

人气回暖业态升级,从步行街看消费新力量

年中餐饮业运行观察

新华社北京7月13日电(记者邹多为、汪伟)晨光初晓,刚出锅的油条馄饨可以到店享用;时值中午,餐厅门口间隔而设的等候椅再度坐着不少食客……今年以来,多点发生的疫情一度使得一些地方堂食暂停。在做好疫情防控前提下有序恢复堂食,相关纾困政策落地见效,“烟火气”正在大街小巷重新升腾。

抓好疫情防控,餐饮消费加快恢复

“请佩戴好口罩,先扫码,再进店。”暑期来临,海底捞郑州凯旋广场店就餐人数有所回升,7月10日正值周日,当天接待顾客近400桌。店长高星告诉记者,餐厅恢复堂食的同时,防疫丝毫不敢松懈,不仅严格做到一桌一消毒,全体员工还要每天测体温、定期核酸检测上岗。

前段时间,为了尽快遏制疫情扩散蔓延势头,部分地区的餐厅暂停堂食。餐饮业的发展遇到了困难。在严格落实疫情防控措施前提下,有序放开堂食既能让顾客找回堂食味道,也有利于加快线下消费复苏。

中国中小企业协会近日公布的中小企业发展指数显示,6月份,住宿餐饮业指数升幅最大,比上月回升0.6点。据国家统计局发布的数据,5月份全国餐饮收入、限额以上单位餐饮收入增速降幅均比前一个月有所收窄。

中国饭店协会副会长兼秘书长宋小溪表示,餐饮业景气状况有所改善表明纾困政策效果已初步显现,餐饮企业要继续坚持疫情防控和堂食开放“两手抓”,行业协会也应及时按照政府部门疫情防控要求,督促餐饮企业采取切实措施,营造安全、放心、健康的就餐环境。

做好店内消毒、提高备货数量、调配员工力量,近来,北京龙人水鱼连锁酒楼总经理黄晓奔奔走于10家门店之间。“只要疫情得到有效控制,预计接下来上座率还会不断提高。”她说。

商务部新闻发言人束珏婷近期表示,总的看,我国消费韧性较强、潜力足的特点没有改变,消费发展长期向好的基本面没有改变。随着疫情影响逐步得到控制,各项政策措施落地见效,消费有望延续恢复发展态势。

政策密集出台,加大支持渡难关

受疫情影响,3月以来,餐饮市场承压。国家统计局发布的数据显示,今年前5个月,我国餐饮收入16274亿元,同比下降8.5%。

面对疫情带来的冲击,一些餐饮企业客流量减少、营收下降,单靠外卖难以覆盖成本。从年初到年中,为帮助餐饮业尽快复工复产,各地各部门围绕减税降费、减房租、减疫情防控支出等方面进行帮扶。

商务部、发展改革委等11部门近日联合印发《关于抓好促进餐饮业恢复发展扶持政策贯彻落实工作的通知》,从六个方面明确要求抓好促进餐饮业恢复发展扶持政策贯彻落实工作,加大对餐饮行业支持力度。

不少省份也相继制定出台具体实施办法,其中既有相关创新支持举措,也有行业疫情防控部署。吉林、四川、江苏支持开展主题促销活动,广东、湖南加大发放消费券力度,北京、海南发布餐饮服务单位疫情防控措施……各项扩内需、促消费的政策措施让餐饮企业底气增强、动能增加。

进入盛夏,在沈阳经营着14家饭店的沈阳迟记餐饮管理有限公司董事长迟海稍松了口气。“政府支持,市场给力,3、4月份水费、电费、燃气费减免了10%,政府发放消费券,税收‘减、免、缓’……支持政策接二连三,市场正在逐步恢复。”他说。

就在最近,2022年度上海市“银联卡有奖用卡”活动正式启动。中国银联上海分公司联合本市30余家发卡银行、7家专业化服务公司,与众多知名消费品牌和线上消费平台携手发放品类丰富的惠民消费券。一系列优惠选择既帮助企业宣传引流,也为消费者提供实惠。

中国社科院财经战略研究院研究员依绍华表示,政策发力对于提振整个行业信心至关重要。“各方形成合力将相关政策落实落地落细,为餐饮行业市场主体,特别是小微企业和个体工商户注入了新动能。”

不断创新,挖掘新空间提振信心

现场讲述餐厅如何选址、宣传积极配合防疫……翻看旺顺阁总裁张雅青的视频号,疫情期间为了应对挑战,她从零开始尝试视频推广。

直播、摆摊、外卖、预制菜、短视频……餐饮企业找出路、拓渠道,借力国家扶持政策,在爬坡过坎中不断挖掘消费新空间,寻找发展新机遇。

在疫情防控常态化背景下,包括半成品菜、速食菜、料理包在内的预制菜正成为餐饮业发展的重要抓手。美团数据显示,2021年美团买菜的预制菜销售较2020年增长4倍。京东超市目前上架预制菜5000多种,今年“618”活动期间京东预制菜成交金额同比大增231%。

为了满足不断变化的消费需求,餐饮企业还加快优化外卖产品结构,打造外卖私域流量、开设独立外卖专营店、拓展平台合作渠道等。

胡大饭馆总经理郭冬表示,餐饮企业正加大研发适合零售和外卖的产品力度,通过高品质、有创意的“能打”单品创造外卖好业绩,从而带动餐饮的新零售,比如应景、应季推出便于携带的新品和小龙虾套餐已带来80余万元收入。

“办法总比困难多。”宋小溪表示,餐饮企业当前都在努力自救,一方面继续拓展多元化营收渠道,比如小餐企发力外卖、社群运营等,大餐企做好新零售、预制菜等;另一方面,加强数字化、产业化等自身能力建设,用好新工具、新技术、新产品随机应变,最终希望实现降本增效,为下一阶段的转型升级蓄力。

依绍华说,当前稳增长政策措施效果逐步显现,广大餐饮企业要对市场坚定信心,在疫情防控常态化背景下,加强对消费市场的研判,根据实际情况及时调整经营策略,拓展业务范围。

观、夜景照明等采取‘一楼一方案’。”叶芳介绍,在历史建筑的改造上,江汉路遵循“以旧复旧”原则,将商业改造和历史文脉挖掘有机结合。

在西安,以秦腔文化为特色,集秦腔演艺、老字号美食、国潮新零售为一体的易俗社文化街区成为年轻人的“朋友圈新宠”。西安市文化和旅游局副局长余亚军介绍,西安6月启动的第三届“长安夜·我的夜”夜游嘉年华活动,为市民推荐14条夜游线路和20个夜间特色文旅消费空间,已形成独具特色的夜间旅游文化品牌。

在宋叙看来,步行街不仅是重要消费载体,更是彰显城市文化的名片。“未来我们将依托国话先锋剧场、王府井书店等历史文化资源,进一步对步行街改造提升,增强文化气息和艺术氛围,将王府井步行街打造为城市消费的新名片、文化交流的新窗口。”

商务部新闻发言人束珏婷表示,要加快推进国际消费中心城市培育建设,继续推动步行街高质量发展,统筹开展智慧商圈、智慧商店示范创建,加快建设一刻钟便民生活圈,提升城市消费。

(记者王雨萧、熊琦、周蕊、李亚楠)
新华社北京7月14日电

在一系列政策举措支持下,多地线下商业人气回升。“6月以来,江汉路日均客流量连续多日超越去年同期。”武汉市江汉路步行街区综合服务中心副主任叶芳说,烟火气旺起来,让很多商户感慨“忙得开心,累得踏实”。

新业态促进消费潜力释放

琳琅满目的儿童潮玩、可乘坐旋转木马的儿童游乐园……在占地面积8000多平方米的Hamleys北京王府井百货大楼,集儿童游乐、儿童零售于一身的综合儿童购物休闲区,为顾客带来全新的沉浸式消费体验。

“为了顺应消费升级趋势,近两年我们积极引入各类沉浸式、社交型新消费业态,并通过打造文化IP,吸引更多年轻消费者前来体验打卡。”蓝轶说。

王府井地区管委会主任宋叙介绍,王府井商业街区还大力发展“首店经济”,不断适应新的消费需求。今年以来,已成功引入各类首店、旗舰店共21家,涵盖餐饮、零售、休闲娱乐等多个业态场景。街区还积极打造线上消费平台,激发“云购物”活力。

“随着线上购物的兴起,人们的消费习

惯和场景也发生了变化。”中百集团武汉市中心百货大楼总经理柳钢介绍,通过改造升级和业态结构优化,商场将零售商家数量调整至30%,体验交互业态商家增加至70%,整体客流较改造前提升了20%。

除了业态紧跟潮流,物联网、5G、人工智能、大数据等技术的应用,也正在为更多步行街注入“智慧”内核。

在江汉路步行街综合服务中心客流大数据平台,当日客流量、客源分布、用户画像等信息在大屏幕上一目了然。服务中心人员介绍,通过分析数据,可以指导步行街商户有针对性地组织营销活动,提升客流高峰期的转化效果,实现更精准的业态调整和服务管理。

打造城市消费新名片

紧挨江汉关博物馆的原湖北盐业大楼,变身成为江汉路一号艺术中心,脱口秀等节目正在火热上演;永利银行旧址引进国际高端艺术酒店,成为颇具人气的网红打卡地……漫步江汉路街头,历史建筑承载的文化内涵正与新业态相融共生,焕发出新的时代风采。

“为凸显江汉路历史文化特征和武汉地域文化特色,我们对建筑风貌、街道景

昆明斗南花市繁荣「夜经济」



▲7月12日晚,游客在昆明斗南花卉交易市场一家花店内选购鲜花。昆明斗南被誉为“亚洲花都”,鲜花远销50多个国家和地区。近年来,作为花卉交易及游览景区的斗南花市根据夜间交易及人流量特点,以花卉消费体验、旅游体验、文化体验为特色大力发展“夜经济”。新华社记者陈欣波摄

中国新能源车在国际赛道跑出“加速度”

国际观察

新华社记者

比亚迪公司日前公布的数据显示,今年上半年公司新能源汽车销售量超64万辆。这意味着比亚迪超越特斯拉,成为全球销量最大的电动汽车生产商。对此,多国业界人士指出,比亚迪的亮眼表现凸显出中国车企精进技术的持续努力,也是中国企业在全球新能源汽车领域竞争优势和品牌价值影响力不断提升的一个缩影。

业绩亮点显实力

数据显示,今年上半年比亚迪累计销量为64.1万辆,再创历史新高。

“业绩看起来令人印象深刻。”花旗银行集团汽车分析师杰夫·钟在谈到比亚迪的销售表现时说。花旗分析人士表示,比亚迪的供应链是“垂直整合的”,这意味着它可以生产更多零部件,比竞争对手更少依赖外部供应商,不易受供应链中断影响。

德国贝吉施-格拉德巴赫应用科学大学独立研究机构“汽车管理中心”创始人斯特凡·布拉策尔说,比亚迪的成绩并不令人意外。比亚迪在新能源汽车领域的蓬

勃发展,源自其对创新的重视。比亚迪长期深耕新能源领域,是全球电动汽车领域强有力的竞争者,在电池和电芯领域优势明显。

长城汽车巴西公司对外及政府关系总监佩德罗·本古在接受新华社记者采访时说,面对国际市场上的欧美日传统车企,比亚迪、长城等中国车企凭借优秀设计和过硬质量稳扎稳打,在技术水平和产品完成度等方面积累起优势,中国汽车因此获得国内外消费者青睐。

本古同时指出,当下国际市场对中国汽车的认可与行业绿色发展趋势密不可分。中国车企致力于发展以电能、氢能为代表的新能源汽车,助力各国向低碳经济转型,获得广泛认可。

海外布局促共赢

近年来,中国车企凭借自身实力,稳步拓展海外市场。从欧洲到中东、拉美,中国新能源汽车在越来越多国家脱颖而出,不仅促进当地节能减排,也为汽车行业交流互鉴提供契机。

比亚迪2012年在英国设立分公司后,以公共交通为切入点,把电动大巴方面的经验引入一向重视减排的英国。比亚迪与英国巴士制造商亚历山大·丹尼斯合作,为英国及其他海外市场带来创新产品。亚历山大·

丹尼斯总裁保罗·戴维斯说,2016年以来,公司和比亚迪为英国市场合作生产超过1000辆巴士;到今年底,有望突破1500辆。

在以色列,中国电动汽车为新能源汽车的推广提供助力。吉利汽车的几何C型电动汽车在以色列上市后,迅速赢得当地消费者青睐。2022年上半年,该车型在以色列纯电动汽车市场占有率高达22%,被当地汽车杂志评为“年度最佳购车型”。

智利首都圣地亚哥目前运行的电动公交车主要来自中国比亚迪、宇通和福田公司。智利塔尔卡大学工程系学者克里斯蒂安·加西亚说,来自中国的电动巴士帮助智利推动减排,建设更清洁城市,并改善了乘坐者体验。

哥伦比亚波哥大市长克劳迪娅·洛佩斯说,中国电动客车为建设清洁、可持续发展的波哥大及当地交通现代化作出了重要贡献。到2022年底,将有1480辆比亚迪电动客车在波哥大投入运营,这意味着每年将减少排放94300吨二氧化碳,相当于42000辆私家车的年排放量。

优势积累赢机遇

不少业内人士认为,中国新能源汽

车行业发展势头强劲,竞争优势日益明显。在新能源汽车这一条崭新的赛道上,中国企业正迎来新的历史机遇期。

长安汽车欧洲公司设计总监安德列亚斯·扎帕蒂纳斯日前对新华社记者表示,近年来,中国车企在设计、电池性能等方面有长足进步,自动驾驶等新技术得到越来越多应用,新车型研发和推出速率也迅猛提升,尤其在新能源汽车领域,可以说已经走在世界前列。

雷诺-日产-三菱汽车联盟的采购组织及电动车平台负责人、雷诺董事詹卢卡·菲基说,整个汽车行业正在经历电气化、物联化、移动化的剧烈变革,中国同行在几乎所有这些领域的上下游价值链都拥有领先技术。“汽车制造商如果想继续以可持续的方式生产,必须与中国企业一道寻找解决方案。”他说。

德国杜伊斯堡汽车研究中心主任费迪南德·杜登赫费尔说,中国汽车制造商在全球汽车市场上越来越强,并将带来电动汽车和汽车软件的重要创新。

德国宝马集团首席财务官、负责中国事务的董事尼古拉斯·彼得日前接受新华社记者专访时表示,今后数年内,中国都将是全球最大新能源车市场,也是宝马面向电动化、数字化和可持续发展转型过程中的最佳选择与最优伙伴。

新华社北京7月14日电