

# 打出“配送熟手+便宜佣金” 顺丰“丰食”

## 这就能干得过美团和饿了么？

4月初,顺丰同城低调推出“丰食”小程序,以企业团餐的形式“杀”入外卖市场,低调到5月好些媒体才发现它的存在。就在外界纷纷猜测,快递巨头顺丰是不是要与外卖巨头美团、饿了么来一场“硬战”之时,5月11日,顺丰方面却回应:“并无此意。”

新快报记者了解到,疫情期间,企业生发员工安全就餐的需求,是团餐外卖“火起来”的现实条件。作为快递巨头,顺丰近年来热衷于各种副业,从试水电商到生鲜超市都折腾过一轮,如今又对团餐这个新蓝海跃跃欲试。

■新快报记者 郑志辉 郑翔彤 制图/廖木兴

## 无加盟费 佣金低 团餐平台“丰食”来搅局了

据艾媒咨询《2019-2020 中国团餐产业细分市场运营及典型案例分析报告》数据,2018 年中国团餐市场消费规模超过万亿元,成为中国餐饮行业红海中的蓝海。2019 年,中国团餐产业发展势头依旧,占据超过 30%的餐饮行业市场份额。预计 2020 年中国团餐市场份额和市场规模都将再创新高,市场规模接近 1.7 万亿元。

艾媒在报告中指出,作为一个传统且依靠规模化获利的产业,随着互联网思维的渗透和餐饮供应链改革,团餐市场正面临结构性改革的问题,对团餐企业供应链整合效率提出了更高要求。

亿欧《2018 年中国团餐行业研究报告》则分析认为,低市场集中度的行业蕴藏机会,规模化、轻资产、具有上游连接供应商,下游连接消费者能力的平台型团餐企业将是团餐未来的重要运营模式。

公开资料显示,在顺丰之前,早已有嗅觉灵敏的互联网跨界玩家开始涉足团餐行业,2017 年,禧云国际及美餐两家团餐企业就分别获得了蚂蚁和美团超亿元的单轮融资。

顺丰控股近日上线的“丰食”小程序,将 A 股物流板块市值最高的顺丰再次送上热搜。“丰食”官方随后低调澄清,团餐外卖平台“丰食”仅是公司内部孵化的项目,目前仅在顺丰内部推行。但从“丰食”的功能和推广力度看,市场仍多预判顺丰将“大干一场”。新快报记者从天眼查数据获知,4 月份深圳顺丰泰森控股(集团)有限公司已密集提交了 28 个与“丰食”相关的商标注册申请,如“丰食团餐”“顺丰同城丰食”等。

新快报记者在“丰食”页面看到,入驻餐饮品牌有德克士、乐凯撒、真功夫、味千拉面等。小程序共有两个点餐功能,企业注册后可选择外卖下单,此外还有未开通的堂食点餐功能。此前,个人用户也可下单外卖,但该功能随后下线。

“丰食”上线后,备受市场关注的是其商家入驻无加盟费和极低的佣金。据了解,商户若在今年 7 月 1 日前入驻,佣金为 3%,7 月 1 日后入驻的商户佣金 2%,配送费由企业用户承担。而目前市面上餐饮商家被外卖平台扣除的佣金叠加配送费普遍接近 20%。为吸引商家入驻,“丰食”还投入 500 万元推出“推荐企业返好礼”的活动。



## 管理团队仅 10 余人 “丰食”还没获集团重视？

实际用户体验如何?从产品质量看,“丰食”个人用户点餐功能还未下线时,曾有媒体试用后指出,“丰食”上点餐后的配送速度明显慢于目前主要的外卖平台。顺丰同城方面就此向新快报记者解释称,团餐提前预订后集中配送,相比于普通外卖,在时效上要求不高,但在预订时间的准点方面的要求高。新快报记者拿到的相关产品介绍

显示,“丰食”的服务时间有早、午、晚餐和下午茶三个时间段,具体时间段可商量。

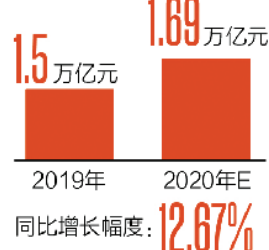
顺丰同城透露,目前运营管理“丰食”的团队仅 10 余人,项目一开始仅为解决疫情期间顺丰内部员工吃饭的问题,依托同城一站原有技术和顺丰同城已有的合作品牌餐饮“顺手”做出的,还未得到集团层面的战略重视。新快报记者按要求提交了

“丰食”的企业用户注册申请,系统显示两日内“丰食”方面将取得联系,但两日后申请未通过,“丰食”也没有联系。对此,顺丰同城方面解释,“丰食”目前还在调试阶段,各种细项还在探讨,正式推广期或在本月下旬。

顺丰同城方面还透露,由于企业点团餐可能涉及到月结问题,“丰食”计划未来可以接入企业内部系统,员工可以直接在企业内部系统中点餐。

## 有备而来 平滑向餐饮 B 端供应链延伸

中国团餐市场规模



■数据来源:艾媒咨询《2019-2020 中国团餐产业细分市场运营及典型案例分析报告》

尽管尽量低调,但可以看出顺丰此次“杀人”外卖市场实则有备而来。去年 10 月份,顺丰同城业务宣布独立运营。发布会现场介绍,顺丰同城急送将从个人配送业务开始,扩展至个人生活服务领域,实现个人需求链闭环。而团餐外卖,正属于更宽广的个人生活服务领域。

新快报记者留意到,依托于顺丰同城客户群,“丰食”试运营 2 个月以来入驻的品牌商家增至 50 余家。再者,顺丰同城此前已为麦当劳、肯德基、海底捞、喜茶等多个品牌餐饮企业自建外卖点餐平台提供第三方配送运力,此次起步做团餐,也算“平滑”从配送方过渡至平台方。

在运力方面,能调动多元资源的快递企业也有独特优势。截至去年底,顺丰同城骑手已增至 35 万余名。顺丰同城方面向新快报记者表示,由于此前已向花卉、生物医药等专业市场提供配送服务,“丰食”的配送可有灵活解决方案:若一单外卖在 20 份以内,骑手使用多个餐盒可一次送达。若货量更大,可调动四轮车、面包车配送或其他特殊车辆。