

现做咖啡还能安心喝吗? 我们为您打探了一番

持续至今的疫情牵挂着人们的心，除了安全受到影响，多个行业也不同程度被波及，特别是餐饮业。据恒大研究院估算，今年春节期间，全国餐饮零售企业损失可能达5000亿元。咖啡业同样受到冲击，记者走访发现，独立咖啡馆多暂停营业，开张日期不定；实力雄厚的连锁咖啡品牌仅保留部分门店营业或缩短营业时间；以往营造“第三空间”的咖啡门店在落实公共场所卫生防疫措施的同时，也转向线上渠道来唤醒消费。对此，复工后的地产从业人员杨囍表示，“不能接受速溶咖啡，也不能进店喝咖啡，咖啡外送拯救了我。”其实除了外送，无人咖啡机凭借安全便利的优势也让更多人喝上了咖啡。

■新快报记者 陈思陶



■廖木兴/图

测温进店，消毒工作加密

记者走访发现，目前广州多家咖啡门店都表示会定时消毒防疫，工作人员也一律佩戴口罩，还要求进入门店点餐或取餐的顾客必须佩戴口罩；一些门店还配备了额温检测枪，顾客在进入门店前要接受体温监测。

对抗疫防控，国民咖啡品牌瑞幸在1月21日第一时间响应。在体育中心的瑞幸咖啡门店，记者看到有数位顾客戴口罩排队等候自提饮品，并默契地相互间隔一臂以上距

离。工作人员佩戴口罩进行操作，制作饮品前洗手消毒，并高频次对饮品台设备消毒。

位于天河城的太平洋咖啡门店的工作人员也戴上口罩、帽子，记者还看到包装袋上的食品安心卡写明了制作人、出餐人的姓名、体温，让顾客食用更放心。

国金大厦的COSTA工作人员表示，接触餐品前或接触顾客后，都会按要求用酒精泡沫洗手消毒。在吧台前另设桌子放置湿巾、纸巾和

糖供顾客取用，减少顾客和员工接触。

位于高德置地广场的星巴克门店工作人员向记者介绍，门店要求员工测体温上岗，针对公共区域及设施每小时消毒一次，包括饮品出品台、桌椅、门把手、卫生间等。

记者在高德置地广场的麦当劳购买麦咖啡，在全家便利店购买湃客咖啡时，工作人员都表示，顾客、外卖员进门店点餐、取餐都要测体温。

暂停堂食，外送大显身手

新快报记者还注意到，各家咖啡店在门口、橱窗等显眼位置都贴有公告，强调戴口罩，写明“暂停堂食”。咖啡店虽不能堂食，但顾客消费咖啡的需求仍在，多家门店转移至线上获客，提供外送服务。

外送业务风生水起的瑞幸在这个特殊时期的渠道优势凸显。记者看到，瑞幸门店中下载其APP的二维码随处可见，工作人员介绍，顾客通常在APP上下单，可选择到店自

提或外卖服务；也可以在美团或饿了么上下单。为保障外送服务品质，瑞幸与顺丰合作进行配送。同时，瑞幸也引导用户进行无接触配送，并及时为外卖箱进行消毒。

太平洋咖啡和COSTA一方面推出微信小程序，扫码注册即可下单；另一方面也在美团或饿了么上开通了下单渠道，并提供食品安心卡。

全家湃客咖啡可以线下购买，也能通过外卖平台下单。但工作人员建

议自提咖啡，因为外卖平台跑腿费可能贵过咖啡。

走访咖啡门店，记者发现外卖配送员不时进出，比自提顾客更多。在珠江新城一带的配送外卖员介绍，蔬果、餐品或饮品等不同类型的订单是由不同小组配送的，公司有优先配送咖啡的小组。

特殊时期，门店的经营不得不暂停或放缓，但通过线上线下与外送服务，继续营业的咖啡店也将在疫情结束后更具存在感。

安全新鲜，无人咖啡或爆发

不能堂食，咖啡外送满足了不少咖啡爱好者，但品质仍受影响。多家门店工作人员表示，产品原料由公司提供，目前供应充足，能保证接单后8分钟—10分钟出餐；但外卖配送员人手有限，可能放置十多分钟才能取餐，如果配送距离远，也会影响咖啡和餐品的口感。

特殊情况下，咖啡安全与品质的兼顾也有了新解答，如瑞幸无人咖啡机“瑞即购”就能提供安全、新鲜的热咖啡。据悉，“瑞即购”整体机器为全封闭设计，用APP下单，饮品的制作、落杯、压盖全自动完成，无人工参

与、无接触的流程保证了咖啡制作的安全卫生。

记者了解到，2月12日，瑞幸无人咖啡机“瑞即购”已在武汉六七二医院投入使用，喝上免费热咖啡的医生表示“很暖心”，瑞幸还进一步开通了全国医院免费申领热线。

无人咖啡机让顾客能随时随地喝到新鲜现做的咖啡，满足了特殊形势下无接触的安全卫生标准，还能免除工作人员对店面卫生、员工个人卫生及顾客卫生的管理负担，成为了到店消费、外送消费外的新选择。



■瑞幸无人咖啡机：瑞即购

行业

消费者一边馋周黑鸭 一边搜索“还能吃吗”

新快报讯 近日，方舱医院医护人员的防护服因写着“周黑鸭”“热干面”等代号，引起网友“想吃周黑鸭”的讨论。受疫情影响，位于风暴中心的周黑鸭的食安问题也备受关注，搜索“湖北周黑鸭”关键字，自动提示搜索“还能吃吗”。

对此，周黑鸭在公告中表示，所有产品为100%的包装产品，降低了运输和售卖过程中的污染风险，并调动公司华北及华南生产中心的产能，进行生产运营上的调配。

虽然周黑鸭生产活动受影响有限，但销售端却大面积停业。周黑鸭公告显示，全国共有约1000间门店暂时停业，恢复时间尚不明确。此次疫情较为集中的湖北地区是周黑鸭核心业务区域，截至2019年6月底，周黑鸭全国自营门店数量为1255家，其中华中地区门店有560家，贡献的营业收入占集团总收入的60%。周黑鸭来自于电商和外卖渠道的销售额为10%左右。线下千家门店暂停营业，但人力、租金、折旧等成本仍在，加之整体消费环境有待提升，绝味、煌上煌等同行业竞争，周黑鸭的经营也将面临“大考”。
(陈思陶)

汇源遭港交所除牌 国民饮料何去何从？

■新快报记者 陈思陶

“有汇源，才叫过年”，这个曾经过年时很多中国家庭都会分享的果汁饮料如今越发少见。2月14日，汇源果汁发公告，称香港联交所上市委员会决定自2020年3月2日上午9时起正式取消汇源果汁的上市地位。这个陪伴很多人长大的国民饮料品牌，未来将何去何从？

汇源遭港交所作出除牌决定

随着员工陆续复工，各大企业逐渐恢复人气，但在新闻报道中，坐落在北京的中国汇源果汁集团有限公司仍然大门紧闭。2月14日，汇源果汁发布公告称，由于公司证券买卖自2018年4月3日停止交易，但无法于2020年1月31日前履行复牌条件，并在联交所恢复证券买卖，联交所上市委员会根据上市规则，决定自2020年3月2日上午9时起正式取消汇源果汁的上市地位。

汇源品牌老化但基础不差

朱新礼曾公开表示，如当初被可口可乐收购，汇源或许不会遇到今天的困境。但在资本运作之外，食品行业专家朱丹蓬曾指出，汇源营销团队和品牌存在老化问题，汇源在国内市场北方强南方弱，但对消费者高浓度果汁的认知南方强北方弱，这是汇源多年来没有获得高增长的一个根本性原因。

此外，果汁行业增速放缓，且有众多竞品分割市场。据尼尔森零售跟踪调查数据显示，2017年上半年软饮料行业整体销售额增长9.0%，果汁行业销售额同比增长1.2%，果汁行业增速要低于整体饮料行业；农夫山泉、康师傅、娃哈哈等竞品品类众多，推出NFC果汁不断健康升级，也争夺了汇源的生存空间，从小卖店到大型超市已少见汇源的身影。

但作为中国唯一拥有完整产业链的果汁生产商，朱丹蓬也表示，汇源从整体来看其实并不差，还是有很多企业及投资商看好汇源果汁，不排除资本进入的可能。