



互联网+餐饮

让我们吃遍全世界

□记者 王振华 文/图

民以食为天,餐饮业,可以说是一个非常老的行业;“互联网+”,是今年出现的一个互联网新概念。“互联网+”与餐饮结合将产生怎样的化学反应?商家说,是机会、是挑战;消费者说,是方便、是快捷。



“拥抱互联网+” 餐饮也“触网”

不管市场上餐饮行业如何风云变幻,大家吃饭的方式无外乎三种:在家做饭吃、到餐厅吃、叫外卖吃。当下,大众餐饮是餐饮业发展的主流,但随着使用移动支付人群数量的快速增加,很多80后和90后消费群体更热衷于叫外卖。在金融、交通、教育、医疗等领域纷纷“触网”之时,餐饮业也与互联网行业融合,形成了餐饮新模式。

我市的不少餐饮企业已经搭上了互联网这趟顺风车,土大力、肯德基等纷纷推出网上订餐、手机APP点餐等服务,一些年轻的创业者看到了移动互联网的力量,在微信朋友圈里宣传他们的外卖食品,今年夏天,你的朋友圈是不是被各种盖浇饭、米皮、小龙虾刷屏?事实证明,越来越多的消费者,也乐意接受这种餐饮新模式。

动动手指 美食送上门

“互联网+”正在影响着越来越多的传统行业,搭上互联网这趟顺风车,不少餐饮商家表示,这是时代发展的趋势。对消费者来说,有了互联网的“翅膀”,吃饭更加方便、快捷了。

为了体验一次网上订餐,《洛阳晚报》记者下载了一款“土大力”的APP。

11时33分,记者开始点餐,打开页面,再点击“外送”,各种美味就呈现在眼前,有烤串、主食、营养汤、休闲小食等40多种菜品供选择,每种菜品都配有图片和价格,选择需要的数量之后,就下单了。

11时58分,记者接到电话,菜品已经送到楼下。检查发现,菜品都是使用了密封性很好的餐盒,外面贴有封条,不但汤汁没有洒出来,而且保温工作做得非常好。品尝发现,味道与在店内吃的味道是一样的。

土大力推出APP点餐的业务的时间是6月中旬,到月底仅新都汇一个店的接单数就近200单,这个月的接单数更是比上月明显增多。该店相关负责人介绍,为了与互联网融合,公司前期开发APP、购置送外卖的保温箱、电动车等投入了很大一笔费用,短时间内外卖的营业额也远远低于店内的营业额,但是,公司对网络订餐的前景非常看好,他们确信“这是个趋势”。



朋友圈销售火爆的擀面皮



送外卖的保温箱



食物包装完好,一点儿都没有洒出来

这些美食 刷爆朋友圈

有实力的餐饮企业,投入大量人力、物力来与互联网“结亲”,而一些年轻创业者也看到了其中的商机,作为年轻人似乎更了解85后、90后的消费习惯,他们通过移动互联网手机上的微信,用低成本甚至零成本就轻松地完成了品牌推广。

今年夏天,你的手机有没有被各种美食刷屏?“虾客秘制小龙虾”“霸适烤脑花”……最传奇的是一家叫“面皮传奇”的小小面皮店,从5月份开店以来,现在,食客遍布洛阳市区,甚至卖到了嵩县、新安县、偃师等县区,最让人惊讶的是,几天前有人从北京打来电话想加盟。

经营面皮传奇的晓如说,互联网时代给了我们年轻创业者很多机会,之前开店卖面条,来吃饭的大多数是附近的居民,而开了面皮店之后,充分利用移动互联网,一方面靠朋友圈的“口口相传”,另一方面,建立了吃客群,所有喜欢吃面皮的食客,不管身在何地都可以进来,点餐,这样一来,食客的范围一下子扩大了。她的分店,开到了新安县、嵩县等县区。

讨好“上帝” 让TA爱上你

做微商的人很多,晓如无疑是成功的。每份面皮卖到10元的价格,这是高于市场价的,但仍然非常受欢迎。一份小小的面皮何以被如此多的人认可?晓如说,菜品质量是第一位的,同时还应该注重用户体验。现代人都追求健康、绿色的饮食,因此她在菜品在质量方面下了很大功夫。调制面皮,她不用任何味精、添加剂,而是自己熬制汤汁,汤汁中加入山楂、苹果等原材料,熬制几个小时才行,不但营养丰富,而且口感非常好。随面皮一起送到食客手中的快餐盒里,还放有一条口香糖,为顾客想得很周到。这些小的细节,增强了用户体验感。

在“互联网+”时代,餐饮企业想要成功借助互联网实现产业升级,必须重视年轻一代消费群体的兴起,这一代人更重视娱乐性、互动性,注重用户体验。同时也要重视互联网思维与传统餐饮行业运营经验紧密结合,加强创新,并努力寻找餐饮与文化、社交、情感层面的衔接点。