

餐饮业涌现“新物种”：无人餐饮来了

贴近消费者需求并确保品质 才能赢得市场

本报讯(见习记者 张诗欢 记者 许素菲)原材料面粉“变身”热气腾腾的汤面需要多久?答案是,不到2分钟,其中8秒出鲜面,1分45秒用于煮面。今年以来,这样的“黑科技面馆”先后出现在三林印象城B1层的物语食集和世纪汇广场的Deli Life精品超市内。新零售“无人化”的基因在餐饮行业开枝散叶,为消费者带来了不少惊喜新体验。

“黑科技面馆”的完整店名叫做“面咖”,采用机器制面+单人厨亭+中央厨房的运营模式。记者在现场看到,消费者在手机上下单后,制面机就开始在消费者的眼皮底下“吐”面条,制成的面条会由门店工作人员在第一时间放入煮面机,捞起放上浇头,就是一碗劲道十足的热汤面了。“面条口味选择比较丰富,二三十元的价格

也比较实惠,最重要的是,对于午休时间有限的上班族来说,节省了很多时间。”正在用餐的白领顾小姐告诉记者。据了解,类似形式的门店通常设置在社区商圈、交通枢纽、展会现场,主要针对旅客、参会人员等有快速饮食需求的人群。

空间要求低、人力成本少、品质速度有保证等因素,让“无人”或“半无人”的形式受到资本青睐。上个月,阿里巴巴本地生活旗下平台口碑联合茶饮品牌快乐柠檬,在上海推出首家无人智慧奶茶门店,并推出首个制茶机器人。全流程无需人工参与,制作一杯茶平均只需90秒。

近年来,在无人零售的浪潮下,餐饮行业涌现了不少“新物种”,各种盒饭自动贩卖机、果汁自动贩卖机、冰淇淋贩卖机等层出不穷,消费者对“无人”早已不陌生。

但与此同时,部分“无人”模式也在经历“高开低走”,如不久前还融资火爆,但眼下却已陷入沉寂的无人便利店。无人化的新零售会不会是“昙花一现”?中国连锁经营协会会长裴亮认为,并不是说无人便利店走不通,而是走得太着急了。“同样做无人便利店,亚马逊做起来,因为亚马逊投入了很多钱,而国内资本的阶段性投入不足,基础设施也不够强,所以最后匆匆宣告失败。”裴亮补充道,“虽然无人便利店没有成功,但无人便利店的概念在其他地方得到了传承,例如机器人餐厅等,都是在无人便利店的基础上调整衍生的形式。”

无人零售进军餐饮行业,优良的消费体验是支撑其活力的重要因素,只有贴近消费者需求并确保品质,餐饮行业无人零售才能继续发挥出优势。

多种铁路交通产品在沪推介 中国游客海外自助游将更加便捷

本报讯(记者 王廷)随着海外自助游的越发普及,不少海外旅游目的地交通系统的服务商纷纷来到国内,推介其铁路交通产品。日前,欧洲铁路集团2019中国区产品推介会在上海举行,携程旅行网与东日本旅客铁路公司也在上海达成全面战略合作。未来,中国游客在海外的旅游出行将变得更加便捷。

欧铁通票新增3个国家

欧洲铁路集团此次推介的是升级版的欧铁通票,该通票是欧洲无国界铁路旅行的代名词,可为游客提供欧洲大陆多个旅游目的地的铁路旅行体验。此次升级后的欧铁全境通票产品覆盖国家从28个扩大至31个,新增成员为马其顿、立陶宛和英国。

不仅通票的使用范围进一步扩大,在使用期限和产品价格上也进行了优化。据悉,欧铁全境通票产品、欧铁一国通票和希腊群岛通票价格均有所下降,其中全境通票最低可至6.3折,起售价为168欧元。老年人和青年人购买所有类型的欧铁通票均可享受折扣,11岁及以下儿童可免费跟随成人出行。

同时,欧铁通票的时间跨度为3天至3个月,行程较短的旅客也能体会通票带来的便利和优惠。

欧洲铁路集团亚洲区经理丁一还表示,所有欧铁通票持有者都能享受100多项额外折扣和优惠。例如巴黎迪士尼乐园票价减去30欧元、欧洲知名酒店住宿9折等,以及部分欧洲顶级博物馆和景点门票、行李存放费用、顶级奥特莱斯购物消费的优惠。

去东京看奥运更加便利

无独有偶,携程旅行网与东日本旅客铁路公司(以下简称“JR东日本”)也将携手开拓日本东北地区的旅游资源,共同推广JR东日本为游客推出的“周游券”等铁路旅游产品。这也是JR东日本首次与中国企业就区域旅游推广开展全面战略合作。

JR东日本方面表示,铁路对区域旅游的带动作用巨大,选择携程作为合作伙伴,也是希望通过与在线平台的合作能扩大日本铁路旅游对中国游客的影响,提升日本东北地区旅游品牌在游客心中的形象。此外,2020年东京奥运会和残奥会召开在即,此次合作也为届时全球游客预订和使用日本铁路提供了便利。

携程在线平台的“当地玩乐”频道将上线JR EAST PASS的电子券,可省去以往游客需要提前购买和配送实体票的流程,方便赴日游客在成行之前就能提前做好当地交通的准备。携程也将与JR东日本进行在线票务销售合作,在正式开通购票入口之后,用户能提前购买到最短7天后的JR东日本的火车票,并可以在机场取票点拿到预订的车票,或者要求通过快递送达酒店。

“乘坐铁路既是交通工具又可以一路饱览当地的风光,是整个行程当中很好的补充。”热爱自助游的市民杨先生表示,自己明年的出行计划之一就是去东京看奥运,如果“周游券”的确优惠,他还可以顺便去东京周边逛逛,增加更多的游览体验。

2018年我国快递业务量 超美日等发达经济体之和

本报讯(见习记者 张诗欢 记者 许素菲)国家邮政局近日发布《2018年中国快递发展指数报告》。数据显示,2018年全年全国快递业务量达到507.1亿件,比上年增长26.6%,预计2019年快递业务量将超过600亿件。

从全球范围看,2018年我国快递业务量超过美、日、欧发达经济体之和,规模连续五年稳居世界第一,是第二名美国的3倍多,占全球快递包裹市场的一半以上,成为全球快递包裹市场发展的动力源和稳定器。

具体数字显示,2018年全国快递企业日均快件处理量1.4亿件,最高日处理量达到4.2亿件,同比增长25.7%。快递业务收入超过6000亿元,达到6038.4亿元,同比增长21.8%。2018年我国快递业务量是2010年的21.7倍,快递业务收入

是2010年的10.5倍,年均复合增长率分别为46.9%和34.2%,远高于同期国内生产总值增速,成为新经济的亮点。

快递业务量增长的背后,也反映了我国快递发展普惠成效显著。2018年,人均快件使用量为36件,较上年增加7件。快递企业日均服务2.8亿人次,相当于每天5人中就有1人使用快递服务,快递成为现代生产生活不可或缺的组成部分。快递业务收入占国内生产总值的比重为6.7%,同比提高0.7个百分点,对经济增长的直接贡献提升。快递业新增就业人数超过20万人,对国内新增就业贡献率达2%以上,为保就业作出了积极贡献。

国家邮政局预计,2019年我国快递业务量将超过600亿件,同比增长22%;快递业务收入将超过7000亿元,同比增长18%。



众多知名潮玩品牌和艺术家纷纷携限定品亮相展会。 □见习记者 黄日阅 摄

既有潮流风 也刮怀旧风

2019 上海国际潮流玩具展燃爆潮玩圈

本报讯(记者 王廷)由POP MART 泡泡玛特举办的2019上海国际潮流玩具展日前在上海世博展览馆举行,展会规模、参展品牌、展品数量均超越往届。

本届上海国际潮流玩具展以“潮流游乐场”为主题,融入最酷的街头文化、波普艺术、时尚潮流,加入潮玩社区、拍照打卡、互动舞台等系列精彩活动,旨在打造一场“玩心回归”的大型游园盛会。1.7万平方米的展会面积,近千款展会限定品以

及来自全球超300个艺术家和潮玩品牌吸引了众多粉丝前往。

4月12日是展会举办第一天,早上6点展会现场就已经排起长龙,不少获得优先入场资格的粉丝更是在早上5点就赶来排队,只为买到心仪的限定品。据了解,正式开展不久,Kennyswork、PUCKY、The Monsters by Kasing Lung、FLUFFY HOUSE、Satyr Rory、Chino Lam Workshop等一些品牌的展台都出现了限定品售罄现象。

除了新款的潮流玩具,不少上世纪90年代的潮流玩具,如奇多圈、肯德基老爷爷储蓄罐、黑猫警长系列摆件、毛绒狮子狗玩具、小猫钓鱼玩具等也在展会上集中亮相,吸引了不少粉丝驻足。

POP MART 泡泡玛特创始人兼CEO王宁表示,“希望通过上海国际潮流玩具展让越来越多的人了解并喜欢潮玩,也希望通过展会发掘出更多优秀的潮玩设计师及品牌,共同推动中国潮玩文化的发展。”

浦东时报 新闻热线: 021-38982900
地址: 上海市浦东新区秀沿路1515号

人人关注食品安全

家家享受健康生活



扫一扫关注我们