



# “中西结合”35年

文/制图 羊城晚报记者 孙琦曼 实习生 严思瑾

# 百胜中国为何仍然水土不服？

## 肯德基的这个兄弟品牌宣布永久关闭



“相与枕藉乎舟中，不知东方之既白”。近日，百胜中国(09987.HK)宣布终止运营旗下中式快餐品牌“东方既白”。截至2021年12月31日，中国区域内有5家东方既白门店，所有门店计划将于2022年永久关闭。

### A 追问 百胜探索中餐又一败？

说起百胜中国，可能许多人都会感到陌生，但是提及它旗下的品牌几乎人人耳熟能详——除了大家熟知的肯德基及必胜客外，百胜中国旗下的品牌还包括小肥羊、黄记煌、Lavazza、COFFiE&JOY、塔可贝尔及东方既白。

其中，“东方既白”便是百胜中国在2004年推出的完全本土化餐饮品牌。“东方既白”名称取自苏轼《前赤壁赋》，这个取名上颇有中式韵味。餐饮品牌于2005年在上海徐家汇开出首店，主打中式快餐，而

### B 出生 曾被寄望比肩肯德基

成立之初，东方既白曾被寄予厚望。2005年，百胜中国凭借肯德基、必胜客在中国市场站稳脚跟后，瞄准了更为广阔的中式快餐市场，“东方既白”应运而生。三年之后，东方既白已在上海拥有13家门店，入驻北京首都机场的餐厅可容纳逾300人同时用餐。彼时，原百胜集团中国事业部主席兼CEO苏敬斌在接受媒体采访时表示：“东方既白的数目总有一天会超过肯德基。”

然而，公开资料显示，到2012年，东方既白在全国的门店数量为30家，但到了2015年，门店数量就腰斩了一半。至2017年底，东方既白在全国仅剩10家门店，百胜中国在当年年报中称“该品牌不被视为

后门店曾在2021年达到30家，随后门店数量不断缩水，直到如今悄然退场。然而，东方既白并不是百胜中国在探索本土化餐饮路途上摔的第一跤，在百胜中国相继收购小肥羊和黄记煌后，两者的经营状况均不如预期。进入中国35年，百胜中国在探索中餐之路为何依然“水土不服”？西餐之外，百胜中国应该如何破局？

羊城晚报记者就以上问题采访百胜中国，截至发稿时暂未收到回复。

公司的重要增长引擎”。

十年间，东方既白悄然从“天之骄子”变为品牌的“后进生”，而到如今，更是面临“执笠”之困。目前，东方既白官方网站上只有“官网升级中，敬请等待”的字样，页面中的加盟电话已成空号。

在东方既白的微信点餐小程序中，目前显示仅有上海两家门店仍可供应餐点。但羊城晚报记者拨打两家门店的电话，一家已成空号，另一家亦未能接通。在大众点评应用中搜索“东方既白”，目前显示11家门店，其中大部分的评价都停留在2020年、2021年，大量评价称“店内人流稀少”“冷冷清清”。记者致电各家门店，均未能接通。



图/视觉中国

### C 成长 定位模糊 上百种菜品无“爆款”

相比肯德基和必胜客在中国大范围的扩张，东方既白的门店一直未能形成规模。在选址上，东方既白选择了将大量门店定位于交通枢纽及热门景点。在新冠肺炎疫情冲击下，各大交通枢纽与景点的人数骤减，让本就未能形成经营网络的东方既白遭受了重创。

但回顾近年来东方既白的发展之路，其发展之困或有其他原因。

作为其兄弟品牌，肯德基一直凭借本土化策略在中国市场高歌猛进，在与其主要竞争对手

麦当劳争夺洋快餐市场的时候，肯德基的主要就是本土化与差异化的战略。

发展期间，肯德基在早餐推出花式早餐粥、安心油条、纯豆浆等“中式”早餐；此后又相继推出老北京鸡肉卷、川辣嫩牛五方等“爆款”食品。不断推出的本土化产品，让在国外拼不过麦当劳的肯德基在中国市场打了一场翻身仗。

然而，东方既白打着“肯德基的兄弟品牌”旗号，却未能在竞争激烈的快餐市场走出一条差异化之路。在还未依靠产品打出知名

度的初期，东方既白选择了照搬肯德基的大量推出新品的“老方法”，最多时拥有近200个SKU(商品品类)，覆盖早餐、午餐、晚餐和下午茶。相比主打蒸饭的“真功夫”，主打排骨饭的“72街”，东方既白繁多的菜品中，并没有能称为品牌特色的“当家菜”。

中国食品产业分析师朱丹蓬认为，西餐与中餐是两个不同的体系。“隔行如隔山，中餐讲究的是精准的对接，不同的城市、区域、门店、季节、菜品、场景都有不同的策略，这对于团队或操盘手的要求很高。”

### D 自救 进军零售、试图转型包子铺

颓势之中，东方既白也曾试图寻求自救。

2020年10月，曾被网友戏称为“开封菜”的肯德基官宣推出“KAI-FENGCAI”系列，推出预包装鸡胸肉、鸡汤、日式炒饭、鸡肉螺蛳粉等产品，正式进军预包装食品零售业务。而据中国商标网，“KAI-FENGCAI”商标于7月被注册，申请人为东方既白(上海)餐饮管理有限公司。

2020年12月，上海黄兴路的一家东方既白门店低调

装修开门迎客，一改其原本的定位风格。虽然品牌名称仍为“东方既白”，但门店logo变为了“包子”形象。根据大众点评显示，该店主打菜品换成了“肉多多金陵大肉包”，售价每个6元。除了包子系列以外，还有一些淮扬红烧狮子头、金陵盐水鸭、汤等系列菜品，价格在3-37元不等。

不过，不论是进军零售或是转型包子铺，似乎都未能挽救东方既白的颓势。2020年底，其国内门店数量减至8家。

### E 破局 百胜中国如何念好“中餐经”

实际上，东方既白并非百胜中国在中餐之路上的第一次败。

在独立孵化中餐品牌失败后，百胜中国走上了动用资本收购成熟中餐连锁品牌的道路。然而，相继收购小肥羊和黄记煌后，两者的经营状况均不如预期。

在被百胜中国收购之前，小肥羊曾在2002年以25亿元营业额问鼎中国本土餐饮，鼎盛时期旗下门店数量超过720家。2008年，小肥羊登陆港交所，成为“中国火锅第一股”。

2012年，百胜中国用46亿港元完成对小肥羊的收购，却未能将小肥羊的辉煌持续。在肯德基门店以每年约千家门店的速度扩张的同时，小肥羊的门店数量2020年由310家缩水至270家，2021年底仅剩240家。在海底捞和呷哺呷哺的夹击下，小肥羊在火锅市场的地位早已不复当年。

2020年4月，百胜中国以1.85亿美元收购锅锅锅连锁品牌黄记煌93.3%股权，并宣布成立中餐事业部，由三个核心中

式餐饮品牌组成：小肥羊、东方既白和黄记煌。

2021年，黄记煌门店数量由640家增至650家，具体经营情况财报中没有单独披露。然而，据2021年财报，包含小肥羊、黄记煌、东方既白、Lavazza等品牌在内的其他分部业务收入为4.73亿美元，餐厅经营利润率为-20.8%，而在2020年为-6.3%。

记者梳理百胜中国近5年的财报发现，除了飞速扩张的肯德基和稳步上升的必胜客，不管是东方既白、小肥羊还是专营墨西哥风味食品的塔可贝尔(Taco Bell)，都在短暂扩张后迎来了逐年递减。百胜中国在缩减原有品牌的同时，又不断开辟新的疆域。百胜中国旗下品牌越来越多，业绩却还是靠肯德基“负重前行”。

进入中国市场35年，百胜中国作为中国系统销售额最高的餐饮企业，却仍未打开中餐市场。近几年，中式餐饮迎来融资热潮，标准化不再是“洋快餐”专属，留给百胜中国试错的时间已经不多多了。

## 40位女将任职时长逾10年

高压之下，要问对一个行业爱得深不深，从业年限是重要参考指标。从女性基金经理任职年限来看，平均时长为3.77年。其中，有40位女将任职时长超过10年，并取得了较为亮眼的长期业绩回报。这些投资经验丰富、女性基金经理多为管理“固收+”产品的股债双栖型基金经理和管理纯债基金的固收类投资老将。

嘉实基金的王茜担任基金经理时间最长，今年是她担任基金经理的第19个年头，也是她从事投资管理的第24个年头。从业以来，她管理过多只产品，管理时间最长的嘉实多元收益A，在长达13.4年的时间里取得了118.72%回报。王茜目前仍管理多只公募基金，在管基金总规模154.12亿元，多为固收类产品和“固收+”类基金。

景顺长城基金副总经理毛从容和长信基金的张文珺任职时间也相当长，均超过16年。毛从容具有超过20年证券从业经验，做过宏观债券研究，也做过行业研

究；管理过混合型基金，也管理过债券基金、货币基金，是市场上少有的横跨股、债两端的女将。

张文珺的公募基金事业起步于长信基金，管理的产品以纯债基金、货币基金等固定收益类为主，目前在管基金总规模73.59亿元。

此外，华夏基金郑煜、大成基金王立、泰信基金何俊春、广发基金李琛和陈少平、中银基金严非、建信基金李蕾担任基金经理的年限都在14年以上。10年以上的基金经理还有华宝基金闫旭、国海富兰克林基金的刘怡敏、农银汇理基金的史向明、摩根士丹利华鑫基金的李轶。

上述40位管理基金10年以上的女性基金经理中，有21位以管理债券基金和货币基金为主。但是也有很多女性擅长主动权益类基金，尤其主动偏股基金的投资管理，包括富国基金徐幼华、广发基金李琛、嘉实基金陈少平、中银严非、华宝闫旭、工银瑞信王筱岑、农银汇理基金付娟等。

## 25人在管基金规模逾千亿

在“吨位决定地位”的投资界，管理规模总是引人注目。WIND数据显示，仅算股票型和混合型产品，权益类女性基金经理合计管理2万亿元规模，53位女性基金经理管理超过100亿元。

新晋成为千亿顶流的中欧基金经理葛兰，截至2021年末，她管理的五只基金规模正式突破千亿元，达到1103.39亿元，较2021年三季度末增加133.38亿元，这也让她超越张坤，成为行业中管理规模最大的主动基金经理。

南方基金罗文杰、华宝基金胡洁、招商基金余芳芳、华夏基金荣膺管理基金规模也超过600亿元，分别达到721.28亿元、697.24亿元、652.06亿元、609.2亿元。除了招商基金余芳芳主攻“固收+”投资，其他都是管理指数产品的基金经理。

另从主动权益基金来看，管理规模超过300亿元的还有多位知名女性基金经理，如银华李晓星

团队中的张萍，目前管理427.37亿元，专注大消费研究和投资。

工银瑞信袁芳和赵蓓也是颇受关注的女性基金经理，管理规模分别达到353.09亿元、322.79亿元。其中，袁芳是个多面手，因持仓分散、风格灵活，常常获得机构投资者的偏爱；而赵蓓也被誉为医药女神，拥有药学与金融学双专业背景。

此外，兴证全球的乔迁、嘉实基金谭丽的管理规模超过300亿元，兴证全球董兰、招商基金王景、富国王园园、华夏基金郑煜、圆信永丰范妍等也是备受市场关注的优秀女性基金经理，管理规模超过200亿元。

# 公募投资领域“她力量”崛起 780位基金“女神”管了逾10万亿资产

文/制图 羊城晚报记者 丁玲

近年来，颜值与智慧并存的女性基金经理正成为公募投资领域一道靓丽的风景线。数据显示，在全市场近3000位基金经理中，女性共有780人，占比超过26%，女性基金经理参与管理的资产逾13万亿元(含共同管理基金，有重复计算)。值得一提的是，虽然人数仅为男性基金经理的1/3，但女性基金经理数量较5年前、3年前已有显著提升。历史数据显示，截至2019年3月6日，在职基金经理人数共有1920人，其中女性基金经理人数为468人，占比为24.38%。而在2017年3月8日前夕，在职基金经理共有1459位，其中女性329位，占比22.48%。

另从所在基金公司来看，780位女性基金经理分布在151家公募基金公司。其中，嘉实、南方、中欧、广发等23家大型基金公司都拥有10位以上女将。

## 90人几何平均年化收益率逾15%

一个基金经理的业务能力如何，业绩可谓最直接的评判标准。数据显示，一批女性基金经理凭借着长期优异的投资业绩成功跻身明星基金经理行列。

从长期业绩来看，截至3月8日，招商基金任丽娜管理的招商安润近三年收益率达到240.89%(该基金在2019年之前仓位运作)，在所有女性基金经理中名列第一；华安基金刘畅管理的华安文体健康主题A、中欧卢纯青管理的中欧先进制造A分别以213.56%、210.45%的收益率位居第二、

第三位。

在更长的五年时间维度比较，同样是招商基金任丽娜管理的招商安润位居第一，管理业绩达到252.03%。而赵蓓管理的工银前沿医疗A取得210.51%的收益，位居第二；而国海富兰克林的刘晓管理的国富深化价值、工银瑞信张宇帆管理的工银瑞信物流产业A、中欧基金国晓雯管理的中欧新思路近5年的收益率也超过200%。

此外，中欧基金葛兰、工银瑞信袁芳、农银汇理张燕、中欧的王健、华安的陈媛、工银瑞信的赵蓓、银河的袁曦



图/视觉中国

### 相关报道

## 女基民更容易获得正收益

平均持仓金额略低于男性，但同比增幅明显更高

羊城晚报记者 戴曼曼

女性不仅喜欢花钱，更喜欢“投基”？日前，陆金所基金销售有限公司(下称“陆金所基金”)发布《女性基金投资大发现》调研报告显示，2021年，女性投资者平均持仓金额略低于男性，但同比增幅明显更高，女性投资者人均增幅26%，男性投资者人均增幅23%。

陆金所基金平台数据显示，2021年，女性投资者获得正收益的概率高于男性，在市场剧烈波动时，女性投资者的这一优势更为明显。2021年第一季度，女性基民的正收益率达到71.32%，远远高于男性基民的58.93%。

男基民对中高风险基金产品的接受度显然更高，投资该平台的男基民中有超过20%的购买了中高风险产品，比女基民高出近3%。从平均持仓时间来看，女性投资者的平均持仓时间为256天，高于男性的253天。

但从平均收益率这个指标来看，无论在2020年还是2021年，男女投资者的平均收益率的差距在缩小：2020年时，男基民的平均收益率较女基民高出3.1%，而在2021年，这个差距仅有0.2%。

这一现象可能和男女投资者的风险偏好相关。陆金所基金平台数据显示，男性投资者对中高风险基金产品的接受度更高，在陆金所基金平台投资了中高风险基金产品的男性投资者人数占全体男基民的比例达到20.12%，比女性投资者高出近3%。

## 市场熬人要克服人性弱点逆向投资

成功的投资往往是逆向的。面对难熬的行情，投资者不妨换种思路，比如被许多投资者推崇的逆向投资，往往成为在寡淡行情中的突围“奇兵”。近日，民生银行推出“逆向优选，一折投资”活动。在全市场优选“逆向投资”策略基金，有兴趣的投资者不妨关注，目前还可享受一折费率优惠。

民生银行表示，未来将持之以恒地发掘投资框架稳定、收益来源丰富的新锐基金经理，并把握其规模不大、易出业绩的阶段，优化投资人持有体验。(杨广)