

半份菜小包装 北京餐饮业“光盘”总动员

8月12日,北京商报记者了解到,北京市多家餐饮行业协会发出倡议,再次发起“光盘行动”,与此同时海底捞、便宜坊等餐饮企业,罗森便利店等零售企业,美团、阿里均推出相应举措响应“光盘行动”。自2012年首次提出“光盘行动”已过去八年,这期间餐饮行业也多次作出业务调整,例如推出单人套餐和半份菜等其实都是为了避免浪费,但在餐饮业人看来,餐厅及外卖平台应该承担起相应的责任,在消费体验和推广“光盘行动”之间寻求平衡。

行业协会接连倡议

8月12日,北京烹饪协会联合北京餐饮业发布关于“坚决制止餐饮浪费行为”的倡议书,呼吁北京餐饮企业深入实施“光盘行动”,结合疫情以来餐饮业的发展趋势,将制止餐饮浪费行为作为餐饮业常态化工作任务;餐饮服务单位要将制止餐饮浪费纳入到餐饮生产、加工、服务的全过程,落实垃圾分类;及时提示消费者根据用餐人数合理点菜、适度消费、避免浪费;提醒消费者“剩菜剩饭打包”等。

随后北京市丰台区餐饮住宿服务行业协会也发布了关于“坚决制止餐饮浪费行为”倡议书,其中呼吁在餐厅摆放“节约食物、杜绝浪费”“适量点餐,剩饭打包”等提示牌、视频、横幅、宣传标语或宣传画,引导广大消费者树立科学饮食新理念,引导青少年消费者养成崇尚节约、厉行节约的良好习惯。

除了北京餐饮行业外,国内多地餐饮行



业协会也相继发出倡议,倡导餐饮业注重节俭,通过餐厅运营调整及加大宣传推广力度等方式有效减少餐饮浪费。

餐企便利店推出小份菜

海底捞相关负责人在接受北京商报记者采访时表示,海底捞已经在门店推行了有关落实“光盘行动”的举措“海底捞门店菜品设有半份菜,价钱和分量都是整份的一半,这样既能满足顾客对菜品多样化的需求,也能避

免浪费;在门店电子屏等位置投放倡导节约及“光盘行动”的宣传海报;海底捞也会在门店倡导顾客适量点餐,同时服务员也会主动提醒顾客适量点餐,避免浪费。”该负责人说。

老字号餐饮企业北京华天集团旗下的不少餐馆都推出了小份菜;全聚德还推出一人食烤鸭套餐;眉州东坡酒楼也正在梳理平时消费者最喜欢的菜品,近期将在各门店推出半份半价菜。

作为比较容易产生浪费的自助餐品牌代表,比格披萨创始人赵志强表示,根据国家倡

议文明消费,节约用餐,比格披萨也在研究品牌在这方面的宣传。在此之前,比格披萨一直倡导宣传少量勤拿,避免铺张浪费。实际上,自助餐这种形式本身比较能避免浪费,消费者可以根据自己的喜好和实际情况来衡量。

除了餐饮企业外,便利店企业也开始行动起来。8月12日,北京商报记者在走访过程中看到,罗森便利店已经在门店贴出了“文明餐桌 光盘行动”的宣传海报。便利蜂相关负责人告诉记者,便利蜂已推出“一人食”小份餐品。此外,便利蜂在自主研发的商品方面,也都设计成二三百克的小包装或者独立分装进行售卖,可以多次食用,避免浪费。

外卖平台引导减少浪费

除了餐饮企业本身,作为目前餐饮行业内不容忽视的一部分,外卖平台也是减少餐饮浪费的主要阵地。近两年,随着餐饮业外卖业务的普及,越来越多的餐饮企业开始通过外卖数据调整产品分量及使用的包装。

美团点评相关负责人在接受北京商报记者采访时表示,美团积极推动餐品信息标准化,美团平台上的合作商家也通过积极实践、创新参与到“食物保卫战”中。有的商户会通过优化菜单为消费者提供更清晰的信息和更多样的选择,辅助消费者作出最准确的决定。

和合谷负责人称:“对于外卖顾客,在经营过程中经历了不断的观察、记录和调整,最终我们选取一个相对合适的份量;而对于堂食顾客,我们首先少打一些米饭,但为顾客提

供免费自助打饭的服务。”

上述负责人表示,此外,也会有商户通过实质性的优惠或奖励措施,给消费者的光盘行动提供额外激励。比如便宜坊集团已连续十多年开展“节俭有奖日”活动,每周日在便宜坊品牌店面中推出“吃尽盘中餐,九折把您奖”活动,只要客人将餐桌上的食品吃净,即可享受9折优惠。服务员也会在点单的时候根据客人人数及服务经验,推荐适当的搭配组合,并告知顾客有奖活动。

外卖平台推行的一系列减少浪费的举措也获得了一定的成果。饿了么相关负责人告诉北京商报记者,今年以来,已有近60万餐厅响应饿了么号召,主动推出“半份菜”“半份饭”。8月5日-7日,饿了么与星展银行合作,推出“半份计划”,商家将在自己页面上架“公益半份”参与公益行为,以一碗米饭2元为例,消费者将花1元购买“公益半份”参与公益行为,由合作企业进行捐赠。该活动所得为贫困儿童送出了约3万份营养餐。

北京工商大学经济研究所所长洪涛表示,疫情后在餐饮消费方面也出现了变化,消费者更注重安全、健康以及智能这些消费热点,另外,小份菜的盛行、公筷使用、分餐制、光盘行动也促进了消费的升级。这种变化实际上也是疫情的积极影响。这种积极的影响对餐饮业由数量向质量的发展是非常有必要的。实际上,从最初的吃不饱、吃得饱、吃得好到吃得健康、吃得营养以及吃得幸福这些阶段的变化,反过来就是促进餐饮的转型和升级。

北京商报记者 郭诗卉 郭缤璐

京东五星电器诞生 磨合期能否成为蜜月期

在京东全资收购五星电器后,8月12日,京东五星电器集团有限公司(以下简称“京东五星电器”)正式成立。作为京东线下家电版图中的排头兵,五星电器不仅需要尽快与京东体系融合与打通,还要在五年内实现全国扩张数千门店的计划。

当日,京东集团高级副总裁、京东零售集团3C家电零售事业群总裁闫小兵提出了京东五星电器进军全国的目标和时间节点——20家5万平方米以上京东电器超级体验店、300家京东电器城市旗舰店以及5000家万镇通乡镇店,时间期限为五年。

在采访中,关于京东在重庆落地的首个京东电器超级体验店,闫小兵透露,在四五月,超级体验店的销售是上升的,不仅如此,

关店期间仍在产生销量;“因此我们对这个门店的期望很高,希望京东五星电器能将这个模型尽快打磨出来”。

京东五星电器正试图以更快的速度占领市场。今年6月,其与步步高商业达成了代运营合作,并接管了步步高在湖南、广西两省的家电零售业务。

京东五星电器总裁潘一清表示,京东五星电器将通过自营、合资经营、合伙经营的开店方式实现全国城市市场的布局。例如合资经营模式,将与区域连锁企业成立合资公司;而合伙经营则是采取步步高模式,共同负责区域门店开发和业务拓展。

如今的京东五星电器承载着京东线下家电布局的任务,这意味着五星电器团队不仅

需要尽快从曾经的线下销售思维和体系中走出,还得打磨线上线下融合的门店模型,并在五年内实现较快复制。

潘一清在采访中坦言,对于线下实体企业来说,由于已经以传统模式经营多年,和京东现有的模式存在一定差异,因此无论是观念还是底层数据,包括采购、会员制度等实现较快对接,还面临很大的挑战,可能会花费3个月或者半年时间来共建一个体系。

资料显示,2017年起,京东与五星电器就已经展开合作,并探索开出20多家线上线下融合的五星电器无界零售体验店。北京商报记者从南京新街口的京东五星电器无界零售超级体验店了解到,该店品类包括手机数码、小家电等。

据现场一位销售员介绍,由于当前线下

正在做促销活动,因此比在京东线上购买要划算一些。如果购买大家电,将由五星电器的物流进行配送。不过,她提及,就算不受疫情影响,随着人们越来越倾向于线上购物,五星电器门店的客流也存在下降的趋势。

而在五星电器位于南京珠江路的旗舰店,北京商报记者发现,当前门店仅有一层正在售卖手机。而京东电脑数码、电子产品维修业务则是在门店内单独开辟出区域。一位销售员表示,由于门店调整,在几年前大家电等商品已经被撤走,若是需要购买这类产品,推荐前往无界零售旗舰店。

尽管无从知晓五星电器的现有门店是否均作出类似的调整,但能明显看出,若是要求五星电器现有门店实现与京东体系的对接,

进行数字化改造,还无法做到一蹴而就。对于五星电器向京东的融合规划,潘一清表示,将进行文化接轨、供应链打通、流量互补、服务标准一致以及会员权益共享。

而在闫小兵眼中,京东五星电器所面临的挑战已经与往日有所区别:要在五年内实现全国所有城市市场的覆盖,对五星电器的要求是很高的,因此在资金、人力、物流和供应链资源上,京东将对其进行支持和开放,所以五星电器在门店扩张上已经和往日不同。”

数据显示,五星电器在江苏、浙江和安徽等8省拥有各类门店超过1000家,其中自营门店300家,坪效达到2万元/平方米。2020年4-7月,门店单店销售实现同比增长,数字渠道销售占比已达到40%。北京商报记者 赵述评 何倩

广告

首都市民卫生健康公约

合理膳食 文明用餐 科学健身 控烟限酒 心理平衡
规律作息 讲究卫生 知礼守礼 注重预防 保护环境

健康北京行动推进委员会办公室 | 中共北京市委宣传部 | 北京市卫生健康委