

京城庙会年味儿浓"消费提振年"红火开局

▲本报记者 孟 珂

1月26日(正月初五),北京八大处公园 热闹非凡,这里的春节庙会吸引了大量游 客。老北京小吃广场、"寻味北京年"年货 街人头攒动,游客争相品尝各种风味美食。 曲艺演出也精彩纷呈,传统相声、魔

术、变脸等汇聚成一场视听盛宴。 "今年过年'年味儿'回来了,在这里每

个人都满面春风。"游客李女士告诉《证券 日报》记者。

游客王先生对记者表示,"带着妻子孩子来逛庙会,特别开心,感觉过年的氛围更浓了,希望这样的庙会一直

办下去。孩子通过品尝传统食物、赏传统 艺术、玩民间游戏,可以沉浸体验我国优秀 的传统文化,这也是我们作为家长希望看 到的。"

中国国际经济交流中心经济研究部副部长刘向东在接受《证券日报》记者采访时表示,疫情防控政策优化以来,在促进消费回暖方面,各地因地制宜创造有利的消费环境,打造丰富的消费场景,有力促进消费恢复,提振消费者信心,助力经济循环畅通。

星图金融研究院高级研究员付一夫对 《证券日报》记者表示,在消费升级的趋势 下,消费者更注重消费体验。各类富有"年 味儿"的庙会消费场景让消费者沉浸其中, 进而激发消费意愿。

兔年新春,北京市88项传统庙会和游园活动有序恢复。其中,10个传统形式庙会和2个"云庙会"线上线下同欢乐,76项游园活动在全市主要公园和重点景区迎接游客。

据北京市公园管理中心消息,春节假期,北京市属公园共接待游客146.69万人次,其中颐和园接待游客39.66万、天坛公园接待游客29.97万、北京动物园接待游客15.6万,排在前三位。

广西大学副校长、南开大学金融发展研究院院长田利辉对《证券日报》记者

表示,公园客流量显著增加,一定程度上展现了消费复苏势头。新春消费总体上呈现出品质消费、绿色消费、理性消费的特点。

"各公园客流量明显回升,假日效应凸显,消费正逐步复苏,呈现出商品和服务消费两旺的特点,线下各类场景消费加快恢复,景区、餐饮、住宿、零售等服务业持续回暖,线上消费继续保持旺盛势头,个性化多元化的品质消费日趋旺盛,居民消费信心大幅提升,呈现出久违的烟火气息。"刘向东表示。

庙会的红火也成为民众出行、消费热情攀升的一个缩影。

1月19日,商务部副部长盛秋平在国新办举行的新闻发布会上表示,商务部围绕"改善消费条件,创新消费场景,营造消费氛围,提振消费信心"及早谋划,把全年定位为"消费提振年"。随着扩内需促消费政策措施持续发力,线下消费场景加快恢复,今年消费将呈现稳步发展态势。

随着居民出游需求逐步释放,接下来还应出台哪些举措促消费?田利辉认为,我国需要推动国民经济和居民收入增长,需要实现旅游供给的高质量发展,推出出入境游相关优化举措,进而实现我国旅游消费的可持续增长。

到餐馆堂食过把瘾 "排号""等位"成为关键词

本报记者 刘 萌 见习记者 毛艺融

春节假期,餐饮业持续复苏,浓浓烟

"每天都从早忙到晚。虽然餐位早就 预订满了,但是每天都会有顾客打电话来 询问是否有退订的。"河北衡水市桃城区一 家餐厅的工作人员告诉《证券日报》记者, 接下来还有元宵节等节日,预计这波热度 至少延续到2月14日情人节。

《证券日报》记者走访发现,多地餐饮业强势复苏,"排号""等位"等成为关键词。

1月20日(腊月二十九),记者致电河 北衡水市桃城区多家餐厅,想预订大年初 五中午的包间,但均得到"没有房间"的回 复。有饭店前台表示:"包间在去年12月 底就预订满了,每天仅预留几桌大厅散座, 供现场排队。"

1月24日(正月初三),记者来到山西运城市盐湖区的一家饭店发现,包间都已坐满,多是亲朋好友相聚。饭店经理在接受《证券日报》记者采访时表示:"饭店的厨师、服务员等工作人员留守值班,备战年夜饭、团圆饭。"

1月25日(正月初四),记者来到河北

衡水市爱琴海购物公园,商场内各餐厅就餐人数众多,过半数餐饮门店需要排队取号。"我在这边餐厅等位置,已经排了快半小时,家人带着孩子在附近奶茶店排队,前面还有26个号。"市民杨女士告诉记者。

"小桌还有152号,大桌还有53号,预计等位一个半小时以上。"1月26日(正月初五)晚6点半,衡水市高新区一家火锅店门前已经聚满了等候用餐的顾客,前来取号排队的人络绎不绝。该火锅店服务人员告诉记者:"春节期间每天9:00至24:00营业,原本下午会休息2小时,但因为用餐人数多也取消了。"

广西大学副校长、南开大学金融发展研究院院长田利辉对《证券日报》记者表示,餐饮店客流量的增加显示出外出聚会需求的恢复,是消费信心的展现,这意味着我国餐饮业迎来复苏。

据记者梳理,春节前后,各地纷纷推出政策措施鼓励餐饮业发展,如减税降费、金融支持、发放消费券等。例如,1月28日,浙江省商务厅发布数据,杭州市分三轮发放2000万元餐饮专用消费券,同时为在杭务工人员发放600元消费券;宁波市县联

动,2轮发放6亿元消费券,涉及10多个券种,已撬动销售金额12.34亿元。1月29日,《上海市提信心扩需求稳增长促发展行动方案》印发,提出对具有市场引领性的创新业态、模式及创意活动和对消费市场增长有突出贡献的企业适当予以支持,每年奖励上限为零售企业100万元/家、餐饮企业50万元/家;市、区联动发放餐饮、零售专项涉费类等

星图金融研究院高级研究员付一夫在接受《证券日报》记者采访时表示,各地推出鼓励餐饮业的政策措施恰逢其时,既能够借助各种手段改善餐饮企业经营困境,还可以在需求侧刺激居民的消费意愿,继而帮助餐饮行业尽快重回经营正轨,同时带动更多就业,并助力消费市场进一步恢复。

在付一夫看来,除了政策支持外,餐饮 企业自身也应采取相应措施寻求突破,具 体可从三方面入手:首先,要强化对食材质 量的把控,这是餐饮业的立足之本;其次, 要推动餐厅场景化升级、改善客人消费体 验,提升客户黏性;最后,要加快数字化转 型步伐,积极同电商、直播等平台合作,拓 展线上盈利渠道。

重庆火锅店遭遇"幸福的烦恼"

▲本报记者 郭冀川

在"火锅之都"重庆,一到饭点,火锅店就呈现两种状态:要么排队等位,要么赶上售罄收尾。

"烟火气又回来了。"这是《证券日报》 记者在走访过程中,听到来自火锅店老板 和店员们最多的感慨。

1月27日,重庆市文化旅游委发布消息,7天假期,重庆文旅市场重点监测的120家景区累计接待游客达到417.5万人次,同比增长37.9%,春节假期市场强劲复苏

而顾客数量的增加也给餐饮行业带来了"幸福的烦恼",食材和人手均严重不足。面对此窘境,餐饮供应链平台、灵活用工平台等线上平台成为不少火锅店老板的重要帮手。

背靠平台 原材料保供效果显著

即便已经是晚上10点多了,位于重庆江北区观音桥附近的九姐老火锅门前,依然坐着一排等待就餐的顾客。忙碌的店员不得不向陆续赶来的顾客解释,店内储备的菜品已经不多了,如果要就餐一些菜品或无法提供。店员对记者表示,"预计顾客会很多,但没想到会有这么多。"

这种有几十年店龄并在当地小有名气的火锅店,往往不会在节假日休息,虽然提前做了相关准备,但由于顾客激增,导致一些热门菜品早早就售卖一空。

记者走访发现,重庆某吉之源火锅门店晚上12点仍灯火通明,来往顾客络绎不绝。店员告诉记者,周边区域餐饮门店普遍会在春节期间歇业,他们作为连锁门店也就成为当地过节期间的餐饮服务主力,不仅会提前预备大量菜品,而且因为有中央厨房,一旦出现菜品不足的情况可协调运送。

北京华丰国际旅行社有限公司经理李鑫告诉《证券日报》记者,公司在重庆等热门旅游城市的地接餐厅,不仅可以为旅游团或定制游预留桌位,还要求有中央厨房支持或入驻餐饮供应链平台,保障原材料供应。

"以前对于合作的餐厅是否人驻采购

供应链服务平台,获得相关预制菜、餐饮食材、调味料等支持没有明确要求,但由于提前预判到今年春节各地旅游消费会较为旺盛,所以在选择合作餐厅时做了这方面的要求,现在看效果明显,目前没有接到有客户不满的投诉。"李鑫说。

中泰资本投资管理有限公司董事长 王冬伟告诉《证券日报》记者,一家中央 厨房和冻库往往能支撑周边200公里内 近百家餐饮店的配送需求,可以让餐饮 企业打破传统的手工作坊式简单初加 工,这也是餐饮连锁企业经营生产标准 化、技术工艺化、管理规范化、供应链平 台化的要求。

灵活用工 向餐饮业加速渗透

除了菜品供应紧张外,员工的紧缺也成为不少餐饮企业面临的难题。重庆南岸区一家餐饮服务供应商李多(化名)告诉《证券日报》记者,春节期间很多餐厅有临时用工需求,以往这种需求只能靠周边的人力市场和同行介绍,现在灵活用工平台的加入让招工更加便捷。

李多表示:"大约从2021年开始,重庆本地的餐饮企业就有招工难现象,那时候因为客流量不大,很多餐厅老板没有迫切感,灵活用工平台的推广并不顺利。到了2022年底,明显感觉到用工压力的餐厅老板们,往往手机里安装了多个灵活用工平台的App,随时随地都能招人。"

中国连锁经营协会联合华兴资本共同发布的《2022年中国连锁餐饮行业报告》显示,疫情之下小时工、兼职工、智能排班等多种灵活用工形式在餐饮业越来越多的出现,连锁餐饮企业平均灵活用工比例有所提升,样本企业平均灵活用工比例从2020年的13.9%提升到了2021年的17.5%。

职由人灵活用工平台客服向《证券日报》记者介绍,企业可以在灵活用工平台发布相关任务需求,个人通过用工平台承揽灵活用工任务,满足企业的各项弹性用工需求。这种灵活用工的方式保证了人员的灵活性,能够满足个人的工作、生活需求,特别是餐饮、制造企业在面对业务高峰时期的就业冲击时,可以更加灵活、从容地应对。

家电市场火热 年轻消费者青睐"健康+智能"产品

▲本报记者 李乔宇 陈 红 见习记者 彭衍菘

春节假期消费市场火热,家电市场迎来销量高增。《证券日报》记者近日走访山东、安徽、江苏等地多家家电零售门店了解到,在外务工人员成为购买主力,年轻人添置家电更倾向于"健康+智能"产品。

"消费者健康意识逐渐加强,拥有绿色环保材料,具备除菌、消毒等作用的'健康'家电很受消费者欢迎,成为热门产品。另外,智能家电凭借智能设计、个性服务、语音控制、远程操作等属性,也备受消费者青睐。"南京京东电器新街口门店销售员向《证券日报》记者表示。

"冬天乡下老家太冷,趁着春节期间有促销活动买了空调和电暖器给

爸妈。想再购买洗地机和空气炸锅,放在城里的新家用。"在南京从事IT工作的赵先生向《证券日报》记者表示。

数据显示,2023年春节期间,苏宁易购全国可比电器店客流量对比2019年持平略有增长,销售额增长5%。包括净水器、除菌冰箱、消毒柜等在内的健康家电销售量同比增长154%,投影仪销售量同比增长126%,空气炸锅、烤肉机、电蒸锅、蒸烤机等厨房生活电器销售量同比增长145%。暖风机、油汀、踢脚线取暖器等销售量同比增长315%,空调销售量环比增长215%。

苏宁易购相关负责人介绍称:"从门店 消费情况来看,健康智能类家电比较受欢 迎,智能大容量冰箱及冷柜产品需求同比 增长98%。卡萨帝、COLMO、海信璀璨等 高端产品订单量翻倍,5万元以上高端'家 电套餐'销售大幅提升。"

那么,这轮健康家电消费热潮能否长期持续下去?"短期热度不减,还将持续,长期要看企业竞争力。"盘古智库高级研究员江瀚认为,"未来家电行业将会呈现出全面功能化、垂直化的发展趋势,家电企业在垂直赛道和细分赛道上面竞争,真正有核心竞争力和市场优势的家电企业往往能在市场上取得更好的发展潜质。"

谈及家电未来的发展趋势,产经观察家、钉科技创始人丁少将向《证券日报》记者表示:"家电厂商要提升产品溢价水平、实现产品差异化,进而增强产品竞争力和盈利能力。"

本版主编 陈 炜 责 编 张 博 美 编 崔建岐 制 作 王敬涛 E-mail:zmzx@zqrb.net 电话 010-83251785