



# 共享厨房到底共享啥

## 200余件创意作品 勾勒未来交通图景

中国青年报 中青在线记者 王鑫昕

如果轮船有两个船艏，在狭窄航道中航行就可以不用调头，便于回航；如果汽车车灯运用热成像原理自动切换远近灯光，就能提高夜间驾驶的安全性。如果共享汽车运用无人驾驶技术，用户约车后车子就能自行从停车点到达用户身边。

未来的交通是什么样的？4月22日在西南交通大学举行的第二届“交通未来”大学生创意作品大赛全国总决赛对此作了勾勒。

大赛由中国高等教育学会主办，自2017年7月启动以来，共收到来自全国73个高校报送的228件参赛作品，经过四个分赛区的初赛选拔以及大赛评审委员会的复赛评审，共确定了62所高校的112件作品参加决赛阶段比赛。

清华大学汽车工程系的参赛选手李杰带来了名为Centaur共享出行城市概念电动车的参赛作品。按照他的设想，通过全周期运营保障机制，系统可以根据用户设定的行使距离，自动为用户匹配最优电量的汽车。如果用户突然改变行程，而电量又不够了，系统还可以为用户设计解决方案。

李杰说，拥有自动驾驶能力的汽车可能会更适合共享运营的模式，在共享无人驾驶的场景下，我们可以进行很多关于未来交通的设计，为技术找到合适的场景，将人与交通需求结合起来，从而进行优化。

李杰认为，近年来，国家大力支持智能新兴产业，先后发布了智能网联汽车、智能交通系统等领域的指导政策。相关领域的高校与企业先后投入巨大精力从事研发工作。行业的繁荣发展为设计师和工程师们带来了巨大的想象空间。

许多作品聚焦于共享经济时代有待解决的交通管理问题。比如，针对城市共享单车的停车乱象，多位参赛大学生设计了共享单车停车管理系统，试图在共享单车时代为城市单车管理提出解决方案。

有的参赛团队考虑到人类及时及将来面临的日益严峻的环境和能源问题，在相关设计中体现了绿色、新能源的思路。湖南工业大学参赛团队设计了一款风光互补低碳概念车，利用风能和太阳能相结合，使得车子不受天气限制，提高续航力。该车利用仿生造型，对大白鲨形态进行结构重组，结合车体形状控制气流走向，提高了空气动力性能。

在一部分作品解决现实交通问题的同时，另一部分作品则瞄准未来，作了大胆的创新。聊城大学参赛团队提交了名为“蓝海生命线”的作品，针对岛礁提出了一种新概念的交通方式，即在海中悬浮放置大直径管道设施，通过深度调控控制沉浮来创造吊轨列车在海中的运行环境。

特等奖作品、来自上海交通大学的基于人工智能的海底运载车“拓荒者号”，为人们设计了一种未来的海底交通工具。拓荒者号既可以在极稀软的泥海上行进，也可以在复杂的海地环境中自主导航，还能在脆弱的海地生态环境中开采稀缺金属。

在对未来的这项设想中，团队已经取得了不少研究成果。据介绍，这个大学生团队已经以第一作者的身份在国际学术会议上发表论文2篇，取得国际专利1项、国家发明专利公开4项、实用新型专利授权2项。

交通的跨越式发展，让我们更敢于勾勒未来社会的蓝图，它对未来的引领，既是先导性的，也是基础性的。西南交通大学副校长冯晓云说。

从而为企业赢得发展空间、掌握主动权，才能迈向具有国际竞争力的世界一流企业行列。

肖亚庆发现，具有全球竞争力的跨国公司大多有一个共同的特征，就是专注主业、突出主业。企业盲目铺摊子，不突出主营业务，即使在短期内能有些成效，但长期看也会缺乏后劲。国企需要立足主业，推动技术、人才、资本等各类资源要素向主业集中，不断增强核心业务的资源配置效率、盈利能力和市场竞争力，从而发展提升国际资源配置能力。

目前，很多企业都在谈用加减乘除的方法管理企业，李晓鹏认为，其中最为重要的就是如何做好减法，企业更加专业化，突出自身的特点，做好自己的发展道路，提升自身的核心竞争力。即使是综合性很强的央企，也需重视子公司的专业化经营，不能完全走小而全的道路。

在产业标准制定中有无话语权、话语权大小，关系到企业国际竞争中能否赢得主动。肖亚庆表示，中国在参与和影响国际产业标准制定上有了长足的进步，但是还远远不够。中国需要形成一批在全球产业发展中具有话语权和影响力的领军企业，积极推动产业价值链高端迈进，引领新兴产业集群的发展，推动更多的中国产业技术标准成为全球通用标准。

实习生 莫昕楠 记者 杨利伟

伴随着共享单车的火爆，共享经济这一概念走到了人们的面前。而在餐饮行业，共享却不是新概念。

在一二线城市的核心商圈圈下场地，改造成独立的厨房档口，再出租给商家经营餐饮服务，餐饮创业者也可以以低廉的租金等节约开业成本，用户以外卖、上门的形式吃到美食。除了提供基础设施服务，不少共享厨房平台还向商家提供运营管理、品牌打造、数据分析等一系列配套服务。相较于传统美食城，共享厨房对选址地段要求不高，极大地提高了坪效和入效。

### 共享的不只是厨房

40多平方米的空间内设有桌子、灶台、烤箱、打发机和各种调料，湖北一间由学生创办的共享厨房使得共享厨房的概念走入公众视野，只要带上食材，人人都可在这个共享厨房中大施拳脚，事实上，早在2013年便有业内人士提出共享厨房的概念。

2014年起，国内在线外卖迎来高速发展的契机，在饿了么、美团等平台的推动下，越来越多的餐饮品牌尝试外卖，为餐饮销售打开了新市场。外卖市场井喷式的发展，不仅为外卖代运营等项目带来机会，同时也刺激着共享厨房

的生长。几年内，共享厨房由主要出租厨房的1.0版本跨入了做外卖品牌孵化器的2.0时代。共享厨房品牌繁杂，目前共享厨房不仅限于出租厨房业务，部分共享厨房品牌还为商户提供入驻、统一办证等服务，大多数共享厨房品牌不做线下销售经营，而是专注线上外卖。

2015年12月1日，共享厨房品牌吉刻联盟创办，4个月后吉刻联盟共享厨房品牌正式上线。目前，吉刻联盟共享厨房品牌在上海已落地8家，分别位于陆家嘴、五角场、徐家汇、天山路、火车站、人民广场、大宁国际、日月光等中心地段，店面规模也从300平方米到1900平方米不等。

以外卖市场为契机而快速发展的共享厨房，不仅仅是厨房出租方，还将从运营、管理等多个维度辅助外卖商户。吉刻联盟创始人史晓明曾在接受媒体采访时表示，吉刻联盟充当的是外卖品牌孵化器的角色，2.0版本的共享厨房，是在一二线城市的核心商圈租赁场地，分割成独立的厨房档口，出租给外卖商户。同时，共享厨房还将为入驻商户供应水电燃气资源，并提供运营管理、品牌打造、数据分析等一系列配套服务。

建立一个共享厨房，装修、办证等前期投入约为200万元~300万元，其中最大的费用成本为装修费用，约占70%~80%。据吉刻联盟相关负责人介绍，共

享厨房的共享概念体现在开业成本、装修成本、管理成本的共享。

### 解决行业痛点

互联网+餐饮创业如火如荼，吸引了大量创业者前来想要投身互联网+餐饮的创业热潮中。有数据显示，我国外卖市场发展迅速，中国外卖市场2017年规模超过2000亿元，年增长率保持在20%以上，市场空间巨大。相关数据预测，到2020年前后，中国的互联网支付入口或将超过7.5亿，外卖渗透率在80%左右，6亿人会成为在线外卖的消费用户，而O2O外卖市场交易额将突破7000亿。

餐饮新零售基础设施服务提供商食云集前身为主打美食外卖送餐的O2O本地商家服务平台“零号线”，2016年起进入餐饮新零售领域。经过一年多的经营和发展，食云集已有7个线下联合餐饮空间，总面积近万平方米；餐饮品牌库资源已达400多家。创业前，创始人吴皓做了大量的市场调研，说服他的是数据。

吴皓认为，近几年餐饮在Shopping Mall里比例正在逐年增加，从原来的10%~20%甚至提升到40%，线下流量被大量分流。伴随着外卖平台的发展，传统餐饮行业都要重新做一道数学题，即获得流量成本的最优解。用商业地产的租金做外卖，再加上线上的流量成本并不划算。

2016年原食药监总局发布的《网络食品安全违法行为查处办法》要求，只有取得许可证的实体餐饮店才能在网上接受订餐，没有实体店的不在线上销售餐饮产品。2016年年底，北京市也发布了《北京市餐饮业经营规范（试行）》，提出包括城六区范围内，新建餐饮服务场所使用面积不得低于60平方米的要求。

一方面，证件必不可少，另一方面，对于纯外卖商户而言，面积过剩、前期成本投入过高成为有口难言的痛。在餐饮新零售大潮中，我们看到餐饮商户在转型过程中面临诸多挑战，传统餐饮品牌转型成本高，或者缺乏经验难以推动；互联网餐饮品牌则面临着线下体验不足、快速

模化复制难、合规性亟待改善等问题。针对以上行业痛点，食云集的解决办法是每个点位配6个运营人员，负责堂食引导、外卖分拣，单店面积约为1000平方米，可容纳25~30个餐饮品牌拎包入住合规经营，其中15~20平方米用于生产，其余场地，包括前厅堂食区、分拣区、取餐口、后场物料区、洗碗池、温控柜等均为共享。

共享厨房的产生，使得生产管理集约化，有效解决了外卖商户的痛点。而超越共享厨房，堂食区、外卖窗口、共用系统平台、甚至是工作人员的共享以及商家新零售转型的赋能，餐饮新零售基础设施服务进一步得到了完善。

目前，食云集每个门店平均入驻商户25家，经营情况良好的商家，15~20平方米单店日销售可超过300单（外卖+堂食），月流水可达30万元。共享厨房品牌食云集表示，共享厨房平台的主要盈利来自提供硬性、软性基础设施的服务费；经营收入的抽成；未来还会有规模化效应显现之后的渠道价值的增值费用等。

比商家在外面自己开店节省80%以上的成本，速度提高约12倍。吉刻联盟表示，目前所有门店均盈利，单店月订单达4万元，月流水150万元，入驻率普遍高于80%。

### 还有很长的路要走

提供整体创业服务体系的品牌类共享厨房的崛起，侧面印证了B端商户对于场地和运营服务的需求是个增量市场。

因为餐饮品牌的周期正变得越来越短，我们更倾向于选择受众是年轻人的零售化品牌。在品牌选择上，食云集倾向选择带有零售属性的品牌：产品上不过多依赖厨师、标准化程度高、商户的平均出餐时间不超过3分钟以及有稳定的供应链支持。而选择有潜力的外卖商家则是吉刻联盟选择入驻商家的准则之一。商家现有单量、品牌知名度、团队成员等都是吉刻联盟对入驻商家的考核要点。

共享厨房领域高速发展的同时，有关共享厨房卫生、食品安全的监管及共享厨房运营合规性逐渐成为公众热议话题。倘若行业缺乏合规性，只做二房东的共享厨



云餐厅 既是食堂的实体店 又是一个智能点餐平台。

# 上师大 云餐厅 让学生 想在哪里吃饭就在哪里吃饭

中国青年报 中青在线记者 王烨捷

大学校园里，有多少学生每天到食堂吃饭？又有多少学生因为吃了不洁外卖而身体不适？不久前，上海师范大学奉贤校区的校园里多了好几个像智能快递揽收机一样的机器。这一天，这所地处偏远学校的大学生们迎来了“餐厅革命”。想吃什么，下课前就可以点单、下单，下课后在遍布校园的云餐厅，自己取餐、用餐。

上海师范大学奉贤校区地处远郊，老师们以往经常因为堵车来不及吃早饭而饿着肚子上课，影响了身体健康。学生食堂就餐高峰排队时间长，一些学生不愿到拥挤的食堂就餐。招生改革后，学校生源更加多元，食堂口味不能完全满足需求；外卖火爆，食品卫生和外卖车校园横冲直撞带来的安全隐患令人担忧。落实教师激励计划，教师需要课后借助餐厅等公共场所增进与学生的沟通交流。

如今，这所学校化被动为主动，破解师生多样化需求和餐饮供给不平衡不充分之间的矛盾，以互联网+餐饮作为抓手，精心打造出了一家“云餐厅”。云餐厅既是食堂的实体店，又是一个智能点餐平台，拥有遍布校园的取餐柜。

当教师们遇到堵车来不及吃早餐的时候，教工通过手机平台预定点餐，热腾腾的早饭送到教学楼云餐厅专柜，教师取餐后可以到专门的教师休息室用餐，不用再花时间去食堂；当学生不想去拥挤的食堂排队，又想吃到心仪的校外美食，手机一点，分布在校内、宿舍生活区的9个取餐点的28台冷热餐柜是他们的首选，而且实现了早餐、午餐、晚餐餐期全覆盖；如果学生想找老师边吃边聊，或复习功课，或自己制作美食，云餐厅线下实体店也可以满足他们的需求。

传统的高校食堂，厨师做什么，师生就只能吃什么，而云餐厅可以做到“师生想吃什么食堂就提供什么”。招生改革后，上大生源出现多元化趋势，外省市生源从原

来不到10%增加到60%以上。不同地方有不同口味。云餐厅通过吸纳社会知名连锁餐饮企业，形成强大的供应链云，满足师生变化的需求。目前已入驻品牌包括必胜客、肯德基、网红龙虾饭等20余家校外优质商户提供的380多种美食。不仅如此，云餐厅线上服务平台通过网上订餐、扫描点餐、微信互动、大数据分析，了解师生消费的情况，感知数据变化的趋势，进而根据师生对餐饮口味、餐饮场所的需求及时进行调整，提供个性化服务，基本实现师生想吃什么云餐厅就提供什么。

一般人可能想象不到，餐厅改革甚至还可以促进师生间的交流学习。据悉，为提高教育教学质量，学校正在推进教师激励计划，改革要求教师要进一步加强与学生的沟通。沟通使用频率最高的地方应该是食堂。但传统食堂环境嘈杂，不适合师生交流。为此，学校对餐厅进行环境改造，打造时尚舒适的新空间，在三餐服务功能基础上进一步赋予其学习、交流、休闲、活动的校园文化育人新功能。

云餐厅实体店采用互联网中央厨房，在保证口感的同时，通过半成品水浴加热的方式，达到高峰时段快速出餐。它从上午到晚上全时段开放，既是就餐的区域，也是同学读书交友、休闲的场所。实体店开办至今已举办过十余场文化讲座等活动。共享厨房成为学生交流实践、烹制家乡味的新平台，预定火爆。

取餐柜涉及到的食品安全问题也是传统高校食堂从未遇见过的。比如，餐食送进取餐柜后，如果没有得到及时取餐怎么办？为此，上海市奉贤区食药监部门专门建立严格餐食制度，实行超过90分钟就报废的严格机制，过时不能开柜，餐食报废；严格执行消杀保洁制度，每餐进行消杀与保洁；严格执行安全温度控制制度，冷餐餐柜的温度要达到4摄氏度以下0摄氏度以上，加热餐柜温度达到65~70摄氏度；严格餐盒食品材料制度，采用5号PP塑料材质。

实习生 赵丽梅

中国青年报 中青在线记者

李晨赫 宁迪

在4月21日举行的第二届中国企业改革发展论坛上，北京矿冶科技集团公司党委书记、董事长夏晓鸥列出了这样一组数据：在2017年《财富》杂志评选出的世界企业500强中，中国有115家企业上榜，占比23%，包揽榜单第二、三、四名，但其中竟然有69家企业处于亏损状态。企业大了，却还不够强。这引起了与会者普遍的共鸣。如何建设具有全球竞争力的世界一流企业，已成为中国企业界亟待回答的一道历史考题。

### 自主创新是摆脱受制于人的根本途径

2017年，《财富》杂志评选出世界企业500强，美国有132家企业上榜，占比26.4%；中国有115家企业上榜，占比23%，上榜企业数量连续14年保持增长。

《财富》杂志的评选标准是以营业收入为主要依据，相对来说更加注重企业规模。夏晓鸥指出，从上榜企业数量来看，中美差距不大，发展质量不尽相同。进入《财富》杂志榜单的115家中国企业，有69家亏损。从这个逻辑上讲，《财富》杂志评选出来的企业并非是世界500强，而是世界500大，也难以和世界一流的企业相提并论。

我们的目标就是实现从大到强的转换，这个任务是非常艰巨的。中国航天科技集团有限公司总工程师李峰表示，从中兴事件来看，不强不行，不强就会被被动挨打。

当地时间4月16日，美国商务部宣布对中兴通讯采取出口管制措施，禁止美国公司7年内与中兴开展任何业务，包括软件、技术、芯片等零部件销售均在限制范围之内。其中，在芯片上，中兴在短时间内，难以找到合适的解决方案，可能会对中兴的发展产生较大的影响。

中兴事件引起了人们对“中国芯”的讨论，而决定因素是中国自主创新能力的提升，自主创新水平需进一步提升。

强化自主创新是提升企业核心竞争力优势、摆脱受制于人局面的根本途径。国务院国资委主任肖亚庆指出，必须着力在自主创新特别是原始创新上下更大的功夫，要着力突破战略性、前瞻性领域的关键核心技术。企业需要通过创新驱动，来解决新旧动能转化的问题和难题。将高成本

的、环境不友好的、效率低下的旧产能淘汰，转变经济发展方式。对于李峰所在的航天领域来说，需要运用系统工程思想和理论进行创新驱动，建立创新体系，从而应对环境的变化，把握核心技术的主动权。

内功不牢，地动山摇。李峰谈到，在技术创新的过程中，一方面要练内功，提高自主创新能力；另一方面也讲开放融合，将产学研联合起来，科研院所和高校在技术创新方面进行强强联合。夏晓鸥谈到，在开放创新的过程中，需要打通各个行业之间以及各个创新主体之间的创新壁垒，高效地调动各种创新要素，实现协同创新。同时企业还可以进行跨界创新，进行跨行业、跨专业、跨领域、跨地域的创新。

当一项新的技术被创造出来，夏晓鸥希望国家可以从政策上提供一个试验田，从而让新技术有一定的适用场景，为新技术更好地落地作准备。

### 创新驱动本质上是人才驱动

创新驱动本质上是人才驱动。肖亚

# 从大到强 核心是创新驱动

庆认为，必须把完善鼓励创新机制、激发要素活力作为关键因素来抓。

在航天科技领域中国与美国的差距核心是在人才。李锋表示，之前，中国有钱学森等多位世界级的大师；今天，我们需要培养新的大师。那么企业就需要把人才的培养作为一个基础性的工作来抓。在航天科技集团内部，在薪资待遇方面实行了诸多激励机制，从科技人员到行政人员都有获得重奖的机会，同时，还打通了员工的上升通道，激发他们创新的活力。

越来越多的央企员工跳槽，特别是高科技人员跳槽，引起了中国光大集团股份公司董事长李晓鹏的重视。他认为，充满活力的体制机制可能是国企特别是央企最缺少的。到目前为止，央企还没有大面积推行职工股权激励机制，那么如何才能激发员工的创新活力？我们要进一步深化企业改革，逐步建立起干部能上能下、员工能进能出、薪酬能高能低的体制机制。

夏晓鸥所在的矿冶行业是一个传统的行业，他认为，与新兴的行业相比，传统行业的创新还处在一个跟随的状态，