



本报讯 母亲节当天，老字号餐饮大师们纷纷亮出绝活，通过母亲节特定款菜品送上祝福。在华天二友居肉饼西直门店内，一个普通的面团经过大师们各种技法的打磨就变成了惟妙惟肖的玫瑰。据店里工作人员介绍，母亲节当天消费满一定金额即可获得面艺玫瑰一朵。

老字号名店又一顺，则是用金瓜茸、香蕉、苹果、樱桃、火龙果等水果，做成了“心”形的金瓜粒，方便儿女们向母亲表达心意。此外，像砂锅居为母亲节推出了乳汁小麻团、峨嵋酒家为节日推出了虾球圣瓜豆黄等菜肴。

老字号名店除了在菜品上精雕细琢，母亲节新菜和优

惠同样不少，母亲节当天到八大春之首同春园饭店消费的母亲们可免费享用椰香红豆糕一份。湘菜明珠鼓楼马凯餐厅给每一位到店消费的母亲免费赠送西米露一碗。主打手工水饺的惠丰饺子楼不仅推出了坚果时蔬拌菜优惠活动，还为每位到店的母亲献上冰糖银耳莲子羹一盅。此外，像曲园酒楼、柳泉居、烤肉宛就在母亲节当天为陪同母亲就餐的儿女推出了八八折优惠的活动；鸿宾楼为陪母亲过节的家庭送出康乃馨。

(据《北京青年报》)

## 北京首支“联合型”外卖骑手文明监督队亮相大兴

本报讯 为深化外卖行业文明创建，构建向上向善向上的行业文化，5月10日，大兴区在成立全市首个“外卖快递行业联盟”一周年、《北京市文明行为促进条例》实施一周年之际，创新突破，注重常态长效，联合重点外卖企业、平台站点、重点商圈、交通民警、街道工作人员、社区志愿者等力量，共同组成“大兴区外卖骑手文明监督员”，成为北京市首支“联合型”外卖骑手文明监督队伍，将进一步凝聚起提升外卖骑手文明素质、倡导社会公德、塑造城市形象的强大合力，为大兴区争创全国文明城区营造良好的社会风尚和社会秩序。

大兴区外卖行业文明引导专项工作以“行业+部门+属地+商圈”多层级统筹推进实施。其中，大兴区委宣传部、大兴区文明办、大兴区商务局负责牵头推动，大兴公安交通支队、各街道、西红门等部门、属地配合协调，美团、饿了么、京东配送等重点外卖企业和鸿坤、荟聚、绿地、清城百联、大悦城、龙湖、凯德等区域重点商圈具体落实。

此次成立的“外卖骑手文明监督队”将分布在全国重点商圈周边和重点路口。监督队将聚焦外卖骑手乱闯红灯、逆行、车辆乱停乱放、乱扔烟头、随地吐痰、乱扔垃圾等行业不文明行为，对于发现的问题及时劝阻、制止。同时外卖

骑手统一佩戴“文明监督员”标识工作证、袖标，加强示范带动作用，引导身边更多同行自觉履行文明行为，抵制配送途中不文明问题。

值得一提的是，商圈负责人作为“大兴外卖骑手文明监督员”中重要组成部分，将加大统筹，加强企业“门前三包”责任制落实，管好商圈内所有商场、超市、市场、门店等经营场所和公共空间，安排专人进行不文明行为的巡视、劝阻，对公共卫生问题及时责令企业整改落实。同时公安交通部门、属地将开展常态化巡查、检查，并与外卖企业、商圈建立信息通报机制，对外卖骑手不文明行为加大处罚曝光。

此外，大兴区文明办将积极推动德法共治，鼓励外卖公司积极发动更多骑手加入到“外卖行业文明监督员”队伍中，不断充实人员力量，并对于表现好的给予一定的激励措施。接下来，还将进一步发掘外卖骑手中典型榜样人物事迹，加强宣传推广，在外卖行业掀起“学榜样见行动”的热潮，让外卖骑手成为大兴创城路上亮丽的“文明风景线”。

(人民网)



再推新模式门店

## 权金城探路中高端烤肉市场

本报讯 老牌烤肉品牌权金城再推新模式门店。近日，权金城首家Plus黑金门店在北京榴莲生活广场正式开业。这也是继“权金城一人烤”门店后又推出的新模式门店，定位中高端市场。

在权金城Plus黑金门店看到，从装修设计、菜品设计等方面，与常规的权金城门店有着一定区别。菜品方面，传统门店的菜品，肉类元素占据主要位置，该门店则在高端食材方面占据一定分量。从价格来看，Plus黑金门店相较于常规权金城门店人均价格高出1倍左右。选址上更是与门店定位相匹配，选择在高档小区附近。

权金城相关负责人表示，权金城棕榈泉Plus黑金店为贴近目标消费人群，在门店模式上进行了全新的模型尝试。之后还会结合行业流行趋势，针对Plus黑金店做更多的创新调整。

实际上，作为老牌烤肉品牌的权金城近年一直在品牌多元化上下功夫。去年12月，权金城推出权金城一人烤模式门店，主打一人烤肉。而如今Plus黑金店的推出，也意味着目前权金城门店包含标准店、一人烤和黑金店三种不同类型的门店。

如今权金城的布局也是希望能够再细分市场获取更大的流量，并且给品牌赋能。百福控股CEO王小龙在开业仪式致辞时也表示，如今餐饮行业品牌化、数字化、年轻化趋势凸显，老品牌唯有创新才能突破。权金城作为北京老牌的烤肉品牌，从品牌形象到组织运营方式都要变革，如今根据不同的客群定位，形成了权金城黑金店、权金城标准店和一人烤门店的门店类型。

在业内人士看来，在有一定品牌知名度和忠实用户的情况下，权金城在门店类型上进行多元布局可行性比较高。另外，不难看出，权金城正在探索更多场景和功能，希望能够匹配和满足不同类型的消费群体的需求与诉求。不过，在品牌功能更加复合的同时，权金城仍要解决品牌老化以及发展缓慢的问题，企业需要围绕不同的细分市场去选择适合的商业模式和定位。

(据《北京商报》)