

洋快餐价格为何难下调?

各项成本开始下降,消费者期望企业随大流

□信息时报记者 吴伟玮

鸡肉、牛肉、蔗糖、食用油、面粉,几乎所有的原料价格都在下降,而且降幅十分明显,但是快餐特别是洋快餐的价格却只升不降。经过多次提价后,肯德基里出售的食品的价格已经处于一个相当高的水平,但据记者了解,肯德基、麦当劳最近不可能下调产品价格。对此,有消费者质疑:“洋快餐价格为何只上不下?”



今年洋快餐巨头已经先后涨过几次价。信息时报记者 杜翠 摄

洋快餐价格处于高位

自本月18日起,肯德基已对部分产品价格进行调整,普通餐厅单项产品和套餐的涨幅为0.5~2.5元。这是继今年3月和5月两次涨价后,肯德基的第三次提价。

肯德基最近的一次提价是今年的8月份,目前仍是执行那次提价后的价格标准。新奥尔良烤翅、炸鸡翅分别是9元、8元每对,九珍果汁8元每杯,每款产品的价格比提价前涨了不少。“普通餐厅单项产品和套餐的涨幅为0.5~2.5元。正套餐

餐依然可以节约2元。香辣鸡腿堡、原味鸡、全家桶等产品价格保持不变。”对于涨价的幅度,广东百胜有关人士这样表示。

毫无疑问,公司对于提价的理由只有一个,那就是成本上涨。百胜方面表示:此番提价主要出于近期石油、食用油价格、副食品原材料价格、劳动力成本、水电费用等增幅明显,造成肯德基运营成本明显增加。

肯德基与麦当劳是竞争对手,但是在涨价方面却出奇地

“配合默契”。今年年中,麦当劳部分产品价格上调,这是麦当劳今年内第二次调价。对于此次的提价,麦当劳方面表示:餐单上的大部分产品价格不变,部分有小幅调整的产品涨幅在0.5元至1.5元之间。其中,部分汉堡类产品调价0.5元至1.0元;部分饮品类微调0.5元;部分超值套餐调价0.5元至1.5元。浙江麦当劳的相关联系人解释,此次部分产品价格调整源于不断上升的食品、原材料、劳动力和燃料价格。

原料成本明显降价

虽然企业涨价的理由是成本上涨,而事实上今年上半年之前,国内的CPI指数仍然居高不下,但是从下半年开始,几乎所有的农产品价格都大幅下降,其中以粮油和蔗糖最为明显。蔗糖的价格被腰斩,目前的价格在2700元一吨左右,而食用油,特别是棕榈油的价格下降更为明显,降幅达三分之二左右。

根据国家有关部门公布的最新数据显示,面粉的价格也有小幅的下调,以南方市场为例:浙江面粉市场价格比中旬小幅下跌。杭州东南市场特一面粉市场批发价2160元/吨,下跌20元/吨,特二面粉市场批发价1980元/吨,下跌20元/吨。杭州市场江苏特一面粉市场批发价2200元/吨,河南特二面粉市场批发价2020元/吨,下跌20元/吨。江南市场河南特一面粉市场批发价2180元/吨,特二面粉市场批发价1960元/吨,下跌20元/吨。业内人士分析认为:从近段时间的国内面粉市场运行来看,市场整体情况基本保持平稳,仅局部地区价格略有涨跌,波动幅度不大,但是以跌为主。

另外,鸡肉及牛肉的价格也呈逐月下降的趋势,2008年11月上旬与2008年10月下旬比较,猪肉、活鸡、鸡肉和鸡蛋价格下降,其中鸡蛋价格下降幅度最大,94%的地区鸡蛋价格下降。

洋快餐在华赚大钱

由于发展迅猛,洋快餐在华利润也十分丰厚。今年三月份,百胜餐饮集团公布,2007年其中国市场营业额达到215亿元人民币,营业利润增长30%。

统计数据表明,到目前为止,百胜餐饮集团中国事业部已在全国450多个城市开设了2500多家餐厅,员工人数16万名。其中,百胜下属的肯德基品牌餐厅数量达到2100多家,近年来平均每天开出一家新店。此外,预计到今年年底,必胜客欢乐餐厅的数量将达到500家。

而据百胜公布的2008年第二季财报显示,得益于中国市场销售业绩的持续增长,当季公司总收入为26.5亿美元,较之一年前23.7亿美元的收入也算有不错的进步。当季百胜净收入2.24亿美元,合每股45美分。而去年同期,公司的净收入为2.14亿美元,合每股39美分。这一成绩本已超过了华尔街此前每股收益42美分的预期。财报还显示,当季中国

业务增长了14%。此外,百胜国际业务同店销售增长了4个百分点,与此同时,百胜美国同店销售增长了2个百分点。虽然,在“高成本”压力下,百胜利润率的下降冲淡了收入增长带来的喜气。尽管在中国市场的销售业绩有所增长,但利润率的下降在中国、美国等核心市场表现得尤为突出。此外,百胜(中国)当季业绩也受到了汶川大地震的负面冲击。但是在中国市场其餐厅利润率仍维持在17.1%的高位。

行业资讯

洋奶粉三聚氰胺风波 国产品牌借机宣传

日前,美国三家婴幼儿配方奶粉验出三聚氰胺,虽然美国食品药品监督管理局官员强调此次检出的三聚氰胺含量微小,产品可放心饮用,但仍引起消费者不安。不少国产奶粉品牌借机加大了宣传力度。国家学生奶计划专家委员会主任、中国奶业协会顾问蒋建平亦指出,“中国的乳业市场远远没有达到饱和的程度,中国人还需要更多的好牛奶,也需要更多中国人自己制造的好牛奶。”

乳业专家指出,中国乳企在阵痛之后正在实现质的飞跃。近期,国家相关部委陆续出台了《乳品质量监督管理条例》、《奶业整顿和振兴规划纲要》等规范乳品行业健康发展的各种法规,为中国乳业的发展指明了方向。蒙牛等大的乳品企业在政策指导下,查漏补缺,加强了整个产业链的安全性。从奶站全面托管到扩大有害物质检测范围,从邀请社会各界监督到加强食品安全的前瞻性研究,他们的行动让消费者切实感受到“大品牌负大责任”的诚意与行动,经过问题奶粉事件的洗礼,中国乳业正在步入新的安全时代。

信息时报记者 李星慧

新浪启动首届美食盛典

今年初冬,新浪网举办了首届美食盛典。系列活动包括DIY串串SHOW、网友最喜爱餐厅投票、美食品鉴师免费试食、美食盛典颁奖典礼等。

据了解,首届美食盛典和一般的美食活动盲目追求商业推广不同,2008新浪美食盛典着重关注网友的参与和评价。前期举办的“DIY串串SHOW”,就是征集网友自行炮制的各样菜式,上传到网络平台一起PK。有关负责人介绍,本次评选旨在搜罗广东最具代表性的,优秀餐饮美食餐厅,为广大网友提供消费指南。

据了解,品鉴活动的网友征集仍在火热进行中。从11月15日~12月15日,网友登陆新浪广东美食频道或直接进入网址报名成为美食品鉴团成员,就能参加由新浪网组织的免费试食评审活动。活动搜罗全城最优秀的50家餐厅,免费大餐多达100顿。

信息时报记者 吴伟玮

拉斐尔“真情快递”引千人追捧

著名巧克力品牌拉斐尔近日举办的“拉斐尔真情快递”活动迎来了一个小高潮。据统计,截至目前为止,广州站的活动吸引了近千人的参与,大家纷纷通过邮件或者留言的方式在此次活动的大家网站上表达自己最真挚的情感。

在“拉斐尔真情快递”新浪网的活动平台上,很多网友都写下了他们藏在心底的一些话,这些充满温情的留言引起了不少参与者的共鸣。

在一次民意调查中发现,现代白领的心理疲劳主要体现在人际交往上,其中与家人或朋友的沟通越来越少占38.3%,处理个人事务的时间越来越少占25.8%,不愿与人接触占18.1%,以及爱讥讽/对人失去好感占15.4%。

有心理方面的专家认为,生活在网络社区的网民们以化名进行交流赋予了这个社区虚拟性的最大特点,网络的掩盖令网友们可以轻松卸下在现实生活中的各种假面具,以一种平等的身份来排解心中的不快。这无疑也是为不善言辞的人提供了另外的交流渠道。

拉斐尔产品负责人表示,拉斐尔不仅重视自身的品牌形象,更重视的是对人文精神的关怀。“拉斐尔真情快递”不仅搭建了企业与消费者沟通的桥梁,也承载了都市人情感。我们希望消费者不仅能品尝到椰蓉杏仁酥球带来的层层美味,更能亲身感受到活动传递出的浓浓真情。

信息时报记者 黄丽嫦