

# 餐饮业务

## 餐饮市场分析

### 1. 市场容量

2012-2022年中国餐饮收入高速增长

数据：2017年，餐饮百强企业总营业收入2861.7亿元，同比增长11.2%，较上年提升了3.8个百分点，2013年以来首次高于全国餐饮市场平均增长水平

### 2. 餐饮市场现状及趋势

#### 现状

- 成本："四高一低"
- 政策：政策关注食品安全、环保
- 消费者：品牌依赖度高

#### 趋势

- 精细化：增效降本、标准化管理
- 规范化：设备、装修等要求高
- 品牌化：品牌培养与建设

### 3. 餐企信息化市场格局



头部客户拥有一定市场话语权，容易引领市场风向标，而对于信息化的迫切程度又相当高，我们应重点关注此客户群体

## 餐饮服务商市场

### 1. 信息化发展历程

### 2. 竞争格局

- 头部客户市场上基本为辰森、天财商龙、天子星、哗啦啦在竞争此客户群体，每家份额基本相差不多，哗啦啦正在以低价抢占市场
- 中部客户市场为天财商龙、正品贵德、哗啦啦、餐行健所聚焦。其中哗啦啦以Sass公有云+低价占据大部分市场，餐行健主打微生活会员系统，正品贵德现在比较少见，天财商龙以Saas版吾享为核心
- 尾部客户市场竞争激烈，市场混乱，同时美团和口碑强势入场。二维火依靠丰富的功能和低价在市场占据大部分份额，同时再向中部连锁市场发力；美味不用等主打智慧餐厅，靠秒点秒付切入市场；客户云主打软硬一体，硬件体验，但产品受网络限制较大，市场反馈一般

## 用户痛点

### 1. 管理问题

- 集团总部管控力度不够，各个门店权限较大
- 集团内部部门协作性差，不能有效联通
- 总部下发任务少有监督

### 2. 平台问题

- 三大外卖平台还需要手动入单
- 各类平台繁多，很难统一调控
- 多平台费用拆分困难，财务对账繁琐
- 信息孤岛多，各系统各自为政

### 3. 营销问题

- 业务流程繁琐效率较低
- 会员分散不能有效营销
- 企业营销反馈不及时不能及时获知经营状况

## 产品介绍

### 总部管控

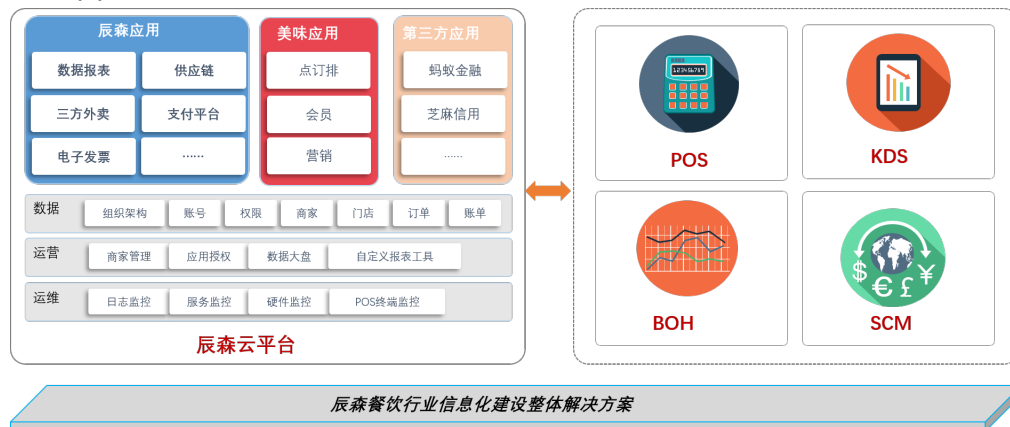
#### 1. 总部BOH-原则

- 营销管理中心-胖总部

- 品牌管理中心-瘦门店
  - 数据表单中心-高标准
  - 运营管理中心-易管控
2. 总部BOH-可复制的模式
  3. 总部BOH-精细的价格管控
  4. 总部BOH-灵活多样的方案设置

## 云平台

### 1. 云平台



### 2. 会员营销

- 会员系统框架



- 全流程渗透会员
  - 全渠道会员沉淀
  - 丰富的会员权益
  - 主动营销，精准营销
  - 多种营销模板
- 拉新、复购、客单

### **秒点秒付**

1. 秒点秒付
2. 评价、裂变、复购

### **融合外卖**

1. 一体化平台
2. 聚合外卖全流程

### **智慧餐厅**

1. 线下线上全覆盖
2. 色彩化定制管理
3. 智慧预约、排队
4. 智慧聚合扫码
5. 门店生产加工车间
6. 自助买单
7. 电子发票