



5:00
5分钟出餐

可立餐

Callie
Can

小鸡炖蘑菇，真下饭！

粉皮香菇焖鸡饭

店长推荐

¥18.5

现熬高汤炖鸡，不添加一滴水

只选新鲜鸡腿，从原材料到餐桌不超过36小时

好菜现烧，道道精选



寻味好食材，精耕年轻消费群体

张靖之：引领白领新食尚

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者 张召旭
见习记者 张淑娟

起草“无接触供餐”标准 引领行业发展

新年伊始，突如其来的新冠病毒肺炎疫情对整个餐饮行业造成了前所未有的冲击。此前为了应对疫情，绝大多数餐饮企业都开启了线上外卖业务。为了保证消费者就餐安全健康，无接触供餐成了线上外卖的最佳选择。

3月16日，山东省市场监督管理局下发了《餐饮提供者无接触供餐实施指南》地方标准，该标准紧紧围绕落实送餐的“无接触”，将疫情期间餐饮送餐的良好实践固化在标准中，设定系列技术实现路径。该标准的起草单位就是可立餐。

可立餐总经理张靖之告诉记者，2018年，也是在3月16日，可立餐的第一家门店在高新万达正式开业，两年时间里可立餐已经在济南开了11家直营门店。“疫情期间我们也停止了堂食服务，后来有序开始了线上业务。”张靖之说，疫情期间，可立餐分别为消费者提供线上外卖、打包外带和团餐配餐三种服务方式。

因为服务方式的改变，在原有管理标准的基础上，可立餐门店开始尝试实施无接触供餐模式。无接触供餐是打包食品在人与人交接过程中无接触，人员始终保持1米以上距离，为的是保障餐厅员工工作安全和骑手配送安全，更重要的是确保顾客取餐安全，让顾客对视线外供餐服务过程安心放心。此外，可立餐额外重视餐厅消毒工作，每个用餐高峰期后，对餐厅所有餐具和食品工器具进行物理高温消毒；对餐厅所有非食品接触面进行医用酒精消毒；对餐厅公共场所进行次氯酸钠擦拭和喷洒消毒；加工操作间每晚进行30分钟以上的紫外线消毒……这一切的一切为的就是保障顾客就餐安全。

为了能够将无接触供餐应用中积累下来的经验推广给更多的餐饮界同仁，可立餐联合山东省质量技术监督审查评价中心起草了《餐饮提供者无接触供餐实施指南》地方标准。无接触供餐不仅是特殊时期的服务模式创新，更是体现了对消费者和骑手群体健康

安全的关切，以及对用户需求、履约形态的深入思考和灵活响应。标准的发布实施，体现了消费方式变革对服务方式变革的推动，也将促进整个餐饮配送行业运营模式的改变，同时也为其他行业探索开展“无接触服务”提供了有益参考，引领消费新模式、新业态。

除了制定标准引领行业发展之外，可立餐在疫情期间还向济南市疾控部门、监管部门、下沉社区的一线工作人员提供了2000余份爱心餐。

定位年轻消费群体 为客户提供极致用餐体验

“我们成立之初的定位就是打造‘年轻人吃得起、吃得好的快餐休闲品牌’，所以取名可立餐，意思就是‘可以立刻就餐’。”张靖之说，可立餐主打产品是鸡肉饭，说起鸡肉饭，黄焖鸡米饭可谓是火遍全球，在健康美食中有着独领风骚的地位。与黄焖鸡不同的是，可立餐将目标客户精准定位为20-35岁的年轻群体。在此基础上，更加细致划分为三个年龄段，对每个年龄段进行分析研究，最终分为20-25岁的学生群体；25-30岁的城市工作人员以及30-35岁的年轻家庭。

简约时尚的装修风格是可立餐的一大特色，虽然是快餐店，但是里面的设计确实很Fashion。不论你是时尚达人还是都市白领，在这样的地方就餐绝对都是一种享受。没有很嘈杂的声音，高质量的服务态度一定会让每一位来到可立餐的朋友记忆犹新。

“年轻群体更加注重用餐体验，在用餐过程中向往朋友式的服务。他们渴望得到超值享受，即交付餐品所需金额后可以品尝到优质美味的菜品，体验到亲切周到的用餐服务等。”张靖之说，可立餐在宣传推广方面更加注重线上的平台，以可立餐公众号为主，结合抖音、微博等社交软件，既能和品牌现有的客户建立良好的交流互动关系，又可以吸引潜在顾客了解可立餐品牌，享用可立餐美味，成为可立餐的“朋友”。通过搭建会员体系，维系客户稳定度；组建社群，每家店长作为群主与客户群体实时沟通，既可以及时收集用户建议反馈查漏补缺，在此平台上也可以结交朋友。

除了消费者进店用餐外，张靖之将眼光放到了企业、事业单位的团餐业务上，特别是疫情期间，可立餐凭借自身硬实力涨

粉，获得了数目可观的忠实粉丝。可立餐还与北京银行建立了合作关系，为银行职员提供配餐服务，后续计划开展和更多银行的团餐服务。此外，可立餐还与顺丰达成了合作意向，借助顺丰的客户群与配送服务，为企业提供团餐。

拥有留学经历的张靖之，还将中国菜、中国口味和相适合的西式经营理念相结合，把可立餐一分为三，塑造了可立餐、可立餐Green优选餐厅和可立餐GO三种门店模型。

张靖之把可立餐标准门店定位为街边形象店，铺面大小在100—150平方米，为顾客提供全部9-10种菜品销售，开设小食自选区，分别有蒸煮自选区、炸烤自选区、冷饮食自选区。顾客自助选餐用餐，人均消费20元左右。

可立餐Green优选餐厅，采用优选门店模型，选址一般在城市综合体之内，通过超预期的品质和体验，提高客单价，达到商场对品牌方的定价要求。通过“三优选”——优选原材料品质、优选出品形式、优选就餐体验用餐方式为消费者提供更好的用餐服务。顾客可通过扫码点餐或服务人员到桌点餐的方式，下单后送餐到桌，人均30元左右。

而可立餐Go则采用精简门店模型，定位为街边店。提高经营效率，精简产品、精简设备、精简面积、精简用人，人均消费为20元。

好米饭就是一道菜 好食材好味道成就好品牌

美味的食材就像冒险故事里的财宝，往往需要一方特定的水土滋养才可产出。可立餐对食材的选择也极为严苛，拿米饭来讲，可立餐的大米来自于黑龙江省的鸡西市鸡东县的自有稻米基地，种植过程纯天然，一年一熟，用水质达到饮用水标准的天然河水灌溉，其生长积温达到2700℃。

“不光是自有稻米基地，我们的米采用的是蟹田米，顾名思义就是在种植大米的时候把螃蟹放入稻田，利用螃蟹来除掉田里的害虫，而蟹的排泄物又肥沃了田地，完全通过投放螃蟹防病除虫。由于蟹对农药非常敏感，稻田是完全不打农药的。这样种出来的大米绝对是天然健康又有营养的，蟹田米还具有光亮透明、色泽均匀、口感柔软，味道清新、糯而不粘、营养丰富等特点。”张靖之说，可立餐的米饭主

打一个鲜字，很多餐饮企业的大米都是经过烘干的便于长期储存，而可立餐的大米脱壳后无需烘干，通过物流直接发到仓库里，每粒米从脱壳到餐桌不超过10天。

张靖之说，可立餐的大米也没有像其他餐饮企业一样采用蒸箱蒸制，而是采用了小瓦罐现蒸，一个瓦罐一份米，蒸米饭的水用的也是来自于农夫山村的弱碱性水。正是基于这些硬实力和对自家产品的信心，“好米饭就是一道菜”成了可立餐门店里最为显著的标语。

好米饭还需配好菜，怎样才能称得上好菜呢？若要下饭菜，汤汁多为上。好菜要现点现烧，菜热了更好吃。但好口感的实现，需要好食材和食品安全把控措施的奠基。在食材的把控方面，可立餐的鸡肉产品源于新和盛食品有限公司。“我们用的是冰鲜鸡腿肉，为的也是出品新鲜。”张靖之说，可立餐的鸡肉产品从厂家出厂后，通过冷链运输至中央厨房，再到各门店顾客的餐桌上不超过36小时。

除去主要的原材料之外，可立餐的调味料也格外讲究，鲁花的食用油，欣和、李锦记的调味料……在张靖之看来，采购大品牌的原材料更为可靠放心。

此外，可立餐还建有自己的中央厨房，菜品在进入门店前，要在中央厨房完成了100℃、30分钟以上的密封蒸煮；到店后，菜品还要进行最终加热熟化，保证煮透；完全高温灭菌，确保食品安全。消费者口中的每一丝鲜香浓郁、滑嫩可口，都是可立餐人品牌坚决维护和捍卫的“城池”。

张靖之认为，疫情对餐饮行业冲击巨大，但对于规范的餐饮企业来说，机会大于灾难。疫情加速了餐饮行业整体格局的更新迭代，也有不少企业没有通过这次考验从市场中消失。但消费者的市场需求没变，对食品安全的要求更加严格，可立餐要在加强自身要求的前提下，占领这部分市场。

可立餐

Callie
Can

电话订餐
工作应聘
提供房源
(150平方米以下)
请联系：
0531-87903278

