

加大原材料储备 承诺稳定价格

京城老字号餐饮启动“锁价保供”

本报讯 杨天悦 京城老字号餐饮再次启动“锁价保供”——承诺稳定价格、保证品质；同时加大了米面粮油、肉菜蛋奶等原材料的储备量，以满足市民日常饮食供给和疫情防控应急保障。

熏鱼、红烧肉、狮子头、红烧排骨、黄米红枣窝头……为了防止聚集，这几天，北京华天集团旗下同春园饭店把外卖摊位从屋里搬进院子，热菜、面点、冷荤和包装食品一应俱全。“暂停堂食以后，外卖和外带就成了店里的支柱业务。虽然原材料价格出现一定程度的波动，我们的外卖食品也一直没有涨价，并且保证供应充足。”饭店副经理王鸿庆说道。

位于三里河的同和居月坛店，也成

了疫情期间当地居民的“补给站”。在饭店一层的外卖部，烤馒头、烤花卷、银丝卷、酸奶麻花等主食整齐地码放在货架上，酱猪蹄、酱肘子、熏鱼等易打包的“硬菜”也出现在展卖档口。“最近顾客对烤馒头、烤花卷等主食的需求量明显增加。”店里负责人说，为此，店里特意增加了这些产品的备货量，而且保证疫情期间不涨价。

据悉，最近多家老字号和便民餐馆都加强了外带或外卖服务。同和居、同春园、鼓楼马凯餐厅等经营面积较大的正餐品牌在店铺外设立了便民摊位，售卖主食、半成品等方便外带的食物；香妃烤鸡、华天二友居等快餐店则将服务重心转移到线上外卖，通过减免配送

费、丰富产品种类等方式，为市民提供日常所需。

除了丰富市民的餐桌，部分快餐店还为战疫一线提供着持续的保障支援。香妃烤鸡快餐副经理陶林表示，门店已经总结出一套方法——遇到这种时间紧、数量多的保供任务，会发动附近门店共同承接，备货、制作、打包分头行动，配送环节则由专人规划路线、计算时间。

据北京华天相关负责人介绍，目前同和居、同春园、鼓楼马凯餐厅、惠丰酒家、庆丰包子铺、二友居、护国寺小吃、香妃烤鸡等多个品牌都已加入到本轮疫情防控应急保供工作中，各餐馆都加大了米面粮油、肉菜蛋奶等原材料的储备量。

“爱北京”数字化餐车亮相地铁

本报讯 李佳 随着去年年底北京地铁便利店建设驶入了快车道，便利店进驻地铁站成为北京发展生活服务业的重要一步，也是衡量商业发达程度的重要指标。近日，不少双井地区的上班族注意到，在每个工作日的早间，地铁里会出现一辆提供热餐的早餐车，这也让“一刻钟便民生活圈”变得更加有温度。

日前，从北京市商务局获悉，这是由D+便利店推出的数字化便民早餐项目以及数字化餐车试点项目，在原有便利体系基础上进一步升级产品和服务，为市民乘客提供便捷、优质的刚需服务，助力一刻钟便民生活圈建设。同时还联合了建设银行在全部餐车体系推行多种优惠积分活动，包括数字人民币优惠、乘坐地铁低碳积分优惠、持卡积分优惠。

据了解，今年市商务局着力推动生活服务业企业加快数字化转型升级，D+便利积极响应并经过近半年时间的研发投入，形成了一整套数字化便民早餐项目实施方案，最终于9月底开始正式在双井站E口试点实施。目前，早餐车以传统中式早餐销量（包子豆浆组包、酥饼馅饼等）为主，占比为80%，面包烘焙咖啡类约为20%。据介绍，目前已经形成了大约50%的回购客群消费频次。按照计划，D+将会至少2周更换1次早餐品类，满足消费者多元化需求。同时，下一步，这个数字化餐车项目也有望向其他地铁站推广。

据悉，在北京地铁“大有数字化餐车”项目中，建设银行是数字化餐车合作的唯一一家金融机构，消费者除了在建行生活App上领取数字人民币优惠券，还可以参与信用卡积分的活动，例如700积分可抵扣1元，最高抵扣实付金额的30%（单笔兑换不超过50元），单名客户活动金额补贴最高150元。

作为金融机构，建设银行在参与早餐车项目中遇到过哪些技术难点？据建设银行方面介绍，由于项目

上线时间比较紧，在建设银行各级部门的共同努力下，仅仅用时4天就完成21家商户上线、活动审批、系统测试等环节，最终成功实现项目落地。“便民餐车是落实二十大报告‘解决人民群众急难愁盼问题’的惠民生、暖民心的重要举措，建设银行作为国有银行，还会持续加强与餐车的合作，更好地服务好人民群众，在惠民的同时我们也会加大对餐车经营者个体的支持力度，今年以来建设银行积极落实减费让利政策，为个体商户提供零佣金的收款服务。”

此外，在地铁便利服务业态方面，建设银行方面透露，后续会加强与一轻、物美等已入驻地铁的数十个品牌、百余家门店共同开展消费满减活动，让更多百姓享受到惠民政策。

同时，作为实体经济的重要组成部分，建行高度重视个体户群体，并推出商户云贷产品，“这是专门针对实体餐饮、超市、便利店等街边商铺推出的专项产品，按照他们的经营收单情况给予纯信用贷款。”上述负责人表示。

在地铁双井站E口内可以看到，一辆白色简约风格、写着“爱北京”字样的餐车颇为亮眼。现场3位工作人员正热情地招呼过往的乘客，人们可以在这里选择心仪的早餐。

这辆餐车除了提供多种口味的包子，还有火腿鸡蛋酥饼、面包、三明治、豆浆、小米粥、咖啡等中西式早餐，以及牛奶、矿泉水、饮料、纸巾等，大约20种商品。这辆占地不足一平方米的餐车除了配备WiFi方便顾客移动支付，餐车“肚子里”既有微波炉，还有两个保温柜，包子、粥类可通过数字化程序批量加热，餐车里的保温柜更是可以保证热餐有恒定温度。

据悉，除了中式早餐，随着早餐车在地铁站内铺开，运营方计划在年底推出一系列特色产品，比如

针对健身低碳人群，推出完全植物蛋白不含碳水的面包吐司，以及多种口味的贝果和现制咖啡套餐、网红烤鸡烤肠配餐等。

在现场可以看到，早餐车运营期间，不断有顾客前来选购早餐，从顾客选餐、手机支付到拎包离开，全程仅需十几秒即可完成。据现场工作人员介绍，工作日期间，早餐车从早上7点到10点营业，试运行1个月以来，每天销售近百份早餐。“对于通勤一族来说，很多时候会直接在地铁购买早餐带回公司吃。我们基本上8点到8点半是上班高峰期，也是客流量最多的时候。经常会有五六人排队，我们尽量快速出餐，减少顾客等候时间，因此也吸引了很多回头客。”

在双井乐成中心上班的肖女士就是其中一位，她说自己平时没时间在吃早餐，自从地铁里有了这辆早餐车，她上班路上顺手就能买到热乎的早餐，还会帮同事代购，大家都感觉方便又暖心，“我几乎天天都在餐车上买早餐，包子、面包换着样吃，希望这辆早餐车以后能丰富品类，要是能加上鸡蛋、油条就更完美了。”另一位来这里购买早餐的市民张先生说，他是通过建行生活App上看见有D+便利店餐车的优惠券，这才知道地铁新添了这辆餐车，“从建行生活App上可以抢到满20元减10元的优惠券，这样买1份三明治加咖啡的套餐才花10元，非常实惠。”



世界杯期间北京酒水夜宵外卖涨5成

本报讯 日前，2022年卡塔尔世界杯开赛。饿了么数据显示，开赛前三日，北京地区夜宵时间段的酒水外卖订单已环比增长近5成，水果、零食等订单增幅超过3成，北京球迷的看球热身早已开启。

据悉，2022世界杯期间，饿了么平台将联合哈尔滨啤酒、麦当劳、汉堡王、海底捞等品牌共同推出“观赛套餐”等福利，联合百果园、来伊份、嘉士伯等水果、超市、便利店延长深夜线上营业时长，打造即时零售的“不打烊夜市”，以保证足够的零食、酒水供应。

除了酒水和零食，炸鸡、烧烤、小龙虾甚至火锅等冬日夜宵也迎来爆发式增长。开赛前夕，夜宵时段北京用户下单的奶茶、龙虾、烧烤和咖啡等品类的订单环比增长均超过3成，球迷朋友们已经开始让身体提前储备夜间观赛需要的能量。世界杯期间，平台还将与麦当劳、汉堡王、华莱士、海底捞、久久丫等联合推出5折起观赛套餐，22块麦当劳麦乐鸡仅需22元。

为保障球迷朋友们准时收到餐品，平台目前已实现7×24小时全天候、全场景运力覆盖，球迷朋友可以在任意时间下单。如不想因为取餐耽误观看比赛，消费者可以通过“预点单”提前预定，骑手将在比赛前、后或中场休息期间送达。

（据《北京日报》）

大鸭梨跑出精细化餐饮服务“加速度”

本报讯 李金红 郭倩 王奇 在提升传统餐饮业数字化水平的路上，美团正不遗余力地帮助众多传统餐饮商户拥抱互联网，用数字化营销触达顾客，提升品牌实力。在“企业创新难点与政策精准激励”智库研讨会上，美团新餐饮研究院院长白秀峰分享了美团数字化助力餐饮行业的具体实践。

白秀峰表示，疫情给餐饮行业线下扩张按下了“减速键”，同时为积极拥抱数字化转型的餐饮企业按下了“加速键”。商户的线上、外卖规模越来越大，成为非常重要的交易场，不单单是堂食的补充。在线上化进程不断加速的背景下，餐饮行业已进入堂食外卖并重的“双主场”时代。

美团对餐饮行业数字化付诸哪些行动？白秀峰介绍，美团主要为商家提供了6项数字化服务，包括营销、配送、经营、金融服务、供应链服务和IT服务。提到数字化对餐饮行业的具体价值，白秀峰认为，一是提效，二是卖货。白秀峰说：“近年来我们搞小程序也好，搞小商城也好，都是为了卖货，更大价值是商业模式的重构。”

大鸭梨是创立于1997年的传统北京正餐品牌，至今已经有70多家社区堂食大店。难能可贵的是大鸭梨不是被动拥抱线上，早在2018年就开始注重线上市场的经营。他们通过把线上线下两个市场的人群细分，需求细分而精细化的提供产品不同、品质相同的外卖到家服务，既满足两个市场的人群需求，又能实现线上线下相互拉动。这种基于外卖平台，通过数字化、精细化的运营带来的效果是非常明显的，由于线上订单能达到30%左右，大大对冲了线下堂食流量的减少，依然能够实现收入和利润的预期增长。

线上线下一体化是未来餐饮行业发展的源泉，并将逐步改变餐饮产业成本结构、创新结构甚至重塑整个行业。