

别让扫码点餐成为“单选题”

“进店请扫桌子左下方二维码进行自助点餐”“请关注公众号,选择桌号,点击买单即可付账”。目前,不少餐厅推出扫码点餐服务,给一部分消费者带来了便利,也有一些消费者反映有些餐厅不提供人工点餐,甚至不提供现场菜单,带来了新的不便。

“我不大会使用智能手机,扫码之后手机经常停在某个空白页面,加载不出任何信息,只能干着急。”今年65岁的北京海淀区居民王晓丽认为,由于智能手机操作的复杂性,扫码点餐并不具有普适性。老年人、未成年人往往需要他人协助才能完成扫码点餐

过程,有时感觉反而不方便。

随着科技手段推陈出新,餐饮行业也在寻求新的突破与变革。用微信自带的“扫一扫”工具或其他扫描工具扫描餐厅二维码进行点餐,是“互联网+餐饮”潮流的产物,可以有效地为餐厅节省人力成本,提高顾客点餐效率。然而,扫码点餐不应成为“单选题”,如果餐厅经营者不提供人工点餐服务,只提供扫码点餐,不仅会给一些对智能手机不熟悉的顾客特别是老年消费者带来障碍,也侵害了消费者的公平交易权。

近日,在因“强制扫码点餐”被投诉后,长沙炊烟小炒黄牛肉

餐饮公司在其官方公众号上发布整改公告,表示即日起炊烟小炒黄牛肉所有门店全面推行纸质菜单和人工点单,扫码点单遵循自愿原则。此外,将提升人工服务效率,缩短排队时间。

专家表示,餐饮行业经营者可以使用新技术提高运营效率、为消费者提供便利,但首先应做到依法合规、切实维护消费者权益。餐厅在进行数字化转型的过程中,应采用现场点餐与扫码点餐相结合的方式,满足不同消费者的需求,在推广扫码点餐的过程中,应将自主选择权交给消费者。

(据《人民日报》)



保证餐饮采暖和表演特效

环球影城主题公园完成通气

北京环球影城主题公园进入开园倒计时。从北京燃气集团了解到,目前,环球影城主题公园及度假区内的所有燃气用气项目已基本完成通气,进入设备最后调试阶段,部分已经投入使用。

北京环球影城主题公园天然气项目是公园景区的重要配套设施,也是城市副中心通州文化旅游区天然气建设的重点内容之一。环球影城主题公园天然气项目涉及中央食堂、餐饮街道和酒店以及部分辐射采暖和多处火焰特效,包括好莱坞主题馆的火焰特效表演、侏罗纪主题园区的火炬大门、20余家营业性质的餐厅和后期保障区的多个职工食堂、锅炉房以及近500台热辐射采暖设备。

在环球影城景区的东北侧,能源中心项目正在全力配合园区进行各项末端调试及建设收尾工作。未

来,这里将为环球影城主题公园4平方公里内的建筑及游乐设施提供冷、热、生活热水一次能源及部分电力供应,供能范围主要包括主题公园区、BOH、酒店1A1B、PMC项目区域等。

北京燃气集团能源公司重大项目部相关负责人介绍,能源中心采用先进的供能技术,实现对环球影城园区全年24小时不间断地连续冷热及部分电力负荷需求的供应。目前,能源中心正在稳步推进发电机组设备调试,预计到5月,以天然气为一次能源的发电机组将投入使用,开始发电。

北京燃气集团三分公司挑选骨干精英组建起业务技能精湛的专项服务班组,接到报修任务后,工作时间最短10分钟内赶到现场;非工作时间内最长45分钟赶到现场,及时处置。

(据《北京晚报》)

京城为何出现两个“聚宝源”

作为京城最火的涮肉馆之一,老牌清真餐饮“聚宝源”已历经半个多世纪的沧桑,如今这个老品牌又来到新的十字路口。近来,不少市民发现,聚宝源涮肉馆开进了热闹的商场,但形象和牛街聚宝源老店有明显不同。虽然牛街聚宝源涮肉风靡京城,但商标并不掌握在其经营者手中。今年,商标持有者成立了新的运营团队、开设全新形象的涮肉馆,北京市场上暂时出现了聚宝源“两家并立”的局面。

火了十几年的涮肉馆要改名

在东城区和平里,刚开业3个多月的聚宝源新店,悄然改了名字,招牌上原有的“源”字被“涮肉”二字覆盖。这令奔着聚宝源招牌来的食客感到费解:“以为牛街的聚宝源终于在家门口开分店了,怎么就突然改名,难道是家‘山寨’店?”

不仅是和平里新店,包括牛街总店在内的9家聚宝源涮肉馆都即将更名。聚宝源相关负责人表示,聚宝源商标的持有方是西城区国资委,此前一直以商标授权的方式给团队使用。“前段时间,店里收到了一纸律师函,因为和平里店是去年年底新开的,没有获得商标授权,再使用这个名字就侵权了。”他透露,其他8家直营店的商标授权明年年底到期,到期后会统一更名。

为何聚宝源的商标持有方和经营方不一致?这还要从它的历史说起。聚宝源品牌最早诞生于1937年,起初是一家牛羊肉铺,由一位山东人在京创办。新中国成立后,聚宝源经历了公私合营阶段,改革开放后又

一度易主。1993年,马刚接手了这块招牌,起初依旧主营牛羊肉,2003年,马刚将生意范围进一步扩大为涮肉,并凭借镇店之宝手切羊肉逐渐名满京城。

近两年,商标持有方西城区国资委对聚宝源商标有了新的发展规划,为了让老品牌发展壮大,西城区国资委决定以混改的方式成立新公司,其中70%为国有控股。据内部人士透露,新公司计划一方面开设涮肉馆,另一方面深入社区开设大量牛羊肉店。不过,新的发展思路和马刚团队无法达成一致,便造成了如今的局面——京城同时存在两个“聚宝源”。

新聚宝源餐饮销售并重

带着聚宝源的招牌,刚刚起步的新聚宝源团队已经在朝阳合生汇、悠唐购物中心等地开设了4家店铺,新店形象和牛街聚宝源老店有着明显差异。

走进位于合生汇购物中心6层的聚宝源涮肉馆,时尚新潮的气息扑面而来。店内采用木制桌椅、铜涮锅和砖墙等老北京元素进行装饰,精致的氛围吸引了喜欢追求潮流的年轻人。

“怎么感觉聚宝源变高档了?”聚宝源的忠实粉丝李女士一进店门,就发出这样的感慨。聚宝源新店在保留老北京铜锅涮肉经典菜品的同时,还加入了虾丸鱼丸棒棒糖、福袋摇钱树等创新菜品。目前,这家店用餐人均价位约145元,比牛街聚宝源要高出30元左右。从大众点评里的评价来看,不少食客都把这家店认作是聚宝源老店的“升级版”。

新聚宝源未来将如何发展?据了解,新聚宝源团队计划在京开设30家涮肉馆,相比餐饮门店,社区牛羊肉店才是未来发展的重点。“我们计划开设几百家社区牛羊肉店,让聚宝源回归最初作为肉铺的功能,也会进入大型商超,让更多老百姓吃到全产业链可追溯的放心肉。”新团队负责人透露,首家聚宝源牛羊肉店已在大兴区亮相。

留住顾客才能获得长远发展

新聚宝源的出现,对于牛街老店是否会带来冲击?在牛街聚宝源总店看到,虽然已经过了用餐高峰,但一楼等位区仍排着近50人的长队。进入二楼就餐区,近百米长的用餐区域座无虚席,由于就餐区能容纳上千人,引导员需要举着小旗带客落座。

“刚来北京读大学那会儿,第一次到牛街就是冲着聚宝源来的,光排队就排了两小时,但吃第一口就觉得等再久也值。”在店里用餐的宫先生说。他也感受到,店里的服务升级了。“我们扫码下单后,不到5分钟所有菜品都上齐了,刚才在楼下排队前面有41桌,但总共就等了不到30分钟。”对于未来更名带来的顾客流失风险,牛街聚宝源相关负责人表示:“名字叫什么并不重要,只要品质不变,相信老顾客依旧会来。”

业内人士分析,市场一直在变,老的品牌无论国企还是私企,都需要跟上市场的变化,符合当下人们的消费需求。聚宝源品牌的老团队和新团队谁才能真正留住顾客获得长远发展,还需要食客们投票。

(据《北京日报》)

