主管总编辑助理 吴文治 编辑 闫岩 美编 李烝 责校 李爽 E-mail：syzk2008@126.com

北京商业战疫报告

北京十大商业品牌抗击疫情样本调查（三月）

（上接9版）

北京商业 春分将至

餐饮篇

遭遇重创“花样”自救

餐企遇到的前三大困难

花样翻新的经营模式

突然暴发的疫情给餐饮行业造成了意想不到的重创。餐饮企业损失了近九成的营业收入，同时承受着人力成本、房租等大量固定支出以及原辅料带来的巨大损失，现金流成为集体面临的最大问题。

据中国饭店协会调研显示，疫情期间在餐企面临的最大困难中排名前三的分别是：人力成本压力、营收大幅减少、门店租金压力。据中国饭店协会发布的《2019中国餐饮行业报告》显示，行业平均人力成本和租金成本占餐企营收32.67%，行业平均原材料成本占营收的41.31%。调研显示流动资金能够撑到3个月以上的餐企寥寥无几，仅占比9%；现金流能够支撑1-2个月的餐企占比31%；27%的餐企表示已经无法继续支撑。

不过，进入3月以来，行业情况也开始发生好转。根据“分区分级，精准防控”的原则，餐饮企业按照外卖、团餐、堂食、包间等有序复工。一些低风险地区的餐饮堂食企业逐步在复工。

其中，大型连锁餐饮企业的复工率近60%，要远高于平均值。目前行业复工比率较低。在未复市的原因中，政策不允许位居榜首，占比25%。其次是认为消费市场尚未恢复占比20%，安全责任大占比19%，缺乏足够的防护物资占比12%，复市审批难占比8%，食材供应不足占比5%。

同时，也有越来越多的餐饮企业开始通过各种方式展开自救，在逆势中发掘企业自身可发挥的优势，并从中发现新的商机。在此期间，北京的优秀品牌不忘在应对过程中反思行业发展模式，对疫情后的创新路径进行了大胆试验。

扫码阅读报告全文

电商篇

滞销到爆款 打通小微企业生命线

商品滞销、消费需求被抑制……突如其来的新冠肺炎疫情引发了零售行业一连串的连锁反应。从生产商、品牌商、供应商，到平台商家、线下零售门店等，零售业全产业链都面临着巨大压力，一些商家、厂商甚至走到了倒闭的边缘。

电商企业快速打通商流，解决商品滞销问题，逐渐盘活全产业链。多方努力之下，更多用户逐渐采取和接受线上购物，很多上下游企业也更加重视互联网渠道，甚至是全渠道布局。

回溯过去数月，突如其来的疫情对中国多个行业都是一次考验，对零售行业而言更是大考。触角伸到制造领域的电商企业，更有能力摸清行业规律。电商将带货能力极强的直播功能无偿开放给商家的同时，也及时把握住了这波商家进驻的浪潮。

面对生产迟缓、物流不畅等一系列问题，电商企业凭借智能供应链、数字化手段等一系列核心能力，从保障商品正常供应、稳定物价到高效的物流配送，再到重点防疫物资的输送，在保障整个社会的正常运作中起到了关键作用，也凸显了电商企业商业模式的价值所在。

以智能供应链和智能为代表的新一代基础设施，不仅成为电商抗疫作战的核心能力，也帮助大量企业跨越疫情阻隔，实现“逆生长”。电商企业凭借技术、供应链和物流打造出的新一代基础设施，未来也会扮演越来越重要的角色，引领并推动中国零售行业未来的发展，助力中国经济高质量增长。

扫码阅读报告全文

老字号篇

连锁店遇困 外卖微商城助攻

不停产、提前复工、按量生产、承诺不涨价、门店照常营业，这是北京老字号企业在疫情以来每天的营运常态。它们还顶着疫情的压力向一线医护工作者捐赠必需品。与电商、互联网企业相比，北京的老字号企业为“中小”企业，在战“疫”前线不退缩；与北京市民相伴百年的老字号，在疫情期间依然守在他们的身边。北京稻香村、吴裕泰、菜百等布局连锁零售网络的老字号企业，在条件允许的情况下，坚持经营不打烊，给北京消费者带去便利。

面对困难，老字号企业必须思索转型升级的可能性。不少品牌频出新招，愈加注重发展线上销售渠道，加码线上线下融合发展。无论是微商城、还是外卖平台逐渐成为老字号在疫情期间的核心销售渠道。

值得注意的是，淘宝直播平台也成为老字号的新竞技场。主播与设计师上阵为线上消费者讲述品牌故事，推出特价商品。一场疫情，没有让北京老字号降收，而是化危为机，带来营销方式的升级变化。

扫码阅读报告全文

北京商报记者 王晓然 赵述评 郭诗卉 谢佳婷 刘卓澜 陈韵哲 郭缤璐 赵驰 何倩

给深航一首歌的时间 听听抗疫中的“那些事”

“上机前其实也是怕的，系好制服的最后一粒纽扣，就忘了怕。”隔着电脑屏幕，有恰到好处的弧度蔓延过嘴角唇边，漾在深圳航空北京分公司（以下简称“深航北分”）客舱服务部分队长赵爽弯弯的眼睫上。正是这些“深航女孩”会笑的眼睛，给了疫情下每一位乘客安定的力量，也给深航北分党总支书记、总经理苏炜带来了创作的灵感，通过《微笑的眼睛》这首歌，为特殊时期的民航一线员工带来鼓舞。苏炜觉得，与其说这首歌是一个音乐作品，他更愿意称它为一个故事，一个讲述抗疫时期每一位乘务人员简单却不平凡的一线抗疫故事。

艺术源于生活，每一位一线员工都是写作的素材。谈到创作灵感时，苏炜表示，他的这首歌，是专门写给抗疫一线的民航工作者们。“疫情发生以来，很多员工始终坚守岗位，在这个过程中的未知也很多，除了对未知病毒的恐惧，机组人员还有可能会接触疑似病患，前往高危疫区；且初期的时候信息还有些不对称，行业除了防疫，还要保证关键时刻的输出。这个过程中工作人员的坚持和坚强，给了我很多力量。”

对苏炜来说，印象最深的，是乘务员的镇定。据介绍，今年2月，曾有深航北分的乘务员接触到疑似患者，需到指定地点进行隔离。“我跟10名机组人员都通了电话，其中不少乘务员是‘90后’的小姑娘，在我看来她们还都是些天真烂漫的孩子。但那个时候，她们反过来安慰我，说一定配合防疫工作，也时刻准备回岗位继续工作。”

苏炜回忆，初期机组隔离的地点是顺义的一家集中隔离酒店，“怕传播病毒，屋内不能开中央空调，乘务员就在水瓶里灌热水抱着睡。半夜12点隔离期满的时候，我去酒店接人，一边出酒店，我就一边想，怎样将这些事情记录下来，也就有了这首歌。从写词到谱曲，总共花了不到15分钟，因为这段时间的经历就印在了脑子里”。

说到感受，赵爽也直言，“上飞机前说不怕是假的，不光自己，家里人也都很紧张，但真正走进舱门，对我来说这就是一份正常工作，也是这次的经历，让我对乘务员有了不一样的体会，为这份工作感到骄傲”。

除了歌曲创作外，在战“疫”的过程中，深航北分还做了不少工作。

苏炜表示，疫情发生后的首要任务就是跟进相关政策，为旅客办理退票的工作，“深航不仅第一时间在多个渠道发布客服电话，还增加了内部抽检的密度，发现有电话等待时间过长等问题，紧急安排了技术人员进行优化，尽量在第一时间为顾客提供服务”。他进一步介绍，由于旅客购票渠道不同，也造成了一些协调上的问题，“因此优化对接渠道，提高沟通效率。也成为我们未来要增强的的方向”。

另外，餐食方面，苏炜表示，为减少接触，机上餐食已由餐盘热食变为了简易餐食。同时，一旦飞机上出现疑似患者，也会立即更换机上空气过滤设备。“过滤设备以往的更换周期大概在半年左右，但特殊时期企业必须承担起更多的社会责任。”除了外防内控，深航在物资运输方面也作出了贡献。据了解，在获悉武汉急缺物资后，深航第一时间发布了联系电话、提出免费运输防疫物资，并陆续接到了相应的需求电话，其中包括昆明、南京等地的医疗团队运送，以及相关的物资运输。

各行各业的复工复产中，交通运输成为了“先行官”。据悉，在疫情期间，深航北分进出港航班减少了1/3，目前正逐步增加每日航班量，值班人员会每日确认次日航班计划，并对其他部门作出提醒。据了解，复工复产后，各行业出现不少包机需求，而航司作为社会型企业，要承担更多的社会义务。截至3月15日，深航确定执行复工包机航班7个架次，运送旅客人数1031人；复工团航班29个架次，运送旅客人数1826人。

谈到下一步的发展计划，苏炜表示，深航作为第五家进入北京的基地公司，在北京市场已耕耘了11年。“未来2-3年将是深航的一个机遇期，我们会根据手中资源情况，尽可能增多一些航线。目标就是尽可能减少从北京出发的转机次数，争取扩充通航点。”

图片及视频来源：深航北分

扫码观看视频

五粮液战“疫”：满负荷抢生产 经济战线作贡献

这是五粮液历史上不曾有过的战斗场景——近万名员工戴着口罩，在制曲、酿酒、勾调、包装等生产线上，鼓足干劲，挥洒汗水辛勤劳作……

面对这场看不见硝烟的战役，集团既要确保员工身体健康安全，又要加速复工复产，全面完成全年生产经营目标任务。这是“后方”，也是“前方”。虽然五粮液人不能像医护人员那样到一线抗击新冠肺炎疫情，但却第一时间复工复产，在经济战线作出自己的贡献。

最快时间复产 助力经济战线战“疫”

2020年伊始，面对新冠肺炎这场战“疫”，面对这场大考，五粮液人戮力同心，沉着应对。

疫情发生初期，五粮液第一时间向武汉市慈善总会捐出首笔3000万元资金，拉开湖北省外酒企捐助序幕。同时，还积极组织了一批医用酒精、医用口罩等应急物资支援一线抗疫工作。截至目前，已累计捐款9200万元支援战“疫”。

在做好疫情防控的前提下，五粮液积极响应国家疫情防控与复工生产“两手抓”两不误”的号召，2月3日后，企业各板块陆续复工；2月10日，企业全面有序复工；2月13日，酿酒生产全面实现满负荷生产，带动玻璃、印刷、塑胶瓶盖等配套产业100%复工复产。

五粮液集团多次召开会议，周密部署复工复产工作。五粮液集团公司党委书记、董事长李曙光，集团公司总经理、股份公司董事长曾从钦分别带队检查复工复产工作，要求各单位复工复产必须做到“五到位”，即防控机制到位、人员管控到位、物资保障到位、消毒管理到位、宣传引导到位。

李曙光提出，要坚持年初总体发展目标不动摇，一手抓防控、一手抓发展，在坚持“稳中求进，一管控三强化”工作方针的基础上，进一步突出加强计划、渠道、结构“三个优化”，加快机制、团队、数字化“三个转型”，推动全年生产经营完成预期目标。同时，号召员工以“功成不必在我，建功必定有我”的境界，把各项事业推

向前进，开创工作新局面和发展新局面。

五粮液以最快的速度推动复工复产，拉开了在经济战线战“疫”的序幕。白酒主业生产上，着力推动车间满负荷生产；主业营销上，推进数字化新零售模式营销，满足消费方式新变化；多元产业上，抢抓订单，推动生产经营正常化；重大项目上，加快既利当前又奠基长远的在建新建项目复工开工……

“后方”也是“前方” 满负荷生产多作贡献

502车间技术人员李朝君和同事们一直没来得及休息，悉心呵护培育那些“看不见的酿酒工人”。李朝君说：“全国几万名医护人员勇敢地奔赴武汉抗疫，我们虽然不能像医生护士那样去一线抗疫，但却可以做好本职工作，在本职岗位上多作贡献。”

在单体酿造车间——五粮液523车间里，组长袁世华正带领17名组员忙着酿酒，起糟、拌粮、上甑、蒸酒、摘酒、摊晾、加曲、入窖……每一个酿酒工人都在自己的工序上铆足劲儿干。复工这段时间，五粮液的产酒率比往年提高了。

梁武群是508包装车间的一名班长，这是她进厂工作以来，感觉压力最大的一个时期。“由于疫情影响，积压了很多任务。目前车间在做好防疫工作、保证工作质量的前提下赶进度。现在每隔一天就会加一天班，争分夺秒将积压的任务抢回来。”

五粮液人相信，摘下口罩的那一天迟早会到来，五粮液美酒将致敬每一个在“前方”后方”奋战的英雄，致敬磅礴的中国力量。