮全链条、全场景闭环服务能力方面发挥了重要作用。

亿欧智库：餐饮开放平台基本架构



# 美团点评餐饮开放平台：与服务商共建良性餐饮生态系统，为线下商户提供基于生态、全链条的整体解决方案

- ◆ 美团点评餐饮开放平台与餐饮服务商无缝连接，将沉淀的业务能力开放给SaaS服务商，帮助商家实现外卖自动接单同步后厨、团购秒速验券、评价实时管理、预定、智能支付、门店信息线上化、全渠道会员等功能。实现平台、服务商与商户的高效闭环连接，打造线上线下一体化，帮助餐厅在线，让商家使用的收银产品不再是数据“孤岛”。未来，**SaaS服务商与平台打通方能实现价值。**
- ◆ 2018年3月，已有800+餐饮服务商加入开放平台，涵盖美团点评智慧收银、奥琦玮、天财商龙、哗啦啦、客如云等知名服务商，帮助更多商户提高效率、降低成本，助力餐饮业转型升级。

亿欧智库：美团点评餐饮开放平台解决方案（部分）

类型	功能	内容	解决痛点	优势
门店信息线上化 (通过ISV服务商补全线下数据，将线下数据线上化，整合数据，从而更好地服务商户)	菜单展示功能	增加店内线下菜单同步展示在点评及美团APP的POI详情页中，推荐菜、工作餐等，以吸引用户到店消费	线上菜品不实时，不全不对难参考	C端流量引入，高效转化销售
	人气眼功能	综合评估商户在团购、买单等方面的活跃和相关价值指数，实时展示餐厅热度，露出人气值标签，供商户参考比较，也供C端用户做择店参考	餐厅线上营销难	帮助商家线上引流
	桌台桌态功能	展示商户的桌台容量、占用情况等，为用户就餐选择提供辅助参考	桌位信息未体现，电话质询效率低	实时更新更准确
	门店信息展示功能	营业状态、营业时间实时展示，包括并不限于门店周边情况：停车位、WIFI、充电宝、宝宝椅等，为用户就餐选择提供参考	餐厅信息不丰富，白跑一趟体验差	自动同步0误差
全渠道会员	汇集用户在堂食、点餐、外卖、团购等场景产生的行为数据，形成数据池。对接完成后，商户可在收银系统中触发全渠道会员需求，并获取 <b>精准用户画像</b> ，进行 <b>精准营销、无感知营销</b>		各场景数据割裂	精细化会员管理、提高营销转化率
外卖流程简化	对接开放平台后，商家在餐饮系统中自动进行外卖接单和账单合并，完成订单全流程		人工接单录单，响应速度慢	自动接单录单，降低人力成本



# 未来发展趋势与建议

Trends of Industry and Recommendation

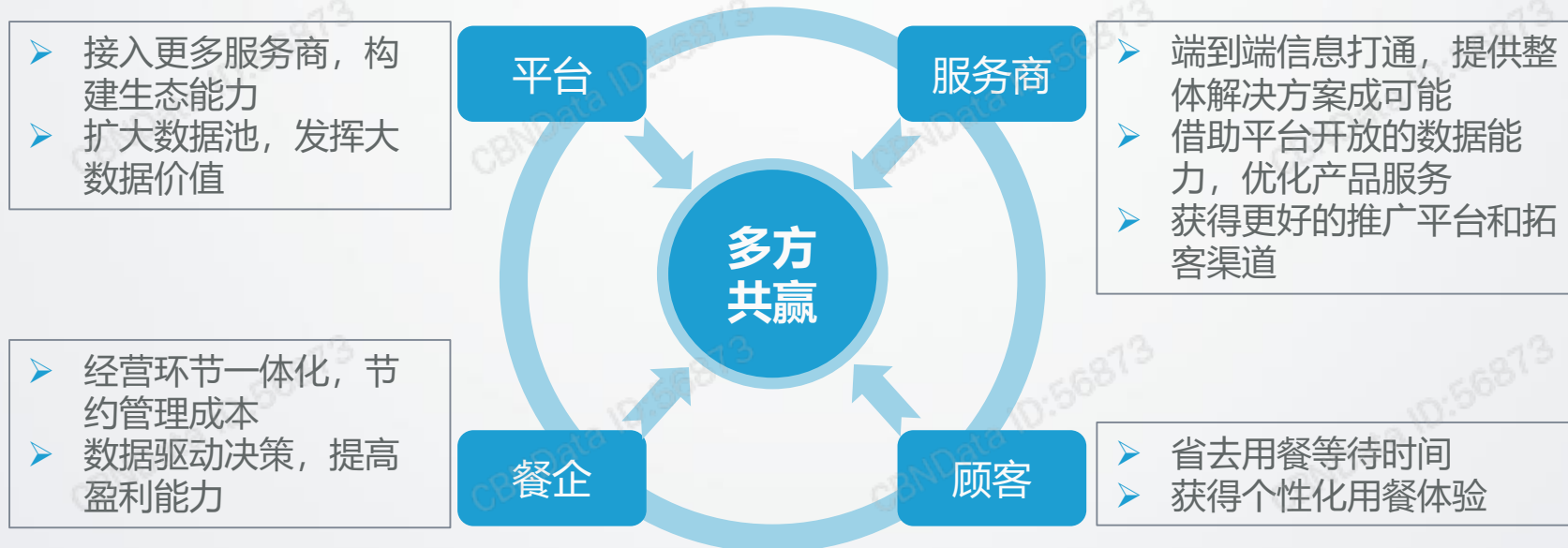
## 5.1 餐饮B2B服务集中化趋势

The trend of Centralization

# 平台构建餐饮生态，打破数据孤岛，提升行业效率；B2B服务头部效应愈加明显，各垂直领域趋于集中化

- ◆ 从行业层面而言，服务商与平台相结合，一方面，能够打破顾客和商家之间的信息不对称，实现端到端的信息流对接，使当前不同环节的产品整合为覆盖全场景的新一代系统；另一方面，接入不同服务商的数据池，构建开放协作生态，将有效释放4万亿餐饮市场的数据价值；最后，平台型企业强大的销售团队和推广平台为服务商拓宽市场提供渠道。平台、服务商、餐厅三方开放协作，最终将提高行业整体效率，实现多方共赢。
- ◆ 业内收购兼并加剧，餐饮B2B服务各垂直领域将趋于集中化：餐厅对于一站式、精细化的解决方案的需求，使其在采用B端服务更倾向于选择头部企业；在理念升级、技术升级的浪潮下，行业门槛提高，长尾企业也将逐步被淘汰。不过，由于B端市场的特殊性，集中化的趋势进程会相对较慢。

亿欧智库：基于平台开放协作，实现餐饮业多方共赢



# 在洗牌迭代的行业格局下，服务商借助开放平台，深耕垂直业态，构筑护城河优势

- ◆ 平台方提供覆盖全链条的标准化服务，主要是承担餐饮B2B底层能力的搭建，各环节服务商将继续发挥关键作用。
- ◆ 当前趋势下，B2B服务商应基于开放平台能力，发挥经验优势，持续深耕某一业态或者某个区域，提供专业化、定制化的产品服务，使积累的数据更为细分、集中和有效，最终取得在目标市场的话语权和独特优势。此外，成熟的餐饮B2B服务在三四线城市普及度一般，服务商仍有继续扩大规模的巨大空间。
- ◆ 标准化产品方案曾帮助餐饮SaaS在与传统软件竞争中取得优势，但大型餐企在管理理念和流程的不同，仍要求服务商要构建定制化能力。未来，餐企基于餐饮服务系统的多样化标准模块进行个性化拼接，可能是兼顾标准化和定制化的一种方案。
- ◆ 此外，以功能为核心的思维正逐步让位于服务思维，要真正发挥产品价值，提升客户忠诚度，本地化服务、数据增值服务必不可少。





## 5.2 餐饮B2B服务进入智慧化时代

The trend of Intelligence

# 线上线下一体化：基于平台服务，第四代智慧餐厅解决方案整合餐饮各经营环节数据，打造全链条闭环能力

- ◆ 应对线上线下经营脱节、数据积累不足的行业痛点，基于平台型服务的智慧餐厅解决方案成为下一代系统发展方向。以收银软件为核心，该方案配套不同经营环节的产品组合，一站式打通前厅后厨、线上线下，真正实现全场景、全链条闭环，显著降低运营成本，节省用工数量，提升管理绩效。
- ◆ 在消费者层面，实现全场景闭环的智慧餐厅解决方案整合各维度数据，形成全渠道会员体系，助力餐厅落地精准营销和个性化服务能力，为顾客提供更优质、更精准的服务体验。
- ◆ 美团点评餐饮开放平台覆盖了大量的商户和消费者，在线上线下一体化方向已具备率先落地的优势。

亿欧智库：第四代智慧餐厅解决方案打造闭环服务



# 数据化：构建平台生态是餐饮业形成大数据能力的前提，未来大数据将在三个层次助力餐饮业

- ◆ 尽管已有不少B2B服务商声称可提供大数据产品服务，然而目前餐饮业要应用大数据仍比较难落地。一方面餐企信息化程度有限，消费者和商家的数据割裂；另一方面餐厅经营场景丰富，会产生很多变量和非结构化数据，若不具备标准化的接口也无法将多个数据池有效整合。
- ◆ 平台型服务作为基础设施逐步建设完善，将有效促成行业内协作生态，线上线下数据、不同服务商数据将有效连接，餐饮业才能真正沉淀到行业大数据，构建可靠模型，使数据驱动决策得以实现。
- ◆ 具体而言，大数据未来会在三个层次赋能餐饮行业：首先是从整体发现行业趋势，其次下沉到餐饮经营的各个环节，使用大数据为决策提供依据；最后到达餐饮顾客消费行为层面，使餐厅通过数据洞察顾客需求。

## 大数据助力餐饮业的场景

### 一、餐饮行业：

- 发现餐饮行业的整体趋势，例如热门品类和爆款菜品、消费群体的整体特征，帮助餐饮从业者明确业态甚至是品类的选择方向。

### 二、餐饮经营环节：

- 具体到餐企的门店选址、菜品定价、口味选择、食材消耗、会员营销、管理决策等环节，利用大数据提供参考和评估。

### 三、餐饮顾客消费行为：

- 基于线下具体消费行为以及线上的脱敏数据（消费频次、消费能力、消费偏好），更全面描绘顾客画像，掌握顾客用餐喜好，进而进行精准营销，提升顾客粘性。

# 科技+餐饮：餐饮软硬件向智能化方向发展，“无人餐厅”等场景亟待实现

- ◆ 大数据、云计算、移动互联网的应用使餐饮业逐步实现了信息化、数据化，进而产生智慧餐饮的概念。物联网、人工智能等新技术则为餐饮业带来了新的可能。
- ◆ 数据挖掘、机器学习技术将进一步强化对餐饮大数据的分析能力，千人千面的精准营销、食材餐品的标准化品控将有机会实现。新技术的应用往往和具体场景业态相关，人脸识别支付、语音识别点菜、送餐机器人等应用目前已经在测试阶段。
- ◆ 2017年，智慧餐厅正成为餐饮业的新热点。美团点评智慧餐厅、阿里无人餐厅、人人湘“四无餐厅”、肯德基KPRO餐厅的“刷脸支付”、德克士首家“无人智慧餐厅”等，均打出了“无人”或“智慧”的概念。顾客可通过移动端即可自助完成点餐用餐全流程，帮助餐厅减去用工成本、提升门店接待能力。该模式仍处于探索过程，但对于轻快餐业态有较大发展空间。

美团点评餐饮服务机器人



智能点餐机器人度秘



人人湘“四无智能餐厅”





# 附录

## Appendix

- ◆ 亿欧智库此份报告只是概述性介绍了餐饮B2B服务行业的整体发展背景、运作流程以及各细分环节的解决方案，基于以上研究，对未来发展趋势试做判断，形成初步的研究成果。我们也深知，处于洗牌迭代的餐饮B2B服务还有很多方面需要深耕。亿欧智库也将继续密切关注餐饮行业的未来发展，也欢迎行业专家多提宝贵意见。
- ◆ 此次报告主要参与成员有：
  - ◆ 报告撰写：李星宏、吕霞
  - ◆ 研究指导：张帆
  - ◆ 研究支持：冀玉洁
- ◆ 在此还要感谢所有为亿欧智库此次报告提供帮助和协作的业内人士、行业专家，致以诚挚的感谢。

## ◆ 团队介绍:

- 亿欧智库是亿欧公司旗下专业的研究与咨询业务部门。
- 智库专注于以人工智能、大数据、移动互联网为代表的前瞻性科技研究；以及前瞻性科技与不同领域传统产业结合、实现产业升级的研究，涉及行业包括汽车、金融、家居、医疗、教育、消费品、安防等等；智库将力求基于对科技的深入理解和对行业的深刻洞察，输出具有影响力和专业度的行业研究报告、提供具有针对性的企业定制化研究和咨询服务。
- 智库团队成员来自于知名研究公司、大集团战略研究部、科技媒体等，是一支具有深度思考分析能力、专业的领域知识、丰富行业人脉资源的优秀分析师团队。

## ◆ 免责声明:

- 本报告所采用的数据均来自合规渠道，分析逻辑基于智库的专业理解，清晰准确地反映了作者的研究观点。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见均不构成对任何人的投资建议。本报告的信息来源于已公开的资料，亿欧智库对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽可能的追求但不作任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映亿欧智库于发布本报告当日之前的判断，在不同时期，亿欧智库可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。亿欧智库不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，亿欧智库对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者可自行关注相应的更新或修改。



亿欧·智库

网址: [www.iyiou.com/intelligence](http://www.iyiou.com/intelligence)

邮箱: [zk@iyiou.com](mailto:zk@iyiou.com)

电话: 010-57293241

地址: 北京市朝阳区霞光里9号中电发展大厦B座2层