

后疫情时期 餐饮企业能否顺利按下“重启键”

突如其来新冠肺炎疫情使得我国各行各业停产停工近两个月,餐饮企业同样迅速按下“暂停键”。目前,随着各行各业的复工复产,餐饮企业是否顺利按下“重启键”,餐饮企业的疫后重生情况到底怎么样?记者走进几家餐饮企业进行深入了解……

A “能够活下来是关键”

4月16日中午12时许,位于西安市雁塔区电子正街的川渝人家依然门庭冷落,除了服务员偶尔的说话声,别无他音。“疫情前,一般不到11点就开始有顾客,大家忙得乐呵,现在是闲得心慌。”川渝人家店长相维鸽一脸愁容。

记者了解到,自该店复工复产后,十天的营业额抵不上疫情前一周六天的营业额,每天只要开门营业就要付出8000多元的成本,加上为迎接春节囤积的几十万元的食材,损失非常惨重。

为了保障春节期间的需求,陕西竹园村食品科技股份有限公司(以下简称“竹园村食品公司”)在2019年10月份开始招聘临时员

工,备货1000余万元,但是疫情的突然袭击,使得公司上下应对困难。

“2个月左右没有营业,餐饮企业面临最大的问题就是资金问题。”竹园村食品公司经理杨光说。他们公司需要每个月营业额在900万元左右,才能达到收支平衡,但是复工以来,3月份的营业收入为同比的27%,2月份基本无营收。预计今年再开20家门店的计划已经完全停止。

“房租高、物价高、人员成本高。”面临着“三高”,部分餐饮企业负责人表示现在不开业要比开业赔得少。“现在无法预估危机的最终影响,能够活下来是关键。”相维鸽不无担心。

而部分餐饮企业都面临着支付春节前供货商的货款、员工工资、房租租金等困境,两个月的停业让餐饮企业现金流断裂,恢复营业面临不少难题。

B 外卖促销优惠多 关键还是客流少

民以食为天,食以安为先。“虽然店里已经全面做好防控消杀工作,推出各种优惠产

品,加大优惠力度,但是消费者出于对疫情的担忧,堂食顾客依然很少。”相维鸽说。

“疫情开始到至今复工,客流量严重下降,店面客流量较之前严重下降,客流不到之前的三分之一。”西安卫国华餐饮管理有限公司工会主席姚亚军说。虽然他们公司保持之前的一切优惠代金券及套餐,并在此基础上增加1人套餐和2人套餐,增强了外卖的竞争力,对外卖产品进行重新梳理,在原有基础上对产品结构等方面进行了优化,但是对于餐饮这样的及时性行业,客流量才是关键。

疫情的大环境影响,大家都不敢消费,导致餐饮行业总体需求严重萎缩。多家餐饮企业负责人认为,尽管通过外部刺激消费,内部拓展销售渠道,包括在公众号开发线上商城,上线饿了么、美团等外卖平台,但是传统餐饮业主要依赖堂食,虽然外卖量有所增加,但是基于堂食没有业务,依然带不来实质性转变。

实际上,外卖业务并不乐观。在疫情前,相维鸽管理的川渝人家店里每天接单200余单,但是现在每天最多接单80单。“疫情期间

上线外卖平台的商家数量接近2019年全年商家数量的一半。蛋糕就那么大,分蛋糕的人多了,自然分的就少啦。”相维鸽说。

当被问到,可以通过转型做些其他畅销餐食时,相维鸽认为,如果做其他菜系,他们并不专业,一旦转型不成功,必然会对企业品牌造成负面影响。

C 政策虽是“及时雨” 恢复依旧有困难

据陕西省统计局数据显示,新冠肺炎疫情对餐饮消费的冲击明显,餐饮收入大幅下降。1-2月,全省限额以上单位实现餐饮收入21.57亿元,同比下降49.3%,低于上年同期62.1个百分点。

为缓解疫情对中小微企业的影响,陕西省政府及时出台《陕西省应对新冠肺炎疫情支持中小微企业稳定健康发展的若干措施》,包括有序推动复工复产、减轻税费负担、减免企业房租、实施援企稳岗政策、加大信贷支持、降低融资成本、强化担保支持等多项措施支持中小微企业稳定健康发展。

记者走访了解的几家餐饮企业均表示,

政府出台的相关扶持政策虽然从一定程度上减轻了企业负担,但是不能从根本上解决企业难题,企业损失依旧严重。餐饮企业一般为轻资产企业,而且对于处于“小、散、弱”状态下的餐饮企业,存在经营规模小、缺乏担保物、管理不规范等问题,很难达到银行的融资条件,导致不少企业复工难。

餐饮业又属于劳动密集型行业,目前多数餐饮企业面临着两难的局面。在目前情况下,如果留住员工,企业要支付工资,这是一笔很大的开支;如果裁员,将来疫情趋缓,可以正常营业的时候,就可能面临招工难、对新员工再培训等问题。

“为了既能留住员工,又能保障员工收入,我们与永辉、华润万家等超市合作,签订共享员工合作方案。”杨光介绍。公司采取员工自愿原则,但这也只能缓解部分员工生活压力,不能从本质上解决问题。

目前来看,餐饮企业虽然已经复工,但仍面临着疫后重生的诸多困难。经营者表示,要想恢复到疫情前的状态还需要一定的时间,只盼望疫情早点结束,一切恢复正常。 □本报记者 车影影

夹缝中求生存的小型食材配送企业

张飞亮是西安一家蔬菜配送小微企业的负责人。去年生意不好,陆续停了一半的配送车辆。今年,他们3月份才勉强扭亏为盈。面对地域龙头企业米禾生鲜、黄马甲生鲜的虹吸效应,面对苏宁小店、美团外卖等互联网配送平台的市场蚕食,他在后疫情时期的目标和愿望是“企业活着就好”。

疫情时期未涉足线上配送

2013年,张飞亮注册了西安袋鼠农产品销售公司。每天凌晨,他们从蔬菜批发市场购买食材,分包配送到企事业单位、建筑工地,从中赚取15%以上毛利。

刚开始的几年,行情不错,他们配送面包车扩展到8辆,市场一度延伸到200公里外的韩城市火箭军某部。然而,2016年以来,随着西安米禾生鲜、黄马甲生鲜等大资本大企业布局拓展市场,加之部分市场丢失、结账迟缓、不断压价等不利情况不断冲击着这家小微企业。

今年春节,互联网+蔬菜配送模式几何级增长。在西安,不少网购平台都增加蔬菜配送业务。西安北郊一家网购企业找到张飞亮,并用日销售2700多单来炫耀。然而,张飞亮却拒绝了合作。

“互联网配送有陷阱,必须警惕!”张飞亮解释说,配送是很简单的事情,无非是增加车辆和人员。可网购平台有销售量不稳定的风险,会频繁面临配送能力不足或者窝工问题。招聘人员及车辆多了,利润没保障,又面临投诉失信问题。

“我们尝试两条腿走路,但一直没有找到好的模式。”张飞亮还尝试过同京东平台合作。去年,京东东通路联合仓的牌子都挂上了,最后还是搁浅了。



4月16日上午8时许,张飞亮的仓库门前冷冷清清。

配送食材人命关天

在西安,中建、中铁一些工地是张飞亮的“菜”,他们虽然在疫情期间损失很多,但还有四辆车配送的生意维持着企业的经营。

地产开发企业食材配送市场很大,可结账后的顽疾不得不让他谨慎决定。大地产商结账都在三个月、半年,甚至更长时间。因此,张飞亮选择为一些建筑小工地配送蔬菜、肉蛋等农产品。

“给幼儿园配送食材,让我睡不着觉。”两年前,他曾接了一家幼儿园配送生意,张飞亮天天失眠,一周后就不做了。他说,食材都是从正规批发商处批发的,购买票据也保存三四年,但农药残留等问题总是让人揪心。自己没有农残检测设备和能力,只能依托批发市场。

张飞亮经历过一场虚惊。几年前,他们配送的一家建筑工地突然打电话,有七八名工人疑似食物中毒住院。“我当时就懵了!”他说,后来发现是工人前夜吃夜市烤肉导致的中毒。

为了舌尖上的安全,张飞亮从来不到田间地头收

菜。他说,同农民直接打交道肯定利润高,可风险也大,万一被质检部门抽查农残不合格,或者发生食物中毒等意外,自己还可能面临法律制裁的风险。可以说,张飞亮的小微企业,只能在同行看不上的小市场分得一杯羹。

“只能走亲民路线”

与大型配送企业相比,米禾生鲜配送车辆30辆,年配送额3.6亿元。黄马甲生鲜依托报纸配送网络,年配送额2亿元以上。而张飞亮年配送食材在500万元左右,根本无法与其抗衡。

今年以来,张飞亮尝试在社区店重寻出路。他先后考察了10多家社区,可迟迟没有选定“试验田”。他说,社区住户多不一定有生意,1000户的社区,能稳定5%的客户就很不错了。选择社区必须考虑居民的购物习惯、周围是否有早市等其他因素。

“只能走亲民路线。”张飞亮说,社区配送利润控制在10%到15%,取得性价比优势。同时,提高服务质量,一袋盐、一瓶醋也配送,用心培养客户。

然而,张飞亮的思路是否能行得通,还得打问号。在西安市场,超市、菜市场等蔬菜终端销售成本加成45%左右是行规,张飞亮坚守加成15%左右,也不一定有利可图。

以西安市场蔬菜批发零售为例,4月17日,西安几大批发市场,摩尔农产品交易中心,西红柿批发价7.6元/公斤,而欣桥农产品批发市场批发价6.4元/公斤,北城批发市场批发价更是低至5.4元/公斤。张飞亮固定从欣桥农产品批发市场进货,一公斤西红柿,加成15%后售价7.36元。假设有超市从北城批发市场进货,加成45%,售价也只有7.83元。

这还不包括超市经营搞促销等因素。4月17日当天,芹菜几个批发市场最低批发价为1.8元,而人人乐超市售价只有1.98元。这种情况下,张飞亮无论如何定价,都会比超市高。

小微企业发展不敢折腾,不知道哪里是坑,只能处处小心翼翼。张飞亮说,今年的目标就是活下去。公司将来如果维持不下去了,自己就开车送菜,没了人和仓储成本,利润还是可以养家的。

□文/图 本报记者 薛生贵

左右观点

□高照旺

中央政治局常委会会议强调,要把复工复产与扩大内需结合起来,把被抑制、被冻结的消费释放出来,在疫情防控中催生的新型消费、升级消费培育壮大起来,使实物消费和服务消费得到回补。疫情催生的消费场景的涌现,表面看是企业主动填补需求缺口,转换产能供给,实际包含着打通产供销环节、畅通经济循环的发展逻辑。无论从需求侧还是从供给侧来看,新消费的崛起,企业跨界的发展,都可以为经济恢复输送强大动能。

总体而言,疫情的冲击是短期的、可控的。疫情发生时,一些消费被抑制和冻结起来,但消费需求并不会因为疫情而消失。有的会因为疫情的短期冲击而延迟,有的可能需要创造更合适的条件才能实现。潜在的需求,换个角度看就是潜在的新消费契机。只要辅之以恰当时机和适合条件,新消费就可以快速涌现、快速迭代,为经济增长带来持续动力。

新消费不是无源之水、无本之木,现实需求是促使其产生的有利因素。疫情抑制了传统消费,“宅”成为特殊时期的一种生活方式,但也为“宅经济”创造了巨大发展空间,网上消费因此而旺盛起来。疫情期间,有一些生活必需的行业得到了进一步发展,物流行业就是其中之一。大健康、线上办公、数字娱乐等,都获得了空前的发展机遇。

“人民需要什么,就造什么”,这句“硬核”宣示,正是供给端响应新消费崛起、满足人民生活需求的一个生动写照。“汽车牌”口罩火速上线,饮料厂生产消毒水,服装企业生产防护用品……一些具备跨界实力的企业发挥自身潜在优势和协同能力,快速改造车间,填补紧缺疫情防控物资的缺口。如果没有这些跨界生产,群众的需求就很难得到快速且较为充分的保障。而疫情结束后,人们对高品质的卫生健康服务、高质量的美好生活会有更多的需求,必将推动消费向新一轮的升级换代迈进。

“变压力为动力、善于化危为机”,这不仅是正确看待疫情对经济社会造成冲击的重要认识,也是有序恢复生产生活秩序,充分释放我国经济发展巨大潜力和强大动能的重要方法论。把握新消费的市场发展契机,升级换代契机,有助于加快建立同疫情防控相适应的经济社会运行秩序,也会让我们的生活变得更加美好。

把握新消费的发展契机

透视镜

连日来,中铁一局新运公司在中老铁路国内玉(溪)至磨(憨)段施工中广泛开展岗位练兵、技术比武、查找习惯性违章等行为,营造良好的安全生产氛围。图为工人按照操作规范进行焊接作业。 □刘树国 刘顺良 摄



←近日,彬州市瑞池发电有限责任公司在增人、增设备、组织生产的同时,不断加强安全教育,积极排查隐患。 □席庆宁 孙俊峰 摄



↑面对疫情和油价持续走低带来的困难,延长石油杏子川采油厂以开源节流、降本增效为主线,持续推动改革、加快创新发展,增强盈利能力。因为近日该厂技术人员正在生产现场查看降本增效情况。 □谢飞 摄

陕西兴化 废气里创出“金疙瘩”

近日,在陕西兴化集团有限责任公司(以下简称兴化)甲胺车间,只见工人将DMF驰放气并入燃料气管网用于锅炉燃烧,气化炉升温。而在乙醇车间,工人将羰基化驰放气引至合成压缩厂房甲醇装置压缩机入口,制取合成气生产合成氨;气化车间火炬系统用燃料气替代天然气作为火炬长明灯燃烧介质,降低火炬系统运行成本。

今年年初,兴化就制定了回收工艺废气,增收708万元的目标,占兴化全年增收总目标的24%。今年一季度,兴化回收工艺废气已实现增收150万元,在疫情重压之下,这个成绩难能可贵。

经过几年的探索实践,兴化在废气里创出“黄金”,可行可鉴。2019年,兴化甲胺装置DMF驰放气作为燃料气回用相当于节约燃煤1100吨,火炬系统节约天然气用量22万立方米,乙醇车间羰基化驰放气回收有效气增产合成氨近1500吨。当年,兴化实现增收305万元。难能可贵的是,兴化回收工艺废气的改造项目投资仅需15万元。

回收废气,势在必行。近年来,兴化生产

规模不断扩大,甲胺、乙醇等有机化工装置的建成投产,原系统的平衡被打破。甲胺装置DMF驰放气、乙醇车间羰基化工序变温吸附惰性驰放气常年排至火炬燃烧,火炬系统需长期使用天然气做燃料,这些装置尾气的直接燃烧,既造成了资源的浪费,又加重了公司的环保风险。

“技术攻关、同行经验”为兴化回收废气提供理论支撑。兴化成立了以生产运行部为

牵头单位的技术攻关小组,装备部、机械制造公司密切配合,对甲胺、乙醇装置的废气排放成份进行分析研究,就废气的利用价值、项目的可行性和实施过程面临的技术瓶颈等进行了全方位的深入研讨。相关专业技术人员多次赴兄弟单位考察取经,并与设计厂商沟通交流。经过充分论证,该项目具有较高的经济价值,既可提高企业效益,又可减少大气污染。目前,兴化回收废气、提质增效活动正在

如火如荼进行着。“我们已经有3年回收工艺废气的成功经验,今年继续优化工艺,强化关键设备运行,只要做好合理回收,2020年增收目标一定能实现。4月20日,兴化公司生产部部长薛宏伟一语道出心声。

据悉,兴化从2017年回收工艺废气以来,累计增收已达800余万元,做到了“变废为宝、一举多得”,为公司提质增效和高质量发展贡献了力量。 □费新伟

经营之道