

跨国聚焦

漫咖啡如何牵动中国顾客的心



■ 本报记者 袁 远

漫咖啡——这个经常选址在公园、社区旁边的大空间咖啡厅,被认为是除了三星、现代外,韩国人在中国经营得最成功的企业。一家漫咖啡门店平均14个月就能收回成本,刚开业的通州店,开业6天,日营业额就达上万元。目前,漫咖啡在中国开业门店已有70家,还有50家正在装修。

选址最重要

据漫咖啡负责人辛子相提供的数据,2007年,韩国的咖啡馆数量为2800家,而今年已达到1.8万家。漫咖啡的目标是10年内将门店开到3000家。在辛子相看来,如今的中国正处于咖啡馆发展的黄金期。

谈及漫咖啡在中国的成功,辛子相认为这源自他对中国人的清晰了解。他们发现,中国人很喜欢聚在一起,不管是聊天也好,吃饭也罢,都需要一个场合。与咖啡馆、茶楼不同,餐厅分为高中低档,在高档餐厅可能每顿饭花费上千元,普通餐厅一顿饭仅需50元左右。消费水平差距非常大。但在咖啡厅里一杯咖啡的价格只有24元,价格便宜,环境优雅,氛围轻松,而且让人感觉不到消费压力。

另外,漫咖啡也填补了中国人对其他咖啡馆,如星巴克等所提供空间的不满:星巴克空间狭小,局促,漫咖啡门店宽敞明亮;星巴克内放置的都是硬桌椅,而漫咖啡内摆放的都是宽大、舒适的桌椅,以及带厚厚靠垫的沙发。

不过辛子相认为,漫咖啡在中国成功的最关键因素是选址。星巴克将店开在地价高昂的CBD,漫

咖啡却选择在公园、社区等地价较低地段开店。

注重食品安全

记者发现,很多漫咖啡供应的精致点心备受中国消费者青睐。据辛子相介绍,在韩国,人们在咖啡馆一般只消费咖啡。韩国大型企业——希杰集团旗下在华的一家烘焙店主管王永飞告诉记者,这是因为咖啡文化在韩国深入人心,且坚不可摧。中国喝咖啡的人大多是公司白领,而在韩国,几乎所有学校的对面都有一大排咖啡店,各阶层的人都能在咖啡店品尝咖啡、消磨时光。在中国,人们习惯在咖啡店里点一些切片蛋糕、新鲜面包来佐餐。所以,漫咖啡为中国消费者特别供应了精致、新鲜的冰淇淋奶油松饼等点心,深受中国顾客欢迎。漫咖啡每道甜品的价格在50元左右,价格高于咖啡,但成本却比咖啡要低很多。

至于这些看上去色香味俱全的点心为何能俘获中国消费者的心,王永飞认为,首先,韩国食品企业会研发一些专门针对中国人口味的点心,比如希杰集团旗下烘焙店制作的肉松面包,就是针对中国人的喜好设计的。其次,韩国食品公司提供的食品,很多都主打“健康牌”。因不添加防腐剂等对人体有害的物质,保质期很短,所以公司提供的食品都是当天生产的。在他们的食品店里,很多麦类、牛奶等原材料都是韩国进口来的,食品的品质、口感和安全性有保证。这无疑切合了很多中国消费者对饮食安全的需求。

除了注重原料健康,韩国食品企业还注重保留食材的自然美味。为了赢得更多消费者的心,他们的很多点心里面都不含奶油,吃起来特别爽口,面包松软有弹性。如果顾客喜欢口感更浓郁的,则可以选择有奶油馅的面包、点心。

倡导天然、健康

漫咖啡注重通过不断创新和努力使得企业更具

活力。漫咖啡正在和巴西农场合作,引入“farm-table”(农场到餐桌)的概念,让喝咖啡的人不仅知道咖啡来自于哪里,还能了解种植者的故事。他们会请世界级的咖啡师调配咖啡并让会员试喝。

王永飞告诉记者,他曾在希杰集团旗下的知名烘焙品牌企业总部工作过,深感韩国食品企业和中国同类企业的诸多不同。注重健康、倡导使用天然原材料,是知名韩国食品企业的主打理念。很多食品的原材料都由厂家自己种植、生产,并采用健康营销模式。据他了解,在中国经营的跨国食品企业,大都不采用中国国内食材,全部选用进口原料,以保证食品的原汁原味。

比如目前在北京高档消费阶层热捧的多乐之日(以下简称Tous Les Jours),作为拥有悠久自制面粉历史的希杰集团旗下的明星烘焙品牌企业,通过对面粉、糖、牛奶等原材料的严苛选择,以及对法式面包制作工艺的不断改良演变,让Tous Les Jours成为大受欢迎的韩国国民糕点品牌。现在,Tous Les Jours已经在全球开设了超过1600家店铺,每一家生意都异常火爆。王永飞告诉记者,消费者在Tous Les Jours消费咖啡和点心,一般不用担心食品安全问题。在韩国,法律对食品企业的违法行为打击力度巨大,很少有韩国食品企业敢以身试法。

漫咖啡会给消费者带来细心、体贴的感觉,这体现在很多方面:点餐后服务员会给顾客充满童趣、颜色各异的小熊,看着店内极具异域风情的灯饰,充满年代痕迹的老榆木餐桌,以及高低不同的仿古沙发椅,都让人们来到漫咖啡,就如同来到老朋友的家。记者在漫咖啡店里采访时发现,不少人因为环境舒适,会选择在这里长时间停留,这必然带来更多消费。不同于普通点心店,那里一般不设座位,顾客消费之后会很快离开,韩国烘焙店里会提供优雅、舒适的就餐环境,鼓励顾客尽可能长时间的在店内逗留、消费。

跨国视点

深耕中国市场 UPS 侧重国际快递

■ 本报记者 邢梦宇

近日,国内快递公司——韵达快递美国服务中心官网正式上线,开始为国内海淘网购客户提供美国仓储、转运以及跨境物流运输咨询、查询服务。业界人士评价,韵达此举标志其正式切入中美海淘转运市场。

此前,拥有国内民营快递“老大”之称的顺丰速运也开辟了“全球顺+SFBuy”业务,除争抢国内快递业务,国内快递公司与国际快递巨头在国际快递业务上的竞争愈加激烈。

外资成本较高

中国物流协会数据显示,2013年,国有快递企业业务量完成18.2亿件,实现业务收入291.5亿元,国有、民营、外资快递企业业务量市场份额分别为19.9%、78.9%和1.2%,业务收入市场份额分别为20.2%、67.5%和12.3%,与上年末相比,民营快递企业业务收入显著提升。

快递“民营队”在国内业务上占绝对优势并非偶然。2009年新《邮政法》规定,外资快递公司不得在中国从事信件投递业务,这就封堵了其在国内市场上利润率最高的信函业务的通路。

UPS人员回复记者称,在获得从业执照的地区,该公司被允许提供包裹运送业务,大力发展合同物流则成为其在中国国内运营快递业务的一大策略。

即便如此,在国内包裹运送业务上,外资企业也正受到来自顺丰以及“四通一达”等国内民营快递公司的严重威胁。

上述民营快递公司通过多年的布局已经将配送点下沉至三、四线城市。同时,从2013年开始,国内物流行业又出现倚重资本和电商搅局两大新趋势。一方面,“四通一达”占据网购快递市场近八成的份额,另一方面,苏宁、京东等企业自建“最后一公里”物流,电子商务和快递业界限愈加模糊。

UPS以专业周到的服务和较快的配送速度著称,但这需要较高的成本支撑。如果外资企业要复制国内快递公司的经验,必将投入巨大的人力、物力,这在许多业内人士看来都不切实际。



快递咨询网首席顾问徐勇认为,中国民营企业多少存在服务质量低、偷逃职工社保等问题,这成为其降低运营成本的手段之一。而不成熟的消费市场助长了这一状况的持续,这让追求质量的外资企业难以获得竞争空间。

国际业务占优势

无意与竞争对手在国内快递市场过多纠缠,UPS一直将业务中心放在国际快递市场上。这片市场对于民营快递公司来说“门槛”颇高。

据资料显示,UPS和FedEx等国际快递公司在华国际快递业务发展迅速,2013年,占据市场份额超过80%。

UPS方面透露,该公司是第一个在中国大陆拥有两大国际转运中心(上海和深圳)的国际物流服务供应商,每周208架次的航班将中国与欧美和亚太地区相连。而这一数字超过国内民营快递公司拥有的全部货机数量。

目前,进军海淘业务的顺丰和韵达分别在美国拥有一个运转中心。2013年,UPS推出全球特快货运服务,客户可以通过UPS全球空运网络,从包括中国城市在内的37个始发地将超过70公斤的托盘货像运送包裹一样轻松运送到41个目的地国家和地区。该服务可以实现指定日期送

达,保证门到门服务,根据目的地的不同,在1到3个工作日内完成可送达。

2013年10月,UPS优先拼箱快捷海运服务得以扩展,新增从亚洲至墨西哥蒙特雷、墨西哥城和瓜达拉哈拉3个目的地的运输航线,亚洲始发地包括中国城市。此次扩展计划将使亚洲企业的货物能够以比传统拼箱运输更快的速度抵达墨西哥。凭借现有的创新技术和海关报关专业知识,UPS将为客户提供无缝的端到端货运可视化服务,减少清关延误。

2014年6月,UPS开通中国至欧洲铁路货运业务,拓展多式联运速递服务组合,这一服务将帮助客户有效平衡供应链成本与运输时效。UPS中国至欧洲铁路货运服务覆盖两大线路:从中国成都市到波兰罗兹市;从中国郑州市到德国汉堡市。该铁路货运与UPS现有的货运与公路运输服务网络相结合之后,速度将比海运快50%,成本比空运低70%。

“无论是服务,还是管理水平,在国际快递业务上,顺丰等国内企业与国际巨头差距颇大。UPS等公司同时也为国内快递企业树立了一个标杆,有更多的竞争,就可以推动快递行业加速升级。”国务院发展研究中心产业经济研究部研究员魏际刚表示。

谷歌努力营造“家”一样的环境

谷歌(Google)继2007年、2008年之后再次问鼎《财富》2012美国最适宜工作的100家公司排行榜,成为唯一一家三夺冠军宝座的公司。谷歌联合创始人兼CEO拉里·佩奇畅谈了谷歌打造最佳工作环境的做法及其意义所在。他说:“公司要像家一样,员工觉得自己是公司的一部分,公司对他们来说就是一个大家庭。如果能这样对待员工,员工的工作效率就会得到提高。”

谷歌从在车库诞生的那一天起就几乎一直被视为世界上最适合工作的公司。名牌大学的高材生只要能够经受住公司残酷的面试流程,就能享受到绝佳的福利待遇。如今,优厚的福利待遇没有变,但是随着发展,谷歌的招聘制度变得更加切合实际,开始对成绩平平的学生敞开怀抱。

谷歌前CEO拉里·佩奇一年前重返公司CEO的职位。他在接受专访时介绍了谷歌努力营造的“家”一样的环境,自豪之情溢于言表。

微点评:有家才有归属感,才能尽情释放压力。正因如此,谷歌这个“大家庭”才能置身行业前端。

中国标准“复活”安哥拉铁路

本格拉铁路是安哥拉运输大动脉,曾经是非洲大陆的第一大铁路。今年8月13日,横贯安哥拉全境、连接赞比亚和刚果(金)的钢铁大动脉——本格拉铁路全线主体工程竣工。

据悉,铁路始建于1902年,1929年修到刚果边境。在长达27年的安哥拉内战中,本格拉铁路被炸毁。10年前,中国铁建二十局集团的千余名中国工人千里迢迢来到西非,重新拼接起安哥拉人心头破碎的铁路梦。

安哥拉国家铁路局局长若理奥·邦古在接受媒体采访时表示,目前,铁路全线试运营状况良好,显示出中国铁路标准的质量过关,值得信赖。非洲许多国家的代表团相继来安哥拉参观访问本格拉铁路项目,并对其质量表示满意。安哥拉今后的铁路建设项目将进一步对中国公司开放。

微点评:中国企业在拼接起安哥拉人破碎的铁路梦的同时,也使中国标准在全球的地位更上一层楼。

(本报综合报道)

