

NOVA Adult Day Care Center & Home Care

4-088



乐园日间护理中心

我们的宗旨：老有所依、老有所乐。让您享受家一般的温暖。

维州唯一
华人创办老年活动中心

- 健康管理：**专业医生定期会诊并提供理疗服务、专业护理人员每日基础健康检查
- 生活辅助：**专车上门接送、预约医生、陪同就诊、外出购物
- 营养膳食：**提供中餐西餐、品种丰富、营养均衡
- 康娱活动：**日常锻炼、设施齐全、定期开展丰富多彩的文娱活动
- 居家护理：**专业护理人员上门照顾日常起居、亲情陪伴
- 福利咨询：**Medicaid(白卡)和Medicare(红蓝卡)相关事宜
- 倾情服务：**专业护理,亲情式融入



招聘 诚邀您加入我们的团队：
司机、办公室人员 RN注册护士,PCA护理人员

办公室：703-433-8888 传真号：703-433-1111

地址：44675 Cape Ct, Suite 130, Ashburn, VA 20147 Email: bartel@novaleyuan.com



真善美日间保健中心

4-068

12910 Cloverleaf Center Drive, Suite 100, Germantown, MD 20874 Web: www.jasminecenter.com



欢迎致电查询

邹秉雄 240-683-0033
吕思慧 240-386-7882
中心电话 240-232-2288

中心特色

- 精国、粤、台语的专业医护及护佐
- 专业社工协助申请各类社会福利
- 舒适安全的交通车到府接送
- 营养丰富的早、午餐及点心

中心宗旨

We are an equal opportunity employer

- ♥ 最真诚的贴心照料
- ♥ 最完善的保健设施
- ♥ 最美丽的场地环境

邹秉雄、吕思慧主理

华人最优秀的保健服务团队
至诚为您提供最专业的服务

真诚 善良 美丽
Truth Goodness Beauty

咖啡生意真的好做吗？星巴克要大举扩张雄心满满

当越来越多的传统企业跨界而来，杀入到咖啡市场之后，传统的咖啡企业面临着越来越多的竞争者已是不争的事实，咖啡企业也表现出不同的应对策略。新一代崛起的咖啡企业打造网红牌，新潮牌，轻奢牌；互联网咖啡企业稳扎稳打延续着自己原有的风格，还在不断地扩张跑马圈地。尤其是瑞幸模式通过不断修复自己曾经的“不良”行为，在市场的表现以及用户的认可度还是不错的。此外，我们还关注到，传统的咖啡巨头星巴克也终于要有所动作。

虽然，星巴克也曾经因为这样那样的一些“问题”登上过热搜榜，但很多并非是因为咖啡本身，而是其他的一些状况才能被用户提起和关注。当越来越多的新咖啡品牌出现，年轻用户再也不用唯“星巴克”论了。可以选择的有很多咖啡厅、社；不同的口味，不同的饮品，不同的风格，总能满足不同用户的需求。如果再搭载一些网红打卡的模式化内容，更是能吸引到一些用户的专门赴约。这或许是星巴克没有想到的，即使在门店优势方面，星巴克也已经被本土的瑞幸超越，市场的咬合开始出现更多元的变化和新发展趋势。在这样的背景下，星巴克终于坐不住了，开始布局新拓展方向了。

3年创造35000个工作岗位
星巴克夸出了海口，要在未来三年创造35000个工作岗位。在如今求职压力陡增，自主创业也越来越不好做的时期，有大面积的就业机会，自然会吸引到更多的目光关注。星巴克表示，至2025年，星巴克中国总门店数量将达到9000家，伙伴(员工)将新增35000人，达到95000多名。很显然，这是一次庞大的扩张机会，虽然并没有表明是针对谁，但力争门店覆盖率的霸主位置，显然是星巴克很在意的地方。

据悉，星巴克发布2025中国战略愿景，推出以价值为导向的全新增长计划，重磅加码中国市场。除了门店、人员增加之外，星巴克还希望能够实现净收入翻倍，营业利润

为当前四倍，这是一个非常美好的愿景增长目标。回溯过去十年，星巴克中国内地门店数增长了近10倍，即将在2022财年底达到6,000家。星巴克计划至2025年，以平均每9小时开出一家新门店的速度，新增开3000家门店，覆盖中国300个城市。这样的愿景目标还是非常大胆的，姑且不论各级市场的覆盖范围是不是需要这样庞大的覆盖性，单就新增3000家门店的开店速度，就是令人咋舌的。真的要对标瑞幸的扩张策略吗？

当然，或许星巴克的门店扩张也是为了专送业务，希望通过骑手的延伸，在更大的范围内打造自己的专属市场和用户群体。星巴克希望用三年的时间，让自己的外送服务覆盖到全国5000个办公楼、酒店。对此，市场的解读是，星巴克感受到了市场的压力，尤其是在中国本土咖啡企业带来的市场的竞争压力。如果在门店覆盖方面都落于人后的话，那么品牌的传播性是不是也要大打折扣？

中国咖啡市场增长空间充满想象力
由于中国市场的中产用户和年轻用户越来越多，这些群体对于咖啡的接纳程度非常高，尤其是年轻人对奶茶和咖啡的认可度要高于老一辈用户对茶叶的追逐力度，这些饮品几乎成为他们每天的必然选择。而中国传统企业纷纷杀入到咖啡市场，一方面是尝试，另一方面是寻求更大范围内的用户黏性，诸如石油、体育服装尝试、邮政、传统餐饮业、药企等等都介入到咖啡市场，就是寻求更大范围内的共鸣和共享机会。

而以咖啡为主业或者主要分支的企业来说，对咖啡市场的布局也在不断加码。其中，麦当劳旗下的麦咖啡在过去两年中门店数量由800家增至近2500家，日前，麦咖啡宣布明年新增1000店的计划；瑞幸咖啡近年来采用直营+加盟的方式不断扩大市场份额；中国邮政、李宁等等企业都在染指这个市场。中国咖啡市场的发展前景以及未来预期被业界认为是还有巨大的空间。

星巴克做出积极的调整，也是多方面的考量：一方面是疫情和通胀的影响，中国市场整体的营商环境和消费氛围有利于业绩的增长，如何把握机会就是必然的一种选择。另一方面是因为中国本土咖啡品牌的崛起速度非常快，在资本的加持下，通过各种经营手段和扩张刺激，正在不断地占领着区域市场。这也倒逼着星巴克必须做出新的选择。星巴克也表示，“对星巴克来说，中国目前已成为星巴克发展速度最快、最大的海外市场”，可见，中国市场的吸引力有多大了。

据饿了么发布的《2022中国咖啡产业白皮书》显示，2021年，中国咖啡行业市场规模达3817亿元，同比增长27.2%；预计2025年中国咖啡行业市场规模将超过1万亿元。《白皮书》显示，近年来，电商平台咖啡相关产品销售额迅速增加：相比2016年，2021年电商平台咖啡产品销售额提升350%，五年复合增长率28%。而美团发布的《2022中国咖啡消费洞察报告》显示，中国咖啡市场前景广阔，咖啡消费规模逐年扩大。其中，以现场制作、销售为业务特征的现制咖啡增长迅猛。2021年，中国现制咖啡行业市场规模达89.7亿元，较2020年增长41.7%，预计2023年市场规模将达到157.9亿元。

市场布局的大幕已经拉开了
据悉，2021年我国新增咖啡相关企业2.59万家，同比增长12.5%，现存咖啡相关企业达15.9万家。值得关注的是，除一二线城市外，咖啡消费也正在向三四线城市扩展。美团的数据显示，今年以来，三线城市咖啡门店数增速已经达19%。而且，四五线城市的咖啡订单同比增长高达250%以上，可以说，随着远程办公的流行以及人们逐渐回归乡土的驱动，越来越多的“边缘”城市也开始接纳了咖啡这种饮品，未来的市场发展潜力巨大。

在中国市场，已经有中国邮政、中国石化、同仁堂、万达、李宁等企业进



入咖啡市场，在线下门店中开始售卖咖啡。最新的消息是，体育品牌特步也要做咖啡了。据悉，特步(中国)有限公司申请注册3枚“特咖啡”商标，以及3枚“XTEP COFFEE”商标，开始试水咖啡市场。

本土品牌瑞幸的扩张速度更是令人惊叹，截至2022年6月，我国最大的咖啡连锁品牌瑞幸全国门店数量已有7000多家，遍布全国一二线城市，其经营门店主要以小面积店面为主，分布于写字楼、商圈等人流稳定的区域。在资本的加持下，还有很多企业开始涉猎这个市场，据不完全统计，2021年我国共计21家咖啡企业获得融资，投融资事件共27起，其中现磨咖啡赛道获得融资的企业数量及融资事件最多，共计12家，融资事件达19起，且获得融资的21家咖啡企业中，有8家企业单次融资金额过亿，其中现磨咖啡企业占5家。红杉资本中国、IDG资本、高榕资本、黑蚁资本等知名机构都曾多次出手咖啡创业市场。

随着工作压力的不断提升，咖啡消费变得更加常态化。对于一些咖啡爱好者来说，因为普遍工作强度较大，加班情况较多，其中15%的消费者需要经常加班，63%的消费者偶尔加班。可以说是：加越久的班，喝越多的咖啡。40年间，中国咖啡市场经历了数次更迭。随着年轻一代对咖啡的喜好和依赖，这种饮品的市场地位和扩张速度也会越来越稳固，这也是资本看重这个市场的因素之一吧？