编辑 常蕾 美编 张彬 责校 唐斌 电话:64101673 syzx10@126.com

应急响应降级 北京消费蓄势待发

应急响应级别下调三级的首日，北京商业已蓄势待发。7月20日，北京商报记者走访多个商圈看到，商场、餐厅客流逐步回升，促销活动就绪，北京也将重启消费季。同日，北京市文旅局宣布，即日起恢复本市旅行社及在线旅游企业经营跨省（区、市）旅游团队及“机票＋酒店”业务。实际上，面对疫情下的经营特点，北京商家早已熟练掌握常态化疫情防控基础上如何平稳运营，而当下，如何释放消费潜力，提振业绩成为了商家们的首要大事。

商场:营销活动就绪 消费季重启

一面是“降级”初期防控不敢松懈，一面是商场已安排上本周末的户外市集、夏夜弹唱会。

北京商报记者走访时看到，朝阳合生汇、三里屯太古里、国瑞城等商场的重要进口处均需要使用“北京健康宝”扫码登记和测温才可进场。在餐厅内，服务人员依旧安排专人对就餐人员检测体温、核实“北京健康宝”信息，并控制人流密度和就餐人数，拉开桌位间距。因此，店外等候的顾客也不少。

商场内的影院何时复工，这成为北京消费者的关注热点。北京商报记者了解到，目前北京来福士Cinker影院已经复工并筹备开业工作。北京来福士Cinker影院相关负责人表示，影院严格执行网络实名预约售票、每场上座率不超过30%、不售卖零食和饮料、影厅内禁止饮食、合理安排场次，稳妥有序推进电影院恢复开放。目前，影院具体开业日期尚未确定。

在防控基础上，品牌商家已经在产品、场景、渠道上进行升级创新，为消费重启做准备。北京商报记者注意到，不少餐饮门店推出促销、直播活动，还有门店更新菜单，出招“揽客”。此前，老字号品牌东来顺根据商圈和消费群特点，在北京王府井apm总店推出了自助火锅，仅在周一至周五午餐时段供应。比格比萨则不定时发起直播互动，介绍新品、优惠。赵志强表示，接下来将重点做好消费者体验和营销引流。

对于商场方的引流出招，朝阳大悦城将在本周末启动暑期促销，包含满额返以及餐饮团购，计划持续到8月中旬。同时计划本周末启动户外市集、夏夜弹唱会、即兴喜剧趴、运动课堂等现场体验活动。

在餐饮业内人士看来，北京疫情波动对流动人口商圈影响比较明显，如办公商圈、商业商圈等。因此，未来一段时间内，引流、吸粉、促销等举措将是北京餐饮企业必然要做的努力。

与北京“降级”同步，北京消费季也将全面重启。

据北京市商务局相关负责人透露，在重启北京消费季活动方面，以激活消费潜力为主线，以促进新消费22条政策为抓手，立足京彩、京券、京品、京味、京韵、京炫六大活动板块，充分利用暑期、国庆、“双11”、“双12”、跨年等节点，以及夜经济、直播带货、冰雪运动等消费热点，做到“周周有活动、月月有亮点”，努力稳住消费基本盘。

朝阳大悦城相关负责人向北京商报记者表示，朝阳大悦城后续计划把握复苏节点，以一系列促销与推广活动，吸引更广泛的客群到店。9月将是朝阳大悦城十周年店庆，计划在疫情防控稳定前提下，乘势追回客流与销售。

北京商业经济学会常务副会长赖阳表示，疫情给北京商业发展带来了不确定性，各大商业企业促进市场回暖和消费回升，释放消费潜力，应主要瞄准本市消费者。同时，瞄准本地消费带动外部消费并不仅仅是此次疫情下需要提倡的发展方向。此外，各大商业项目和餐饮企业也应加强体验消费、文化消费的布局，抓住本地消费群体，提升消费活力。

餐饮:网红店排队 客流恢复八成

在应急响应级别下调三级后的第一天，北京多数商圈都显得格外活跃，客流不少。北京商报记者分别走访三里屯太古里、朝阳合生汇、崇文门新世界百货及国瑞城等区域看到，即便在周一的工作日时段，商场内都有很多顾客。

中午12时左右，朝阳合生汇21区BLOCK有不少学生群体和年轻消费者就餐，甚至还有一些门店在排队。

如新▮一兄冰室需要排队取号，等位时间需40分钟。下午1时左右，三里屯太古里北区OURBakery几乎满座，南区的喜茶外也有不少消费者排队购买。同时，三里屯太古里新开的AppleStore内外均有不少消费者围观。下午2时左右，北京商报记者从崇文门店线上下单，等待时长达半小时。

根据朝阳大悦城提供的数据显示，6月疫情波动后，该商场客流下滑明显，自进入7月以来，客流持续回升，上周客流已恢复至去年同期的六成左右，但距疫情反复前的七成还有所差距。朝阳大悦城相关负责人表示，预计“降级”后能够带动商场客流进一步回升。

餐饮作为商圈与商场的主要引流利器，在北京疫情反复期间，客流也曾出现断崖式下跌。不过，在7月20日的“降级”首日，绝大多数餐饮门店的客流都十分喜人。北京商报记者走访多家餐饮店看到，不少门店都在排队，客流量、销售量也明显回升。如在萃华楼、海底捞、喜茶门店内，堂食顾客明显增多。

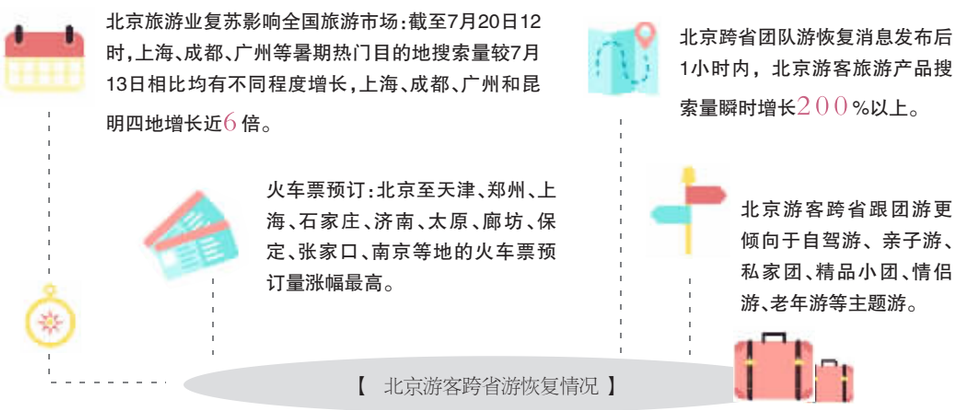
比格比萨创始人赵志强对北京商报记者表示，从前天开始，客流已经恢复到日常的八成左右，再加上这两天高考、中考结束，随着疫情好转，消费者的到店消费热情明显上升。

此前曾经明显遭遇断崖式客流下滑的日料门店，如今也逐渐恢复。据记者了解，其中将太无二、江户前寿司等日料店的三文鱼等产品已重新上架。将太无二门店前贴出了食品安全声明，称严控食材直配渠道直送总部配送中心，不经市场流通，三文鱼食材自机场提货直送总部。

不过，相对于其他餐饮品类，日料店的经营回暖还不够明显。江户前寿司创始人姜炳升告诉北京商报记者，门店经营情况有所好转，但不明显，消费者对日料消费还是相对谨慎。

中国烹饪协会则认为，加强疫情防控仍是这一阶段的工作重点。餐饮企业要坚持将各项防疫工作常态化，重点排查生鲜、冷冻猪肉、牛肉、羊肉、鸡鸭肉等畜禽类、水产品及其制品等品种，专业冷冻冷藏库房等重点部位的食品安全风险隐患。高度重视前厅及后厨环境的清洁消毒，履行食品安全主体责任，加强重点环节食品安全自查。

旅游:跨省游解禁 市内景区承载量上调



暂停多时的京城跨省团队游终于按下了“重启键”。7月20日，在“北京市新型冠状病毒肺炎疫情防控工作”新闻发布会上，北京市文旅局一级巡视员周卫民宣布，在做好疫情防控工作的前提下，即日起恢复本市旅行社及在线旅游企业经营跨省（区、市）旅游团队及“机票+酒店”业务。同时，北京还调整了旅游景区限量措施，全市旅游景区接待游客量由不得超过最大承载量的30%调至50%。上述消息一经发布，立即点燃了北京人的出游热情，部分平台北京游客对相关旅游产品的搜索量瞬时增长了200%以上。

“终于等到这个令人振奋的好消息了。”有北京旅行社门店负责人表示，恢复跨省团队游和“机票+酒店”业务对于旅游企业来说，相当于是一个全面复工、全速复苏的信号。

值得注意的是，周卫民强调，恢复本市跨省（区、市）旅游团队及“机票+酒店”业务同时，不开展赴京外中、高风险地区的团队旅游及“机票+酒店”业务，不接待国内中、高风险地区旅游团队来京旅游，不开展赴汛情严重区域的团队旅游业务。出入境旅游业务暂不恢复。

此外，在发布会上，周卫民还提及了北京旅游景区限量措施调整的相关内容，即：全市旅游景区要继续贯彻落实“限量、预约、错峰”要求，接待游客量由不得超过最大承载量的30%调至50%。在严格落实各项防控措施的前提下，采取预约、限流等方式，开放旅游景区室内场所等。

跨省团队游“解禁”的消息，不仅点燃了北京市民的出游热情，也在供给端引发了一系列的连锁反应。

“消息发布后1小时内，北京游客搜索相关旅游产品的瞬时搜索量环比同日13-15时增长了200%以上。”携程相关负责人表示，而从携程门店的订单情况看，截至7月20日晚6时，北京游客出游下单的人次比前一日多了几乎一倍，同时，各地来京游客的旅游订单量也出现了一波明显增长。该负责人预计，北京恢复跨省团队游预计将直接或间接拉动上千亿元的旅游收入。去哪儿网总裁勾志鹏更直言，在各项政策利好的带动下，目前暑期游热度已回升至去年八成左右。

勾志鹏介绍，其实，就在7月20日上午，去哪儿网上由北京应急响应级别调整至三级带来的新一波旅游产品搜索热潮就已经蔓延至全国大部分城市。截至7月20日12时，上海、成都、广州、深圳、昆明、重庆、西安、杭州、海口和郑州等暑期热门目的地搜索量较上周同期均有不同程度增长。其中，上海、成都、广州和昆明四地增长近6倍。

就此，各旅行社、OTA都摩拳擦掌筹备、上线相关产品。中青旅遨游网市场发展群总经理助理冯若宾向北京商报记者介绍，目前该平台已经上线预售了300多条出京跨省团队游产品，并计划在8月将这类产品增加至800多条，未来，针对“十一”假期、春节进一步将相关产品供给规模扩充至3000条、1万条。此外，目前多家旅游企业都在规划制定跨省团队游相关游客安全保障措施。“根据规划，未来我们的出京跨省游团队中如果出现确诊人员，全团将根据当地卫生防疫部门要求进行入院治疗和隔离观察，配合相关部门安排并中止行程、退还全部旅游团费。”冯若宾告诉北京商报记者。

“这一次，跨省团队游恢复后，不能再按照过去的模式进行，改变是必然的。”神舟国旅集团门市总经理刘玉松告诉北京商报记者，受疫情影响，游客消费心理及倾向都发生了一些变化。从出行目的地来看，比起人挤人的传统景区、热门室内景区，游客开始更倾向于户外景点以及自然生态景观。出行的主要目的也由观赏景致、了解历史文化变为放松心情、缓解压力、享受亲情。

北京第二外国语学院中国文化和旅游产业研究院副教授吴丽云指出，当前，游客的消费心理确实与疫情之前存在较大差异，未来疫情逐渐向好后很可能再次产生变化。不过，吴丽云也提出，尽管北京的跨省团队游重新放开，但还受各方面影响，无论是团队规模还是业务总量在短期内可能不会出现暴涨的情况。 **北京商报记者 赵述评 郭缤璐 刘卓澜 蒋梦惟 杨卉**