

以虛擬品牌和廚房 打造業務擴張的關鍵

隨著新的業務模式持續發展，戶戶送 (Deliveroo) 加強有關方面的投資，專注為餐廳提供以科技驅動的零售解決方案。



“香港的美食文化帶領
全球的飲食潮流。”

戶戶送
亞洲區企業事務部主管
關景耀

對於戶戶送來說，香港的吸引力從開始就很明顯。香港是國際美食之都，一直是最先發現新興美食趨勢的城市之一。香港消費者對優質和種類繁多的美食的需求熱切，吸引了許多已獲或將會得到米芝蓮星級推薦的海外餐廳，希望以香港作為測試國際市場反應的據點。

因此，戶戶送看到了香港外賣市場的巨大潛力，與紐約或北京等其他國際城市相媲美。客戶在線訂購食品的趨勢在香港大幅增長，於疫情期間選擇外賣服務已成為許多消費者的習慣，戶戶送的客戶保留率亦有所提高。

攜手共創成功

疫情下的社交距離措施令高檔中餐廳需要尋找替代收入來源，戶戶送為其提供了一種創新方式來保持業務連續性。該餐廳與戶戶送合作，利用平台打造一個迎合大眾市場的附屬虛擬品牌。這可讓企業在面對

業務受限時更具彈性，並使他們能夠在不影響其原品牌的情況下為全新的客戶群提供服務。

戶戶送不僅幫助餐廳擴大受眾範圍和增加收入，還可收集重要的行為數據分析，使他們能夠吸引新客戶並保持現有客戶的吸引力。

戶戶送亞洲區企業事務部主管關景耀說：「作為食品專家，我們希望支持新及有趣的餐廳品牌，同時確保消費者隨時隨地都能獲得他們想要的食物。」利用數據，餐廳可以深入了解位置、顧客美食偏好和價格，從而為目標客戶和地區打造度身定製的菜單。餐廳還可以對顧客行為進行分析，平台亦會為餐廳提供營銷支持。

隨著消費者行為的改變以及對電子商務和即時送貨的需求不斷增加，戶戶送已將合作夥伴關係擴展至生活百貨店和百貨公司及便利店，為精通數碼科技的消費者提供便捷的

雜貨配送服務，成為香港數碼生態中不可或缺的一部分。

「戶戶小廚」中央廚房

Deliveroo 與餐廳合作，從「戶戶小廚」的空間創建雲廚房或「超級廚房」。使用雲廚房工作的餐廳只需安排員工和預備食材，無需設置新店舖。同時，戶戶送將繼續加大對「戶戶小廚」的投資，以將其足跡擴展至本港多個地區，最新落戶的將軍澳分店於 2021 年年底開幕。

戶戶送

- 於 2013 年成立，總部設於倫敦，戶戶送與全球超過 160,000 餐廳夥伴和 180,000 個送餐員合作
- 香港現有八間「戶戶小廚」，其中四間於 2021 年內開業

 [deliveroo.hk](https://www.deliveroo.hk)