

咖啡店:看起来美,做起来难

■ 董禹含

伴随韩剧红极一时的韩系咖啡店竟在国内迎来倒闭浪潮。国内咖啡市场高速增长,咖啡厅成为越来越重要的生活场景,但相比于日韩、欧美等国,国内咖啡市场人均销量依旧较低,对于大多数普通消费者来说,30 几元一杯的饮品依旧不是高频消费。不仅是韩系店,国内很多本土小众咖啡厅的日子也不好过。此外,全家、7-11、罗森等便利店也开始卖现磨咖啡,强势抢夺咖啡店的生意。

从年开百店到人去楼空

让很多追求情调的城市白领始料未及的是,曾经红极一时的韩系咖啡厅已经悄然在中国全线溃败。咖啡陪你 2012 年进入中国市场,三年时间里开了超 600 家门店,被称为“韩系第一连锁咖啡”,曾喊出“门店破千、计划登陆新三板”“赶超星巴克”的口号。与其相近的还有豪丽斯(Hollys Coffee)、漫咖啡、Zoo Coffee、MangoSix、途尚咖啡等品牌,近几年疯狂地在中国扩张。

而如今,豪丽斯被供应商追债,Zoo Coffee 已经被中资完全接管,忙于“去韩化”,咖啡陪你位于北京东四环凯泰大厦的总部已经人去楼空……

过度追求扩张速度被认为是韩系咖啡厅倒闭潮的最重要原因。中国的咖啡市场增长迅速,2016 年中国咖啡消费市场规模达到 700 亿元,并正在以每年 15% 的速度增长,但每人每年消费量为 20 杯,相比于韩国的 140 杯还比较有限,而且速溶咖啡仍占据着咖啡市场的主导地位。

甘肃放宽社会办中医准入门槛

近日,甘肃省卫生计生委印发《甘肃省社会办中医试点工作方案》,提出要适当放宽社会办中医医疗机构准入门槛,减少社会办中医医疗机构运行审批限制,优先将符合条件的社会办中医医疗机构纳入城镇职工和城乡居民医保定点范围,执行与公立医疗机构同等政策。

《方案》提出,全省中心城区和各县(市、区)对举办只提供传统中医药服务的中医门诊部 and 中医诊所,不作布局限制,取消具体数量和地点限制,同等条件下优先审批。各地可以探索将申请举办只提供传统中医药服务的中医诊所的中医类别执业医师,在医疗、预防、保健机构中执业年限要求由满 5 年调整为满 3 年。允许离退休名老中医在公立医院注册执业的同时,开办只提供传统中医药服务的中医诊所。允许取得《乡村医生执业证书》的中医药一技之长人员,在乡镇和村开办只提供经考核合格的传统中医诊疗服务的中医一技之长诊所,或在乡镇和村设置的中医门诊部和中医诊所执业。

《方案》明确,通过政府购买服务方式,支持符合条件的社会办中医医疗机构承接当地公共卫生、基本医疗服务以及政府下达的相关任务。将符合条件的社会办中医医疗机构纳入急救网络,执行政府下达的指令性任务,优先配备使用基本药物,并按与公立中医医疗机构同等待遇获得政府补偿。鼓励社会力量优先举办妇科、儿科、骨伤、肛肠等非营利性中医专科医疗机构,发展中医特色的康复医院、护理院,支持提供中医特色的老年病等服务。同时,各地要加强财政资金支持,将提供基本医疗卫生服务的社会办非营利性中医医疗机构纳入政府补偿范围。鼓励各市(州)、县(市、区)探索以公建民营或民办公助等多种方式,建立区域性检验检查中心,面向所有医疗机构开放。

(方剑平 王耀)



感悟非遗：西亭脆饼香飘百年

烤脆饼的炉子是用宜兴的紫泥加黄泥制作而成,一炉可以贴 180 个脆饼。“西亭脆饼十八层,层层分明能照人,上风吃来下风闻,香甜酥脆爱煞人。”在江苏南通通州区千年古镇西亭流传的民谣,唱的就是这里出产的西亭脆饼。

西亭脆饼始于清朝光绪年间,历经百年而不衰。老字号纯手工制作,是西亭脆饼的一大特色。西亭脆饼采用专供的精白面粉、优质白砂糖、纯白芝麻为主要原料,从和面到出炉,经过配料、制馅、包酥、压皮、上麻、烘烤等 28 道工艺流程,坚持原汁原味的手工制作。饼胚贴上黄泥炉壁后,经优质无烟煤炭微火烘烤一个小时候左右才出炉,脆饼色泽金黄,香甜酥脆,虽不足两公分厚,但是竟有十八层。

近年来,西亭脆饼厂在原有传统特色的基础上不断创新,开发了椒盐、含硒、低糖和玉米、高粱、荞麦杂粮脆饼等二十多个品种的脆饼,并先后荣获首届中国食品博览会金奖、江苏名牌、江苏省著名商标等称号。2009 年 6 月,西亭脆饼制作技艺被认定为江苏省级非物质文化遗产。

(许丛军)



●加盟商在咖啡陪你店铺前抗议。 图片来自:咖门

相比之下,1999 年进入中国的星巴克,前十年里一直保持着每年新开 30 家至 50 家门店的节奏。

高估市场下的激进扩张,加上加盟门槛低、不能做到标准化管理,韩系咖啡厅走向了没落。

小众咖啡店只赚情怀难赚钱

随着咖啡文化的兴起,在北京等大城市咖啡厅越来越多,不仅是星巴克等大型连锁品牌,独立品牌、小众咖啡厅也如雨后春笋般出现。但同时,激烈的竞争之下,咖啡厅倒闭也成了常态,店铺更迭速度很快。

数据显示,2016 年初,中国的咖啡厅数量突破 10 万家,但到年底为约 9 万家,跟其他

餐饮品类相比跌幅较高;在北京,一年里有两成的咖啡店关门。咖啡市场基础整体薄弱,依旧处于“僧多粥少”的状态;而且现磨饮品的咖啡厅对于大多数消费者来说价格较高,依旧算是小众消费。

一位在北京经营着两间咖啡厅的个体创业者告诉记者,因为房租等费用的压力,独立品牌咖啡厅不能像连锁品牌一样开在商场或写字楼里,翻牌率也较低,自家咖啡店每日的流水金额同星巴克一间门店相比相去甚远。“开一间咖啡厅并不如看起来那么美好,生存压力很大。只强调小资、文艺、情怀不行,要想办法保证客流量,很多店还没等到开始赚钱就倒了。”

目前,咖啡巨头星巴克还是保持强势,已在

中国开设了超过 2100 家店,中国市场已成为星巴克仅次于美国的第二大市场。日前,星巴克斥资 13 亿美元,收购其与统一在华东的合资公司上海统一星巴克有限公司剩余 50% 的股份,这也是星巴克有史以来金额最大的一笔特许经营交易。“全面直营中国大陆市场所有门店,推动在华长期发展规划。”星巴克表示。

便利店侵蚀咖啡店“蛋糕”

“7-COFFEE 第二杯半价”,国贸附近一家 7-11 便利店近日门口亮起了圆形红色的广告灯,开始卖起了现磨咖啡,优惠促销活动吸引周围的上班族纷纷尝鲜。从价格上看,比一般的咖啡厅便宜很多,一杯大杯美式咖啡 8 元、大杯拿铁 10 元,是星巴克价格的约 1/3。

此前,全家也已经推出店内现磨咖啡品牌湃客咖啡,2016 年全家卖出约 1000 万杯咖啡,部分门店一天能卖出 300 杯。日前,全家便利店第四代店型首家门店在上海开业,便利店内开辟出 40 多平方米的咖啡休闲区域,有面向透明玻璃落地窗的长条吧台,还有两张四人长桌和 1 张十人长桌,装修也很讲究。

业内人士表示,便利店卖咖啡,不仅能增加对年轻用户的黏性,还能和新鲜食品一样带动门店业绩;而且,相比于普通咖啡厅,很多便利店 24 小时营业、全年无休。

事实上,面对激烈竞争,很多咖啡店也不再只卖咖啡,开始同简餐相结合。比如,星巴克开始重点发力食品业务,去年 7 月,星巴克在 12 个省份推出了从早午餐到甜品的 38 款餐品,以增加星巴克门店内食品产品的比例;在北京,很受追捧的 Wagas、the Woods 等咖啡店均是餐食和饮品相结合模式。

外卖配送规范实施网络“送餐”进入标准化时代



■ 王丰 曹伟铭 邵琨

近年来,外卖配送服务市场迅猛发展,但也暴露出送餐超时、餐品不完整、卫生安全状况差、外卖人员水平参差不齐等问题,行业亟须规范。而从 9 月 1 日起,由中国贸促会商业行业分会等单位发布的《外卖配送服务规范》(以下简称《规范》)团体标准正式实施,这意味着网络“送餐”开始进入标准化时代。

《规范》内容被广泛认可多数企业有自家标准

“《规范》的很多内容都是针对目前行业痛点推出的,对我们很有参考意义。”美团外卖华南区域负责人陈雪告诉记者,目前外卖配送服务仍处于“野蛮生长”阶段,各企业面临的行业痛点是一样的,行业目前最需要的就是统一的规范标准。

据了解,《规范》首次对外卖配送的服务机构要求、服务人员、服务流程、异常情况处理、服务质量控制和服务质量改进等方面内容进行了规定。比如,外卖配送机构应具备企业法人资质;配送人员须年满 18 周岁,且应对配送人员进行身份审核;配送员应轻声敲门,若无人响应,应电话或短信联系消费者;配送员不应进入消费者家中、收取小费或有其他不文明举止等。

河南国厚律师事务所律师焦敏表示,《规范》填补了外卖服务行业的一大空白,有利于引导外卖配送市场向着规范有序的方向发展,推动外卖行业健康化发展和良性竞争。

据记者了解,《规范》内容受到业内广泛

认可,由于这一规范并非国家标准,因此很多企业尚未采取明确的实施措施。

“这个规范是一个团体标准,并不是国家强制性标准,而且我们不久前也刚刚发布了一个自己的外卖标准。”陈雪说。

“饿了么”公关部的一位负责人也表示,“饿了么”自身有一套成熟的企业配送标准,目前该标准已更新至第四版,内容包括持健康证上岗、着装、员工培训管理等基础规范,以及出发准备、配送途中、在客户处的行为规范等细则。

“我们的配送标准跟这次出台的《规范》大体一致。”这位负责人介绍,会参考《规范》内容,将自己公司的标准不断完善和优化。

开出初步“药方”部分条款仍需完善

据业内人士介绍,目前大部分外卖商家都有一套自己的规章制度,但一家一套标准,千差万别,不仅不利于外卖行业的长远发展,也可能给消费者带来困扰。而此次《规范》作为一个团体标准,率先针对这些行业痛点和消费者关心的问题进行规范和指导,虽不具备强制力,但对引导行业持久健康发展具有非常积极的意义。

但另一方面,外卖配送现实过程中存在诸多不确定因素,《规范》只是针对当前外卖配送行业的诸多问题开出了初步的“药方”,许多方面的条款内容还比较模糊,需完善细化。

黄伟国是一家私营小超市的老板,借助电商平台开通了外卖配送业务,平时主要配送一些小商品和水果等生鲜食品。

“配送员都是我自己雇的,加上我自己一共才有 5 名员工,忙的时候我还自己去配送。”黄伟国告诉记者,对于《规范》中要求的“外卖配送机构应具备企业法人资质,有固定办公场所和规模化的配送队伍”,他认为一些规模较小的商家往往很难达到,如果一定要要求有规模化的配送队伍,势必会增加销售成本。

广西南宁市市民李婷告诉记者,现在叫外卖已成为生活中不可缺少的一部分。“有时天气炎热,看到配送员挺辛苦,给他们端杯水或多给几块钱也心甘情愿,《规范》可以要求禁止配送员收取小费,但也可考虑对消费者自愿给小费的情况作出相应规定。”李婷说。

北京市同创律师事务所合伙人王殿明律师表示,从《规范》的具体内容看,显然是针对行业运行和经营中的问题制定了有针对性的条款。如规定商家必须在十分钟内接单,实际就是一些主要外卖平台的现行做法。而规定送餐员不得进入客户家内,也是针对曾经出现的安全事故和纠纷采取的防范措施。

但有些规定如何掌握,显然还需进一步说明。“比如送餐员不能收小费。目前,主要平台上都有给送餐员打赏的功能,金额从 1.1 元起不等,有的平台甚至上不封顶。这算不算小费呢?”王殿明说。

初期依赖共同遵守未来期待更高标准

中物联电商物流和快递分会秘书长万莹介绍,我国的标准可粗略分为团体标准、地方标准、行业标准、国家标准四个层面。社会团体可在没有国家标准、行业标准和地方标准的情况下制定团体标准,快速响应创新和市场对标准的需求,填补现有标准空白。

有专家表示,作为一项团体标准,《规范》能起一个标准引领作用,引起大家对这个问题的关注,也能建立和促动行业内部的自律。但《规范》并无强制性,要更好地实施,必须依靠商家、外卖服务公司和消费者等共同遵守。

据了解,此前百度外卖参与了《规范》的起草。百度外卖近日已被“饿了么”外卖配送平台收购,作为拥有自家标准的“饿了么”,能否完全遵照《规范》的内容,也值得关注。

另外,目前行业内存在大量外卖服务企业,《规范》的内容能否被各平台积极遵守,也是此次《规范》开始实施后相关各方关注的又一个重点。

有业内人士表示,这次《规范》实施后,从某种意义上对配送企业和消费者都是一次引导,消费者会对照《规范》来选择配送服务企业,而难以“达标”的配送企业则可能面临市场淘汰的压力。

快递物流资讯网首席顾问徐勇表示,随着外卖行业的进一步发展,外卖配送服务行业亟须更具普遍约束力和强制力的行业标准或国家标准,为整个行业树立起统一的标准。

“此次《规范》实施后,如果经过实践检验,确实比较科学,而且有一定可操作性,不排除这种标准经过不断地完善和国家的认可后,最终形成行业标准甚至成为国家标准。”徐勇说。

新闻简讯

北京:两千食药安全社区监测点开通

记者日前自北京市食药监局了解到,该市已开通了约 2000 个“食品药品安全社区监测点”,市民可自带食品、药品在此获得免费快速检测。

据北京市食药监局方面介绍,除了食药执法部门的快速抽检,市民如果对自己购买的食物、药品有疑虑的,可以到社区的“食品药品安全社区监测点”进行免费快检。目前,全市这样的社区监测点大约有 2000 个。在布局上,这些社区监测点主要是选择了周边社区较多,以及人流较大的地方,包括繁华商业区、旅游景点、交通枢纽等,以方便服务更多的人群。

此外,大型商场超市以及未设立企业自检室的食品集中交易市场,也是“食品药品安全社区监测点”的重要选点区域。目前,该市部分商超已经在指定日期开放检测室,为市民提供免费食药的快速检测。

“为了进一步拓宽‘你点我检’平台抽检范围,提升百姓参与度,东城区食药监局在原有抽检 33 家商超和农贸市场的基础上又引入了 200 余家便利店,将 14 种检测项目扩充到 20 余种。”东城区食药监局副局长冯典说。东城区食药监局从粉丝提交的检验要求申请中,已经为来自该区 17 个街道的 170 种食品进行了“体检”。

(赵鹏)

食品企业召回不合格淀粉 582 袋

根据国家食品药品监督管理总局发布的《关于 5 批次食品不合格情况的通告》(2017 年第 147 号),标称珠海市金迪潮食品有限公司分装的澄面(小麦淀粉)二氧化硫、霉菌项目不合格。近日,该企业依法召回不合格食品 582 袋,并对召回的全部产品做无害化处理。

据国家食药监总局通报,标称珠海市金迪潮食品有限公司分装的澄面(小麦淀粉)(商标:舒可曼,规格型号:250 克/袋,生产日期:2017-03-25)二氧化硫、霉菌项目不合格。2017 年 6 月 20 日,珠海市食品药品监督管理局执法人员向珠海市金迪潮食品有限公司送达了不合格报告,并对该企业进行现场检查。执法人员当场督促该企业采取封存库存、暂停生产销售、召回不合格食品等措施。调查发现,该企业共生产上述批次澄面(小麦淀粉)250 箱(规格为 250g/袋×40 袋/箱),已经全部销售完毕。

该企业依法主动暂停生产销售、召回不合格食品,共召回上述不合格食品 582 袋,并对召回的全部产品做了无害化处理。目前,珠海市食品药品监督管理局对珠海市金迪潮食品有限公司进行了立案调查。

(赵冬芹)

私房月饼热卖倒逼监管上线

中秋节快到了,月饼新入销售高峰。记者发现,除实体店的传统月饼热卖外,朋友圈里私房个性化月饼也卖得火热。

私房月饼主要来自家庭作坊和小食品厂,大多没有生产许可证编号、产品标准号、食品添加剂、厂址等信息。这些“三无月饼”,一旦遇到质量问题,商家因逃离了常态化的市场监管,导致消费者维权困难。

私房月饼网上热卖倒逼监管上线。首先,应建立网络食品经营行为的准入和监管机制,在法律的架构下对网上销售模式进行规范管理;其次,提高消费者的自我保护能力,向消费者传授网购技巧及有关注意事项,降低网购风险。特别是要建立健全处罚制度,一旦发现过期或者假冒伪劣食品,予以严厉惩处。

(付建)

13 家单位入选第一批健康旅游示范基地名单

一边旅游,一边疗养,在快乐中实现健康。国家卫生计生委会同国家发展改革委、财政部、国家旅游局、国家中医药局于 13 日在北京召开会议,全面启动第一批健康旅游示范基地建设工作。

天津健康产业园、河北秦皇岛市北戴河区、广西桂林市、海南三亚市、贵州遵义市桃花江等 13 家单位被列入第一批健康旅游示范基地名单。

“健康旅游是健康服务和旅游融合发展的新业态,既是民生项目,也是新经济。”国家卫生计生委副主任王培安说,健康旅游是面向健康人群、亚健康人群、患病人群等全人群,提供预防保健、疾病治疗、康复治疗、休闲养生、健康促进等一体化、全方位服务,实现游客在快乐的旅游中增进健康的新型服务模式。

但王培安同时指出,总体上我国健康旅游业的发展尚处于起步阶段,产品单一,完整的产业链尚未形成,也缺乏成熟的模式和经验,一定程度存在区域同质化竞争和低水平重复建设问题。此外,民营医院整体竞争力还不强,普遍缺乏高素质医学人才、复合型人才和管理人才,相关法律法规尚不完善,缺乏有效监管,难以适应国内日益增长的健康旅游需求,需要各地进一步创新发展思路和模式。

(刘宏宇 王宾)