

《中國內銷物流攻略》 八大行業之飲食業

項目經驗總結研討會 2014年1月23日

崔道城先生 新港航船務有限公司高級銷售經理



香港品牌

香港餐飲品牌
以種獨特的飲食文化,
優質服務和可靠性作招徠。

多元飲
食文化

收入二萬
三千四百
多億

信心指數
4.02分5
分滿分



進入中國餐飲業的渠道

- 集團品牌
- 經營有彈性
- 特許經營
- 減少自我摸索的時間
- 與非餐飲品牌合作
- 更易獲得知名度



重要考慮因素



市場學上的7P管理模式 爭取第8個P = Profit利潤



香港飲食業於物流及業務管理上的挑戰與解決方案 (1)

- 確保內地加盟店的質素
 - 穩佔加盟店的51%股權，以保留最終決策權
 - 可要求加盟店與物流商提供有關食品的訂貨資料，及為食材拍照以作記錄，增加供應鏈的追溯性及透明度
- 中央廚房/加工工場控制品質



香港飲食業於物流及業務管理上的 挑戰與解決方案 (2)

- 企業為降低庫存成本，對物流方案講求「及時」(Just-In-Time)，甚至接近零庫存 (Zero Inventory)
- 為提升配送及補貨效率，可利用附近物流商的倉儲及冷凍貨倉配送中心，作為店舖或中央廚房的後勤基地



香港飲食業於物流及業務管理上的 挑戰與解決方案 (3)

- 本土化策略 (Localization Strategy) - 知道中國人對食物的喜好
- 需求預測 – (Demand Forecasting) – 配合不同節日及推廣預先作出合適的調整
- 客戶管理 - (Customer Relationship Management) 明瞭客戶群所需, 如地址, 飲食習慣, 外送服務更加得心應手.



物流供應商的商機

1. 小型加工廚房與週邊店舖配送
2. 中央廚房 / 倉庫與店舖配送
3. 城市區域外送服務



總結

多謝

香港商家



香港物流商