



# 消费大闯关

一场突如其来的疫情面前,餐饮、旅游、娱乐等服务业率先告急,社会消费迎来大考。政策纾困、行业自救、企业经营调整……疫情之中,消费市场正在完成一场由外而内的利益重构,也在等待一场艰难的信心修复。目前在进一步防控传染的同时,疫情阻击战也开始进入有序恢复生产的阶段。随着全国各地陆续开始复工,消费的恢复性增长或许已在路上。

## 告急:线下消费的萎缩

原本热热闹闹的春节黄金周,被新冠病毒撞了个措手不及。1月23日,湖北武汉宣布封城。同一天,庚子鼠年7部春节档新片齐齐下线。

2020年春节大年初一,全国电影票房报收181万元,去年同期数据是14.58亿元,仅有去年千分之一强。截至2月2日,2020年春节档总计报收2357万元票房,而据此前市场预计这一数据有望达到70亿元。

春节档只是序幕。1月23日这天,海底捞停掉了湖北省内的门店,随后范围扩大至全国。文旅部下发通知,次日起暂停所有国内团队旅游业务和机酒服务,1月27日起暂停出境游业务。随后飞猪、携程、去哪儿一众OTA宣布免费取消预订旅行产品。

相较于非典疫情爆发的17年前,中国经济结构发生了深刻变化。当前消费已经是中国经济增长的第一拉动力。2019年,全国最终消费支出对GDP增长的贡献率为57.8%,高于资本形成总额26.6个百分点。

国家发改委副主任连维良在2月3日的发布会上表示,从目前看,疫情对当前经济特别是对消费的影响在加大,尤其是对交通运输、文化旅游、酒店餐饮、影视娱乐等服务消费影响比较大。

根据恒大经济研究院的测算,2019年除夕至正月初六,全国零售和餐饮企业实现销售额约10050亿元,2020年同期受损严重。2019年春节假期,全国旅游接待总人数4.15亿人次,实现旅游收入5139亿元,2020年同期锐减。简单估算,仅电影、餐饮零售和旅游市场三个行业,7天内直接经济损失就超过1万亿元,占2019年一季度GDP的4.6%,这还不包括其他行业。”

人员流动的限制,最直接的后果是服务需求的减少。中国国际经济交流中心学术委员会委员王军指出,疫情暴发后,依赖于线下的消费行业几乎完全萎缩,这对2月和一季度

的打击是最直接的,而且还在持续。

天风证券预计,社会消费品零售总额今年前两月同比增速可能下降10%。当前疫情拐点未现,居民外出大幅减少,虽然网购会有一些的弥补,但由于目前仍然存在一定的风险,因而增幅有限。中国贸促会研究院研究员赵萍也提到,疫情期间,目前来说物流保障能力还无法恢复到疫情之前的水平,仓库仍不能正常发货,电商成交额会受到抑制。

## 纾困:自救和政策扶持并举

压缩成本、盘活现有人员和物资资源,疫情之下,服务业企业纷纷采取措施以期自救。

最常见的莫过于关门闭店的“休克疗法”。中国烹饪协会2月12日发布的《2020年新冠肺炎疫情期间中国餐饮业经营状况和发展趋势调查报告》显示,疫情期间78%的餐饮企业营业收入损失达100%以上,93%的餐饮企业都选择了关闭门店,其中73%的企业关闭了旗下所有门店,以应对疫情。

与此同时,与产业链上下游企业抱团取暖的“共享员工”计划也应运而生。例如,2月6日,阿里本地生活服务公司推出“蓝海”就业共享平台,餐饮商户可以通过该平台推荐员工报名成为“蜂鸟”骑手;“蓝海”项目第一批计划招聘1万名“蓝骑士”,据不完全统计,目前已有约4000名餐厅员工有意“临时转岗”。

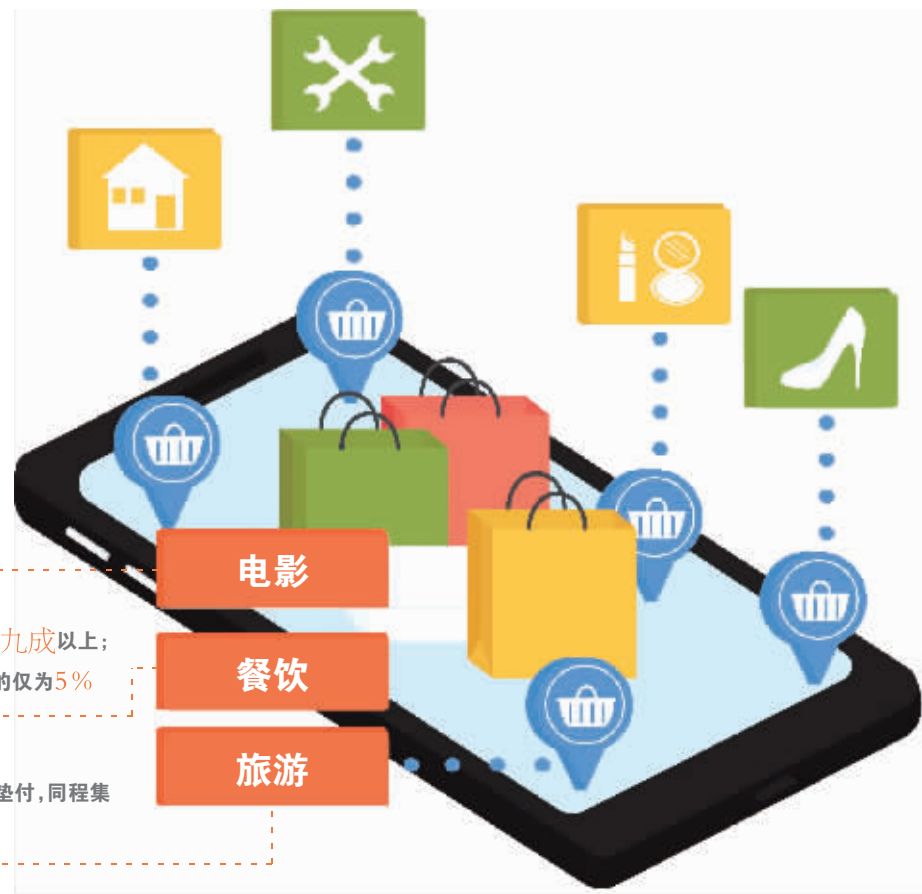
也有企业选择转战线上,或开拓新的业务,以将损失降到最低。北京的丰泽园、眉州东坡、鑫巴蜀、全聚德、花家怡园、南来顺等饭店在店门口摆起了“菜摊”。云海肴在全国建立100个社群站,调动自有冷链运输,向社区居民出售新鲜食材。金鼎轩则卖起了外送盒饭。

不过,共克时艰不能仅靠企业自救,尽管随着大城市逐渐开始复工复产,消费需求和供给有望部分回暖,但企业损失依旧无法对冲,对整体社会消费而言,也是如此。王军在接受北京商报记者采访时表示,虽然疫情期间线上产业发展迅猛,但从整体消费看,线上比重还比较低,因而对社会消费的增加影响不大。

按照往年春节档50亿-60亿元票房预估来计算,今年仅春节档便损失了全年10%的票房收入

78%的餐饮企业营收损失达100%以上;9%的企业营收损失达九成以上;7%的企业营收损失在七成到九成之间;营收损失在七成以下的仅为5%

携程启动2亿元重大灾害保障金,对用户改退订单产生的费用先行垫付,同程集团也启动了危机应急保障金2亿元



属地餐饮企业提供水电费补贴、减免各种市政和地域性收费等优惠政策措施。

## 信心:14亿市场和消费升级

疫情对消费的巨大冲击,令各界对稳增长的压力倍增。

在多数市场分析机构看来,疫情对一季度的经济增速影响最大。而从全年看,评级机构标准普尔做了一个“初步的评估”,认为新型肺炎可能令中国的GDP减少1.2个百分点。

“疫情对经济影响大小,取决于疫情防控进展和成效。影响是阶段性和暂时性的,不会改变中国经济长期向好的基本面。”连维良表示。

中泰证券首席经济学家李迅雷认为,无须把注意力过度放在疫情对GDP的影响上。“从非典疫情的经验来看,原先被压抑的消费以及进出口在疫情缓解以后得到了显著的回补和恢复,增长幅度很大,因此本次疫情一旦结束,中国经济恢复‘元气’是非常有希望的。”

中国人民大学经济学院教授于泽进一步指出,中国拥有14亿人口和稳步扩容的中等收入群体。2019年,中国人均GDP突破1万美元,人民生活持续改善。当前,中国消费市场已经形成了不同层次消费需求,居民消费的意愿和能力也在持续提升。尽管疫情在一定程度上抑制了消费,但人们的消费需求仍然旺盛。即使在疫情期间,游戏娱乐、网上办

公等也展现诸多亮点。

京东发布的大数据显示,今年春节期间各项“宅消费”需求整体大幅超过去年,其中如生鲜类的成交额最高达到了去年同期的400%,宠物生活的成交额最高达到去年的230%,游戏设备的需求峰值为去年同期的254%,健身训练则达243%。

于泽等学者看来,当疫情平息,中国居民消费便会迅速活跃起来,可能出现一波反弹性消费。不过,也有专家对此审慎乐观。野村证券首席经济学家陆挺认为,从目前看本次疫情对经济的影响要比非典更大,当前有可能系统性低估了这种影响。

对消费而言,受疫情影响更深,持续时间更长,长江证券首席经济学家伍戈表示,可能疫情结束后的两三个月,都不会出现集中消费现象。中国财政科学研究院院长刘尚希也表示,判断疫情对经济的影响要基于疫情本身的发展情况。疫情的时间越长,转化为企业、家庭及个人的成本越大。从当前情况看,新冠疫情与SARS有较大的差异性,可能会出现长期与疫情共存的情况。

“克服疫情带来的困难和影响关键在于信心。除短期政策外,应更加坚定地推出市场化改革措施,如果能推出一些措施提振信心,以现在中国各方面的条件和调度能力,共渡难关不是问题,前提是树立对改革的信心和政府治理公信力的提升。”全国人大财经委副主任、人民银行原副行长吴晓灵直言。

北京商报记者 陶凤 肖涌刚

## Market focus

# 无接触下单送货 北京创新模式防疫保供

社区内有确诊病例、小区距离超市较远怎么买菜?自新型冠状病毒肺炎疫情以来,北京市商务局引导企业创新经营模式,加大对生活必需品供应企业协调和服务保障力度,加强生活必需品供应保障,并方便市民购买相应商品。

## 确诊病例小区推线上下单

近日,富国里小区出现新型冠状病毒肺炎确诊病例,随后的几个小时内,距离该小区最近的官园百姓服务中心承担起该小区生活必需品的配送工作。

据悉,官园百姓服务中心制作微信订单一小程序,向富国里小区业主群推送了“官园百姓生活服务中心蔬果生鲜配送小程序”,有需求的居民可通过扫码加入“富国里小区果蔬配送微信群”。服务中心日订单达200余单。当货物出现短缺、脱销时,区级商务部门立即启动“点对点”应急补货措施,在1小时内将短缺货物按需求补齐,确保居民商品供应。

截至目前,西城区近50家大超市、百姓生活服务中心已开展网上订单配送服务,每个网点能覆盖周边2-3个社区,方便居民无接触购物。

## 农村市场探索“点对点”补货

在生活必需品补货方面,北京市建立了应急机制。据悉,依托(村)委会,北京



“无接触”购物将推广到全市4000个小区

市实现“点对点”送货上门服务,并探索了农村地区“点对点”服务新模式。

大兴区商务部门牵头组织区内格林摩尔、礼贤益农等企业,结合各镇街报送的商品需求、市民12345反馈诉求等,建立小、快、便的应急“点对点”直通车供应机制,已安排15辆直通车为瀛海、亦庄等50余个小区、约10万居民提供购菜服务。

目前,黄村镇采用蔬菜直通车,将蔬菜作为套餐提前打包分装,居(村)委会统计需求后进行预订,安排蔬菜直通车送货上门,为11个社区、29个村提供贴心的“点对点”服务,尽量避免人流聚集。

## 物美、多点“无接触”购物

在防疫过程中,多家企业为保证购物安全,建起了防护屏障。近日,物美、多点

联合推出“物美多点社区抗疫服务站”,目前已在石景山区、房山区的15个社区开始试点运行。

服务站利用大数据选取蔬菜水果、肉蛋奶、米面粮油等基本生活必需品,分为49元、99元、139元、199元等几档套餐供市民选择。

消费者还可以通过手机下单,在服务站自提,全程无接触。社区居民通过手机多点App下单,物美物流中心集中分拣,及时发送到各个社区。下一步,物美还将总结经验推广到全市4000个小区。

另外,美团集团发布业内首个《无接触配送服务规范》。从多个方面界定了外卖平台“无接触配送”操作规范,配合小区、医院等场所做好安全物业管理的同,也为用户提供便利服务。

北京商报记者 王维玮

# 万优汇再度招商改造 能否焕新颜

北京商报讯(记者 闫岩 王莹莹)时隔近一年,万优汇Unit One(以下简称“万优汇”)终于启动二次招商,将对剩余楼层进行改造。北京商报记者近日走访时看到,商场一层到四层已经暂停营业,B1层的大部分店铺也已经撤离。

记者在现场看到,目前万优汇的一层到四层已经完全关闭,商户已经全部撤出,而地下一层除了盒马鲜生超市以及部分小商户还在经营以外,其余商户均暂停营业。

事实上,年前,北京商报记者曾多次走访万优汇并采访过多位商户了解到,2019年11月大部分商户与商场的租赁合同到期,但商场让商户经营到年底;年后,商场除了五层餐饮街以外,其余楼层均要改造。

记者从万优汇招商信息上看到,万优汇定位“趣味新潮智活主场”,将打造全新休闲娱乐生活新场所,引进多家时尚与餐饮品牌。未来,一层主要以咖啡店、面包店、服饰以及数码产品为主,二层主要以亲子业态为主,三层主要以女式服装、化妆品为主,四层则为男装和运动品牌。

对此,商场方面表示,亚奥商圈多为中高端商业,主要服务于高端精英消费群体。但回天地区人口基数庞大,上班族、工薪家庭较多,区域缺乏便民型的社区购物中心。弥补市场空缺,千万优汇成功转型而言是一次不容错过的机会。

据悉,万优汇的前身是北方明珠百货,2018年初完成更名。此前,北京商报记者曾向商场负责招商的工作人员询问未来的改造计划。工作人员表示,未来商场主要以18-35岁的年轻时尚群体为目标客群,在原有业态内

容的基础上希望能够引入一些时尚、个性或者首店等品牌。

根据当时工作人员给出的招商介绍,改造后餐饮比例将占到50%,彼时就有分析称,50%的餐饮比例让本身存在诸多竞争压力的商场更加不被看好。如今,或许更改改造方案,增加更多的其他业态,才能让该项目有“存活”的空间。

北商研究院特约专家、北京商业经济学会常务副会长赖阳表示,仅有餐饮是不够的,消费者还是以休闲、娱乐、体验等内容为主,生活方式的其他功能也需要有较大的增加。

业内人士表示,长久以来,亚北地区在商业配套上一直存在诸多不足,与近百万常住人口相比,目前的商业配套基本无法满足消费者的实际需求。随着回天计划等一系列政策的开展,以及万优汇的进驻,未来亚北商圈有望焕发新的活力。

居住在通天苑附近的刘先生对北京商报记者表示,此前的万优汇是个批发市场,虽然环境较差,但是商品便宜种类齐全,获得了不少消费者的好评。但改造之后,餐饮品牌相较于龙德广场却有不小差距,消费也增加了,以前的消费者可能以后就不来了。”

万优汇位于昌平区与朝阳区交汇处,地处通天苑社区最南端,与龙德广场仅一街之隔。对于如何与龙德广场差异化发展,首都经贸大学教授陈立平认为,这个商场相比于龙德广场来说,体量较小,所以比较适合做社区邻里中心,应该有可以满足周围居民基本生活需求的业态。其实现社区突出的问题就是一老一小,在这之中,社区邻里中心关注养老以及儿童教育方面其实也很重要。