

共享经济下共享厨房的发展模式及前景预测

莫 韵, 方浩宇, 冯淑琪, 尹耀民

(广东科技学院, 广东 东莞, 523083)

一、相关概念界定

(一) 共享经济

共享经济是共享的狭义解释, 其是在当前互联网高速发展的社会阶段中, 借助互联网平台进行使用权共享的一种消费模式(董成惠, 2016)。另一种观点认为, 共享经济是通过互联网第三方平台, 进行闲置资源使用权的转移(郑志来, 2016)。综上所述, 共享经济的内涵是利用现代信息技术手段结合互联网平台, 实现闲置资源使用权在不同主体间转移, 最大限度减少资源浪费, 从而提高资源使用效率, 推动社会发展。

(二) 共享厨房

共享厨房的发展前提是拥有先进的互联网技术, 它采用“互联网+厨房”的新型模式, 又叫“O2O厨房”模式。目前国内共享厨房的经营模式都是选择一二线城市较好商圈中的一般地段, 以相对低廉的价格租下一整片场地, 分割成一个个独立的约15平方米左右的厨房档口, 用来出租给外卖商户。共享厨房简化了很多餐饮创业的程序, 实现拎包入住, 让餐饮业本来就不高的门槛降得更低了。如果说外卖的逻辑是消费者的“懒人经济”, 那么共享厨房就是创业者的“懒人经济”。

二、共享经济下共享厨房的发展模式分析

(一) 共享厨房+外卖平台=完整的餐饮服务链条

围绕着线上流量的抢夺, 已基本形成美团外卖、饿了么两强对峙的局面。而共享厨房为商家提供融合线上线下的服务, 能从场地租赁出发, 帮助商家缩减繁琐的餐饮链条, 并提供除产品、流量、配送之外的几乎所有环节的服务。

共享厨房提供的服务主要围绕着几大板块: 场地租赁、证照办理、水电燃气资源、供应链整合, 以及运营管理、数据分析、品牌打造等一系列的相关配套服务。目前共享厨房领域里具备较大规模的几家有, 老牌的“熊猫星厨”、“吉刻联盟”, 和较年轻的“黄小递”、“闪电厨房”等, 其业务都围绕这些方面发展。

共享厨房提供服务的侧重点主要体现在:

(1) 多流量渠道的探索。在这方面, “熊猫星厨”除了帮助商家对接两大外卖平台外, 还可通过第三方接口等渠道, 来帮助商家获取线上线下的流量, 形成“外卖+堂食+自提”的独特模式。其能在不影响用户体验的前提下, 降低商家成本, 使利润最大化。(2) 筛选入驻品牌, 增加流量。在这方面, 上海的“吉刻联盟”在选择入驻品牌的时候会更为严格, 他们主要选择“有流量基因的餐饮项目”。所谓的流量基因就是菜品有自己的特色, 符合当下大众的消费需求。在商户入驻后, “吉刻联盟”会提供品牌包装、菜品开发、策划运营等方面的支持。(3) 拓展新的运营模式。“闪电厨房”现阶段的模式类似“熊猫星厨”, 但其在未来的规划中希望做园区配套或者商场中的美食城。

(二) 在营运规模上大大增加

外卖行业迅速发展距今已经有5、6年时间, 数据显示: 2019年中国餐饮外卖产业规模为6749.6亿元, 相比2018年增长43.9%。随着一二线城市外卖渗透逐渐饱和, 低线城市成为行业新突破点。2020年, 三线及以下城市的外卖用户占该地区网民的比例增长至39.8%, 较2019年底增长了约4.5个百分点。

从时间来看, 国内共享厨房的兴盛几乎和外卖订单的高速增长同步, 如“吉刻联盟”“熊猫星厨”等都是在2016年前后成立的。目前, “熊猫星厨”在北京、上海、杭州等一线城市增长到50多个场地, 服务500多个品牌, 而且入驻的商家品牌类型丰富。共享厨房规模快速拓展, 可以充分适应和利用外卖行业的发展趋势获得更大的利润。

三、共享经济下共享厨房的发展前景预测

(一) 市场细分化, 产品服务多元化

随着各行各业的发展, 过去的大而全的经济模式不再适用于私营企业, 市场细分优势愈加明显, 而共享厨房的专业细分程度相对较高, 在餐饮行业将有更多的机会做成相对独立的系统并对市场进行分割, 发展并稳固市场份额。而目前共享厨房模式单一, 服务和产品也还在发展中, 而该产业未来的发展趋势必然是多方位发展、专业化服务、系统化经营, 从而进一步细分市场。

(下转第34页)

基金项目: 广东科技学院大学生创新创业训练计划项目, 项目名称“大家都是小民厨”共享厨房。指导老师: 樊贵玲, 讲师, 硕士研究生。

播种一样，企业需要在每一名员工心中种下文化的种子，不断地给予营养，让它生根发芽，开花结果，最终使企业文化这棵大树变得枝繁叶茂。值得注意的是，企业文化的建设并不是一帆风顺的，可能会遇到大量问题，如：制度可能落后、信息可能滞后、成本可能过高，等等，因此要不断进行调整。注意，这里与第二点所提的观点一致，帮助企业文化建设项目实施的一些策略、方法和目标可以进行调整，但企业文化核心是不能随意改变的。中小型企业想要建设好企业文化并从中获得收益，就要持之以恒地坚持和改进。

四、结语

随着市场竞争的日益激烈，中小型企业所受到



（上接第 35 页）

（三）完善成本核算管理系统和优化库存控制

制造企业具有生产物料多而杂的特点，其成本控制需要从降低库存、核定定额、节约资源等方面入手，在确保原材料的供货周期与日均消耗量的前提下，制定各类物料的科学库存定额。根据采购周期、库存定额、制定合理的采购计划，从而达到优化库存、降低成本的目的。同时，企业还要将各部门车间的库存信息在第一时间上传到公共平台，便于了解库存的实时动态。



（上接第 36 页）

自动化水平，促进企业长期稳定的可持续发展，并提高在市场竞争中的优势。企业物流管理信息化的发展需要积极引入新的管理理念，追加信息化管理方面的资金投入，并积极开展信息化技术研究工作，



（上接第 37 页）

（二）与互联网产品融合发展

中国目前的互联网产业欣欣向荣，共享厨房与其他互联网产业可以形成融合发展，譬如众多品牌在抖音、快手等媒体进行营销，其较传统营销渠道有诸多优势。利用“互联网+”、直播平台、社交平台等，能使用户消费转型升级加快，推动共享厨房发展，最终形成共享厨房行业新模式。不仅如此，大数据行业的发展也使得像共享厨房这一类产业在经营过程中能实现数据可视化，利于经营者不断调整，这也是该产业相比于传统餐饮的一大优势所在。

（三）行业上升空间大，仍需不断突破

的外界影响和冲击越来越多也越来越强。企业文化关系到企业长期的生存和发展，因此，企业需要加大对文化建设的重视，这样才可以从自己的文化建设活动中收益更多，并且这样的收益是终身的。但是企业文化的建设之路并不平坦，许多的中小型企业在建设过程中也会走入一些误区。对此，就需要不断地认识自我、调整策略、落实工作。中小型企业可以通过自己的文化建设增强竞争力，还可以在建设过程中获得更多意想不到的收益，这一切都能帮助中小型企业逐步实现自己的目标和彰显自身的价值。

【作者简介】袁岚然、张静，石河子大学。

三、结束语

制造企业的发展在国民经济建设中举足轻重，现代企业要想进行成本控制，不是一味压缩成本就能做到的，而是要通过精细化管理来提高生产力、缩短生产周期、增加产量、提高效率，从而控制成本及产品质量。

【作者简介】吴江玉，中车株洲电力机车有限公司。

逐步完善企业物流信息化管理系统，从而为企业未来持续稳定发展打下良好基础。

【作者简介】鲁乙霖，助教，河南水利与环境职业学院，物流管理、企业管理。

目前共享厨房发展尚处于起步阶段，上升空间大，但势头不足，行业缺乏活力。若经过政府政策引导、市场信息释放等一系列方式刺激市场，提升市场活力，能形成良好的市场氛围，并更好地推动行业发展。

而行业内部也是一大要素，除了上述方法形成市场氛围，还需形成行业内部的良好氛围。要推动共享厨房发展，需不断提升行业技术，突破创新瓶颈，最终才能实现良好的、高水平的发展。

【作者简介】莫韵、方浩宇、冯淑琪、尹耀民，广东科技学院。