

探访北京“双节”保供

京城民生类商品供应倍增

生鲜供应增长2-3倍

随着春节脚步的临近，北京市场的春节保供也拉开序幕。12月30日，北京商报记者了解到，北京各大超市企业已加大了对民生必需品的采购量，多家连锁超市发挥直采优势，联动北京周边等直采基地，提前做好货源储备，保证随时供应。

据华冠超市方面介绍，今年春节商品备货量较同期增长30%，生鲜商品的备货量较同期也有2-3倍的增长。华冠超市相关负责人告诉北京商报记者，由于生鲜商品对鲜度要求较高，华冠已经与直采基地做好联动，提前做好货源储备保证供应。

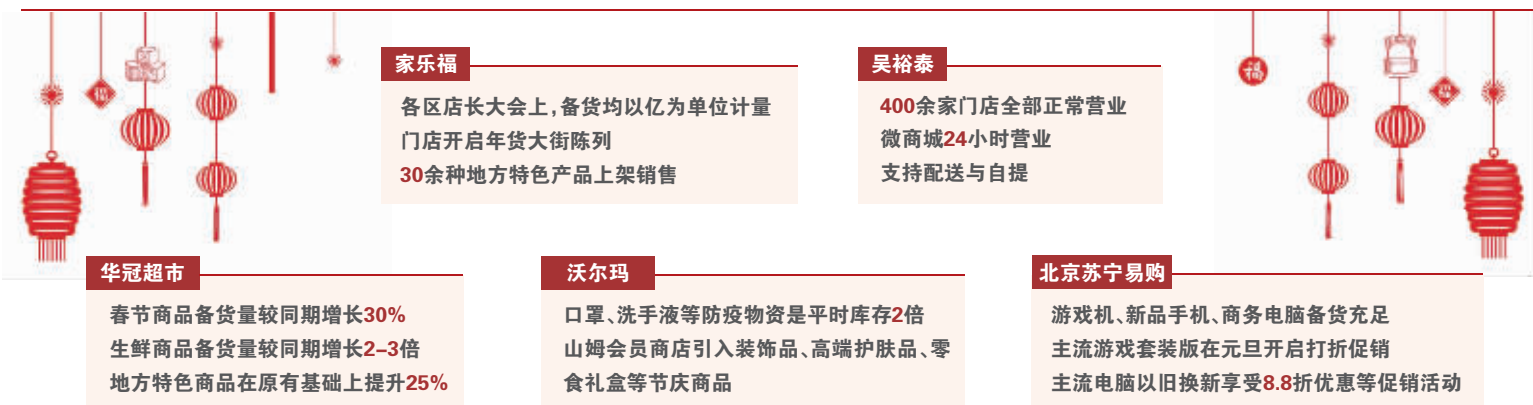
金瀛便民服务中心总经理丛子斌对北京商报记者表示，金瀛便民服务中心北京20余家门店在“双节”期间将全部正常营业。目前，金瀛便民服务中心已经有针对性地做了一些部署，全力保障北京市场“双节”供应充足、价格稳定。

“在供应方面，我们加大了新发地仓储蔬菜水果的供应量。同时，我们跟员工已经提前召开了动员会，让大家在“双节”期间持续上班。与此同时，我们向外地员工发出尽量不离京的倡议，并将在工资待遇及福利方面给予员工相应的补贴。”丛子斌说。

沃尔玛针对春节期间的防疫用品已开始积极行动。在持续做好门店疫情防控的基础上，积极备货，畅通物流，确保市场供应充足。其中，口罩、洗手液、消毒液等防疫物资货源储备充足，预计春运期间备货是平时库存的2倍。

此外，“双节”需求的增加势必将为超

随着元旦、春节假期临近，首都疫情防控正面临着重大考验。目前，北京已出台多项防控措施，其中就包括提倡市民群众在京过大年。12月30日，北京商报记者了解到，为了保障元旦、春节期间的供应，北京各大超市企业利用优势采购资源和高效的供应链能力，保障米面粮油、蔬菜、肉蛋奶、水果等民生商品和年货有充足的库存。同时，连锁零售企业与周边直采基地已达成合作，提前做好货源储备保证随时供应。此外，为了满足消费者线上的购物需求，各家企业也针对今年疫情防控，在人员、岗位、防疫等方面做好预案，保障在京地区正常运营。



市企业用工提出新的要求。在人员保障上，华冠相关负责人表示，考虑到春节高峰期间的用工需求量增加，华冠将采取停休、倒休的形式确保工作岗位运行，同时，总部员工将下沉门店支援业务一线，保证卖场秩序。

丰富商品供给

值得注意的是，面对当前严峻复杂的防控形势，北京市提倡市民群众在京过年，党政机关干部带头在京过节。在此背景下，针对年末岁尾的采购热潮，北京商业企业在加大供应之外，还将丰富商品供给，为消费者提供花样过新年的服务。

据华冠相关负责人介绍，由于今年春节

的特殊性，北京倡导在京过年，所以在商品的选择上，在原有的基础上增加了各个地方特色商品的占比（占比提升25%），让在京过年的顾客也可以感受到熟悉的氛围和家的味道。例如，四川腊肠腊肉、江浙金华火腿、云南鲜花饼、德州扒鸡等。

家乐福各家门店已经开启年货大街陈列，其中特别定制的真空盐水鸭、德州扒鸡等30多种产品已经上架销售。此外，山姆会员商店还引入了装饰品、高端护肤品、零食礼盒等节庆商品。

值得注意的是，后疫情时代呈现健康意识增强、居家时间增多、生活半径缩短三大趋势。据苏宁数据显示，在疫情期间，92%的消费者在选购家电时会特别关注健康功能，更有30%的消费者特别关注健康家电，并且已

对家中的家电产品进行了更换。

据了解，北京苏宁易购针对宅家经济推出系列活动，其中针对宅家经济下需求较大的游戏机、新品手机、商务电脑、大屏电视、除菌消毒家电等也备货充足，充分满足消费者的购物需求。例如，针对当下畅销的游戏机switch和健身环等主流游戏的套装版也将在元旦开启打折促销、主流电脑以旧换新享受8.8折优惠等促销活动。

此外，在餐饮方面，为了保证“双节”的餐品供应，有越来越多的餐饮企业开始加入半成品的行列。旺顺阁相关负责人在接受北京商报记者采访时表示，旺顺阁今年除了准备常规的年夜饭外，还推出了一些盆菜、腊味礼盒、熟食礼盒等，相较于以往品类更加丰富。北京华天相关负责人则表示，北京华天今年

将拓展年夜饭市场的重点放在了半成品上，在原有产品的基础上扩充年夜饭半成品的产品种类。

多样化送货到家服务

事实上，在疫情影响下，大部分消费者都在线上下单取代了到店消费。在即将到来的“双节”期间，为了避免线下人员聚集，各大企业在到家配送上尽可能开通更多的入口。

据了解，为了更好地做好疫情防控工作，华冠商业在百货线上商城、超市京东到家、淘鲜达、美团、饿了么、社区拼团配送等多个业务模块开展减免优惠活动，倡导顾客通过线上下单的形式，减少聚集风险。

部分老字号企业也开启了线上配送等服务。据吴裕泰董事长赵书新介绍，吴裕泰在北京400余家门店将正常营业。同时，吴裕泰微商城实现24小时营业，消费者可以根据定位就近选门店购买商品。目前，吴裕泰微商城支持商家配送与到店自提两项功能。

同样作为老字号企业的北京稻香村，在饿了么上线了散装糕点、糕点礼盒、预包装小食、袋装熟食等产品。据北京稻香村第三营业部店长朱喜表示，目前店内每天十几个外卖订单，平均订单价格在200元以上。订单中商品也多以熟食、主食为主。外卖订单一般会经过30-40分钟送货到家，并实现“无接触”服务。

此外，为了保证消费者基本生活物资的供给，满足大家足不出户的购物需求，苏宁物流将持续为消费者提供线上下单无接触送货服务。“一小时达”服务也将为消费者提供急速送货上门服务，避免线下聚集。

北京商报记者 王维祯 郭缤璐 赵驰

2021年夜饭调查

在京过年 云上年夜饭已就绪

在疫情防控常态化下，即将到来的2021年春节年夜饭变得格外特殊。由于疫情防控需要，消费端对于年夜饭的需求也在发生变化。在线下，消费者更加重视餐厅的防控，半成品单品需求增加；在线上，消费者对年夜饭外卖需求猛增。北京商报记者在近期的走访、调研中了解到，不同于往年，今年北京餐饮市场线上年夜饭的需求量增长很快，同时由于在京过年的号召，线上年夜饭的需求也更加旺盛，而来自需求端的变化也将给今年的年夜饭市场带来更多商机。

餐企、平台发力

近期在北京商报发起的关于年夜饭的系列调研中，有37.29%的受访者希望今年餐饮企业能够推出年夜饭外卖服务，位居“消费者希望餐饮企业推出的新的年夜饭服务”之首。足见消费端对于年夜饭外卖需求的旺盛。

北京商报记者联系到外卖平台饿了么了解到，饿了么今年已经开始筹备年夜饭供应工作。

今年饿了么将继续升级年夜饭的线上供应，联合一批行业内知名正餐品牌以及地方特色餐饮老字号，推出“过年欢聚套餐”。消费者预计在2月初就可以在饿了么上提前预订。

饿了么相关负责人表示，2020年受到疫情因素影响，餐饮行业的线上化增长很显著，行业内的不少商家已经开始筹备今年线上年夜饭以及年货的零售供应，预计2021年春节从参与品牌到提供的年夜饭菜品种类和数量都将进一步提升。加之近期，因为疫情防控需要，北京鼓励在京过年，北京的外卖预计也将迎来高峰，饿了么将做好各项运力保障和供应协调，携手商家一起服务好北京消费者，满足消费者“年夜饭到家”需求。

在餐饮企业端，除了旺顺阁准备了年夜饭外卖并且制定了店员配送的预案外，也已经有很多餐饮企业开始发力线上。近期中高端正餐品牌1949全鸭季就与美团

业更加灵活地应对2021年年夜饭市场的新需求和新变化，同时餐饮企业也应结合自身业态特点有针对性地做适合自身的准备，在提升效率的同时控制好成本。

上线半成品缓解压力

在本次走访调查过程中，北京商报记者了解到，消费端对于年夜饭半成品的需求也在不断提升。而半成品本身非常适合线上，年夜饭半成品礼盒、套餐等早已成为电商平台春节期间的热卖产品，餐饮企业也可以尝试通过“半成品上线”的方式缓解年夜饭期间的线下产能压力。

和君咨询合伙人、连锁经营负责人王志宏表示，在当下的特殊环境下，消费者对在外就餐存在一定顾虑，这也催生了年夜饭外送诉求提升。同时，一直处于辅助角色的半成品业务也逐渐在年夜饭整体业务中变重。不过，在半成品产品方面，目前大部分企业面临的是如何提高半成品的出品或者生产效率的问题。另外，很多消费者不选择半成品产品的重要原因也是产品口味有出入。因此企业在布局时要着重考虑和解决这类问题。

中国社会科学院财经战略研究院互联网经济研究室主任李勇坚认为，年夜饭是餐饮业在春节期间很大的收入来源，但受疫情影响，餐饮企业也开始准备常规年夜饭业务之外的一些业务，包括推出外送服务、半成品产品等。但是，企业在布局线上业务的同时也需要考虑配送、产品、供应链等方面的问题。并非仅仅是在网上挂上链接或者生产出半成品产品就大功告成。在外送方面，消费者对于配送时长和服务有一定要求，企业要有一定配送能力或者与第三方合作等。对于半成品产品，要保证产品质量和口感，这也是消费者所关注的。另外，在线上同时布局的时候最考验企业的供应链能力，尤其像外卖订单存在不稳定性及突发性，因此建议企业在布局时要慎重，应根据自身情况出发。

北京商报记者 郭诗卉 郭缤璐

涉不正当价格行为 三家电商平台被罚

北京商报讯(记者 赵述评 蔺雨薇 王维祯)针对“双11”前后消费者反映网购先提价后打折、虚假促销、诱导交易等问题，12月30日，国家市场监督管理总局(以下简称“市场监管总局”)发布消息称，依法对天猫、京东、唯品会三家企业开展自营业务不正当价格行为进行了调查，并于2020年12月24日依据《价格法》第四十条《价格违法行为行政处罚规定》第七条作出处罚决定，对上述三家企业分别处以50万元人民币罚款的行政处罚。

具体而言，对京东的行政处罚决定书显示，根据相关线索，2020年11月30日-12月1日，对当事人(北京京东世纪信息技术有限公司)2020年11月1日-12月1日的价格行为进行了检查。经查，当事人在网站“京东商城”销售商品时，存在不正当价格行为。例如在2020年11月4日，当事人销售稻香村糕点礼盒，开展满99元减20元促销活动，标价149元。经查，该商品11月3日销售价格为139元。

对天猫的行政处罚决定书显示，经查实，当

事人(杭州吴越电子商务有限公司)在网站“天猫超市”销售商品时，存在不正当价格行为。例如2020年12月4日，当事人销售北美电器意式咖啡机，标价599元，开展满1件6折活动，折后价359.4元。经查，标示的价格599元无依据。

此外，对唯品会的处罚决定书显示，2020年12月3日-12月4日，对当事人2020年11月1日-11月30日的价格行为进行了检查。经查实，当事人在网站“唯品会”销售商品时，存在不正当价格行为。例如，2020年11月27日，当事人销售电饭锅煲商品编码FB40Simple111)，商品销售页面标示“全网低价199元”。经查，当事人无法提供199元为全网低价的证明材料。

对此，唯品会回应，已收到市场监管总局关于价格检查的行政处罚通知，唯品会尊重并坚决执行监管部门作出的处罚决定，将按照监管部门要求及相关法律法规的规定，对相关问题进行全面整改，进一步规范经营活动，保障消费者的合法权益。

虚假宣传、假冒伪劣乳制品将遭严打

北京商报讯(记者 赵述评 蔺雨薇)12月30日，国家市场监督管理总局(以下简称“市场监管总局”)印发《乳制品质量安全提升行动方案》通知。市场监管总局指出，将加大违法违规打击力度，严厉打击使用不合格原辅料、非法添加非食用物质、滥用食品添加剂、虚假夸大宣传、生产假冒伪劣乳制品等违法行为。

市场监管总局表示，将加强乳制品企业许可审查，加大对婴幼儿配方乳粉生产许可的审查力度，重点审核与产品配方注册内容的符合性，特别是产品配方注册申请的设备设施、生产工艺是否发生变化，审核企业食品安全管理制度以及质量管理体系建立情况。

值得注意的是，市场监管总局表示将修订《婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法》，明确不予注册的情形，要求企业具有完整生产工艺，不得使用已符合食品安全国家标准的婴幼儿配方乳粉作为原料申请配方注册；并进一步加强对婴幼儿配方乳粉产品配方科学性、安全性材料和研发报告的审查，对配方科学依据不足，提交材料不支持配方科学性、安全性的一律不予注册。另外，市场监管总局还将加强乳制品抽检

监测。监督检查人员对乳制品生产企业开展监督检查时，根据需要可对原料、半成品、成品进行抽样检验。婴幼儿配方乳粉的抽检，按照“企业和检验项目全覆盖”的原则开展，每月在流通环节对已获配方注册且在售的全部国产和进口婴幼儿配方食品企业生产的产品进行抽检，及时公布抽检结果。市场监管总局也将引导企业加强创新研发。加强低温乳制品冷链储运设施建设，发展智慧物流，全程监控储运和销售温度，确保产品安全与品质。

中国食品产业分析师朱丹蓬表示，中国乳制品行业经过了最近三年的发展，在整个产业链以及供应链上有了非常好的提升，未来的中国乳制品行业应该依托整个大健康趋势不断地深化以及完善。

朱丹蓬进一步指出：就目前来说，中国的乳制品行业可以说是进入了一个全新的黄金十年，疫情之后，消费者对于大健康属性的产品是比较青睐和追捧的，乳制品行业既有大健康属性，也有其营养价值，因此也会进一步得到消费红利的释放。基于此，国家在整个监管层面对于乳制品行业也就会有更高的要求 and 更全面的指导。”