

瑞幸自曝财务造假后,记者走访消费市场发现——

# 瑞幸广州门店状态如常 消费者最关心能不能 HOLD 住性价比

距离4月2日瑞幸咖啡自曝财务造假已经过去一周有余,近来也有媒体报道出现消费者“挤兑”优惠券的情况,4月3日瑞幸的小程序和APP一度出现宕机,更让网上出现了瑞幸线下门店服务是否能够如常、资本面的动荡是否会传导到市场等质疑。

新快报记者通过近一周的实地走访,发现广州的瑞幸门店营业正常,有些门店工作人员还表示,最近生意好过之前。至于瑞幸的财务问题,采访中消费者表现相当务实,绝大多数表示对资本问题并不关心,只要瑞幸能继续保持较高的性价比,还是会继续购买。

■新快报记者 陈思陶

## 消费者称感觉门店与之前无异

记者走访的10家瑞幸咖啡门店均位于广州市珠江新城CBD和天河核心商圈,消费者以白领和年轻人为主,这也和瑞幸所宣称的核心消费群体重合。其中珠江投资大厦、高德置地春、富力盈信、保利克洛维、丽晶都汇、花城汇北、购书中心、高盛大厦、中石化大厦9处门店正常营业,花城汇1处门店暂停营业。

多数门店为自提店,不设堂食位置,原有堂食位置的门店也将桌椅收起来。富力盈信门店进入还需经过大厦安保,测量体温并出示穗康码。记者在每个门店内停留20分钟—30分钟,发现门店员工均不超3人,营业时

间最晚到晚上8点。在停留时间内,购书中心、高德置地春、保利克洛维等门店均有7单以上自提,最多为11单,有店员称较之前有所增加。每单消费多数为1杯,有用户零星排队。此外,平均下来有近5单的外送订单。记者观察并未出现“爆单”现象,闲时店员会进行清洁与整理。一些消费者对记者表示,感觉店内服务以及客流和以前无异。

可能是因为品牌处于敏感时期,面对记者的提问,门店员工表现比较谨慎,多数表示不清楚或没有权限回复,无法告知门店业务方面的具体信息。

## 消费者最关心能否保持性价比

采访中,记者发现顾客中消费频次最高的还是有充值习惯的老顾客。高盛大厦门店内一位顾客表示,复工后充值购买了40张优惠券,可以喝到8元左右的陨石拿铁。造假事件刚出来时,他有些担心,于是加快了消费频次,但“这段时间下来没感觉到啥变化,身边朋友都继续喝瑞幸”,现在他按照平常频次购买。

对于造假事件,一位在购书中心门店消费的顾客明确表示,“并不关心,我觉得瑞幸的东西挺好喝,只要还发放优惠券,保持之前的价格就会继

续购买。”这位顾客更担心的是,“不知道以后还有没有这么大力度的优惠,我很看重它的物美价廉。”

在和高德置地春门店顾客刘小姐的交流中,她表示,“造假事件闹挺大,之前有和朋友讨论会不会凉,但是不至于倒闭吧,也不希望它倒闭。”刘小姐并没有充值,仅使用系统发放的优惠券,平日购买瑞幸多是因门店离公司近,线上下单,线下自提,很方便。

也有顾客是第一次购买瑞幸咖啡,“平时不怎么喝咖啡,看了新闻知道挺火爆,就来喝一下”。



■廖木兴/图

## 有外卖小哥称接单稳中有升

新快报记者还在体育中心一带随机采访外卖人员。一位美团小哥告诉记者,瑞幸可在美团上直接下单、配送,算下来自己一天大约配送瑞幸近10单,和以前没啥变化。

正佳广场外等待红灯的饿了么小哥表示,因为平台上不能直接下单瑞幸,所以自己不清楚。不过他表示,目前有跑腿代购可以外送,但很少接到瑞幸跑腿代购的单子。

在购书中心店,记者看到顺丰小哥等待取餐,小哥表示公司与瑞幸合作,有专门的配送服务。最近门店取餐一般等待在5分钟以内,偶尔超过也在10分钟内,“瑞幸他们出餐也有速度要求。”小哥还表示,最近接单稳中有升,感觉受疫情影响的生意在慢慢恢复正常。谈及瑞幸财务造假时,他表示知道一点,不清楚,感觉“那么大公司,应该不会出事”。

### 观点

## 扩张或受影响,危机也是挑战

截至4月2日,瑞幸营业门店数量已经达到5196家,优惠补贴仍在。不过市值蒸发大半,同时面临索赔挑战,能否保持门店高速扩张,以及稳定最终消费价格继续稳定回购和新的市场教育,从而完成既定的万店战略,这个有待观察。

对于造假事件后迎来短时间内咖啡销量增加、新用户的尝试,华南理工大学经济学教授牛保庄对媒体表示,即使瑞幸受到中国和美国上市公司监管

部门的惩罚和整顿,但如果能积极应对,可能有不一样的发展方向。在服务能力能够满足用户咖啡消费需求的情况下,会造成量大、价格便宜的经济事实,瑞幸短时现金流也会不错。其商业模式是让消费者以比较便宜的价格实现咖啡的消费,通过短时间的咖啡消费,能够培养起一部分消费者喝咖啡的习惯。瑞幸只要(资本面)能挺过去,从商业模式上看未尝活不下去。

# 高度白酒可用于“消杀”? 别被宣传带偏了,感染科医生不建议

■新快报记者 陈思陶 通讯员 游华玲

受疫情影响,防疫物资紧缺,在专家明确指出75%医用酒精消杀效果好后,酒企也发挥优势推出高度白酒,如五粮液、衡水老白干、景芝、刘伶醉、石湾等企业推出近70度、75度的高度白酒。部分企业还在抗疫宣传中提及高度白酒的消杀作用,或捐作抗疫物资,在其酒企官方电商平台上,高度白酒产品的月销量破万。但饮用的白酒能替代医用酒精用于消杀吗?酒精易蒸发,消毒是否需要高频次使用呢?

## 75%的酒精消毒效果最佳

依据国家卫生健康委《新型冠状病毒感染的肺炎诊疗方案》(试行第四版),新冠病毒对紫外线和热敏感,56℃30分钟可有效灭活病毒,乙醚、75%乙

醇、含氯消毒剂、过氧乙酸和氯仿等脂溶剂均可有效灭活病毒。

对于特别规定了度数的酒精,南方医科大学第三附属医院感染科主任杨创国介绍,酒精可以很容易渗透到细菌体内,使细菌的蛋白质凝固变性,造成细菌死亡,起到杀菌作用。经过多次实验发现,纯酒精的杀菌效果不好,酒精浓度低杀菌效果也不好,75%的酒精杀菌效果最好。

## 不建议用高度白酒消毒

部分企业推出70%多的高度白酒迎合医用酒精消毒的市场,但从医学角度上看,杨创国医生并不建议用饮用白酒消毒。一方面,随着物质供应问题缓解,医用酒精并不难获得;另一方面,白酒和医用酒精成分都是乙醇,但医用酒精是75%的乙醇,而不同白酒产品酒精度并不

一定控制在75%,一般不需要用其消毒;此外,即使有更高纯度的酒精,如95%以上的酒精可以用纯净水稀释到75%,但操作不方便,配制时还易污染。

## 抑菌还是消毒?效果不同

在电商平台酒精消毒产品的宣传页面上,记者发现有抑菌、消毒、灭菌等不同描述,但对消毒效果的说明并不明确。杨创国表示,抑菌主要指抑制细菌生长,杀菌就是杀灭细菌;消毒一般是杀灭细菌繁殖体,不能杀灭芽孢;灭菌是消灭所有微生物,包括细菌芽孢,因此消毒和灭菌相比,要求相对低一些。

此外,对于家居生活酒精消毒的频次,杨创国医生建议根据需要决定即可,没有固定的次数。一般污染了有需要即可以用酒精消毒,通常擦拭的方法即可消毒。

## 白酒搭上直播风口 90分钟销售破千万

**新快报讯** 头部主播动辄破千万、破亿的带货能力被酒企看好,4月10日罗永浩在直播中推荐的谷小酒,24瓶装100ml原价588元的红白小酒直播价249元,平时24瓶100ml装原价899元的酱香黑米直播价499元,同时提供赠品、礼物,优惠力度下,90分钟突破1000万元销售额。

对此酒类营销专家蔡学飞分析,直播带货产生的消费基于主播的个人魅力,并非来源于产品的品牌背书与产品口碑,需要适合品牌调性的主播带货。但直播存在无法现场饮酒的限制,难以形成情绪互动与价值共鸣,赚一波销量后的意义有限,通过直播的话题热度及后续销售服务深化价值服务更为重要。

(陈思陶)