

“五一”北京消费线上营业

为降低疫情传播风险，“五一”假期北京实体商场、购物中心内容流量有所下降，旅游业数据也创下近三年内新低。但品牌、项目运营的线上商城、社群已然成为了消费者购物的新渠道。5月4日，北京市商务局发布数据显示：“五一”期间，北京市重点监测的百货、超市、专业专卖店、餐饮和电商等企业实现销售额40亿元，全市52个重点商圈客流量1551.8万人次。此外，北京商报记者从北京多家商业企业处获悉：“五一”期间，餐饮企业外卖销售额较平日实现翻倍增长，各大超市也在通过增配运力满足消费者线上购物、即时配送的需求。



北京重点监测的 **百货** **超市** **专业专卖店** **餐饮** **电商** 等企业实现销售额40亿元
全市52个重点商圈客流量1551.8万人次

商超

蔬菜日均上市量稳定在2.2万吨以上
京客隆销售额同比增长20.4%
超市发销售额同比增长19.7%

电商

京东生活必需品满足45天周转
美团保障商超订单1.5倍运力
饿了么部分商超门店增派20%左右配送力量
京东、美团买菜、叮咚买菜、每日优鲜、盒马鲜生5家电商平台配送率接近100%

超市 | 调配运力,即时配送有单必达

商超保供稳价成为今年北京“五一”期间的主要任务。批零两端齐发力，生活必需品供应充足有保障。新发地等批发市场积极协调企业调货进京，蔬菜日均上市量稳定在2.2万吨以上；大型连锁商超加大自采渠道供给，加密补货次数满足需求，首航国力、易初莲花、京客隆和超市发销售额同比分别增长30%、26.8%、20.4%、19.7%。

北京商报记者从多家商超企业了解到，北京华冠、家乐福、物美、超市发等多家超市积极协调各产地，保障北京市民的

米面粮油、肉蛋菜等日常生活必需品供给。fu di仓储会员店祥云小镇店在全场中增加了预包装产品的整体供应量，蔬菜水果稳价。中粮·祥云小镇相关负责人透露：“五一”期间，fu di祥云店线上订单量提升，环比增加85%，订单金额环比提升75%。同时，为了缓解线上订单的紧张状况，各家超市也通过增配运力、推出社区集单等方式满足消费者线上购物需求。

华冠超市相关负责人介绍，针对封控管理区，华冠紧急启动开发了“京心”小程序，该小程序可以精准将封控管理区域进

行独立设定电子围栏。截至5月3日晚，华冠超市已为房山区11个乡镇、街道办事处，83个封控管控社区/村/学校约6万户15万人，提供专项线上配送服务。

据家乐福相关负责人介绍：“五一”期间线上订单大幅度增长。随着假日期间消费者需求增加，家乐福加大相关产品备货量，协调电商等相关部门增派2-3倍的人手。

为了应对线上订单的激增，保障民生物资供应，家乐福北京推出了社区集单服务，消费者通过家乐福微信小程序社区集单板块订购，次日21点前送达社区门口。

餐饮 | 发力外卖,创新菜品寻增量

跟随防疫步伐，北京餐饮经营单位暂停堂食，转为外卖服务。“五一”期间，北京商报记者走访发现，大多餐厅门口都贴有“暂停堂食”的通知，并鼓励消费者通过外卖平台或是点单小程序下单，如星巴克、麦当劳、必胜客等。同时，记者注意到西少爷、麦当劳、阿香米线等餐厅门口也设立了外卖自取处，部分取餐架贴有外卖平台名称，也有门店旁附上了下单二维码。

北京餐饮企业开通外卖、自提业务，推出不同形式产品，保障消费者的外卖需求。海底捞北京超过70家门店上线海底捞“捞点好货”小程序，为消费者提供自提和外卖服务。旺顺阁集团不仅主动沟通消费者将堂食预约取消改为到家配送，还推出

各式适合外送的到家套餐、熟食礼盒、新鲜蔬菜礼盒等。另外，鼓楼马凯餐厅则是调整产品结构，推出适合外带、外卖、外送的快手菜、半成品和预包装食品等。

餐饮企业将重心转向外卖，外卖平台便是连接消费者与商家的关键。“暂停堂食”之后，自己手头的外卖订单比之前增长了20%左右。美团外卖骑手刘利称。从美团外卖提供的数据来看，5月1日北京市餐饮外卖订单量稳中有升，与去年同期相比增长约三成，其中全城送订单量环比前一天上涨超过四成。

同时，堂食暂停也催生了消费者在家用餐和做饭的需求。数据显示，饿了么外卖订单“五一”期间增长了2-3成。为丰富北京消费者假期家庭用餐需求，饿了

么开设了首页直达的“家庭品质套餐”专区，在日常原有的上千种多人套餐基础上，新增了100多款针对家庭假期用餐场景的套餐选择。眉州东坡、小大董、金鼎轩、汤城小厨、汉拿山等品牌纷纷推出3-6人的家庭套餐，5月1日-4日期间，饿了么“家庭品质套餐”共上线了60余家商户提供的近百款套餐，销量日增长均在10%-20%。

此外，为更好满足餐饮商户开展外卖的需求，饿了么、美团外卖还推出了“商家上线绿色通道”服务，提升店铺审核效率。据美团数据统计，5月1日当天，北京有473家餐饮商户通过绿色通道申请上线外卖，绿色通道上线新商家环比前一日增长338%。

商场 | 双线并行,线上弥补实体流量

今年“五一”小长假期间，北京线下商场客流遇冷，但商场自有线上渠道火了起来。

猎豹移动旗下券多多券券机器人监测的近100家北京市重点商场数据显示，“五一”假期北京商场日均总客流仅相当于节前最近一个周末一半的水平。具体来看，5月1日-3日，北京市商场日均总客流与节前一周工作日平均总客流基本持平，但与节前最近一个周末相比，客流量下降一半。

不过，商场线上商城成为北京消费者“网购”新选择。北京商报记者从多家商场获悉，北京朝阳合生汇近60%的餐饮商户已入驻合生汇线上商城。中粮·祥云小镇

整合场内外卖商户，并在所有外卖平台的基础上补贴消费礼金。

“五一”期间，朝阳合生汇线上商城的订单比疫情前期增加了近50%，订单主要集中在时令蔬菜、居家健身器材、零食饮料类，符合居家特性。在合生汇平台上，日均销售餐饮套餐已达千余份。”合生集团相关负责人透露。

此外，银泰百货大红门店集结优质商品在喵街App多渠道资源推出“天天”“双11”品牌集团联动等活动，两者取得同比两位数增长的线上销售成绩。

为应对新一波疫情带来的严峻挑战，各大商场利用线上平台加大对实体餐饮店铺的扶植。合生集团相关负责人

透露，合生汇将打造“本地生活专场直播间”，各店铺甄选畅销餐品，配合新菜上市等活动节点，在21block官方直播间进行本地生活业态直播，提高直播频次，由每月一场提升至每周两场；同时在餐饮方面，突出对预制菜、堂食打包及外卖业务的推广，与外卖及送餐专业机构进行对接，满足广大餐饮商户在周边几公里内的送餐需求。

银泰百货相关人员表示，门店取消堂食服务之后，银泰百货大红门店积极开展餐饮外送业务，同步品牌线上订餐业务推广，联合会员群、员工媒体圈、视频号等媒介扩散品牌外送渠道链接，大力助力餐饮品牌经营扶持。

电商 | 居家消费看涨,配送率接近100%

电商购物多领域渗透，居家办公催生更多家庭消费。

北京市商务局发布的数据显示，节能消费引领健康生活，绿色智能商品销售大幅增长。绿色节能消费券惠民助企，5月1日-3日累计带动10家参与企业销售绿色节能商品近5000万元。京东“绿色节能家电五一焕新周”3C数码超级品类日“超千款商品 放价”促销，真快乐App绿色节能消费券叠加“套购家电”以旧换新，苏宁易购“北京绿色节能消费节”覆盖全品类商品，大中节能补贴，以旧换新送双重福利。

其中，北京市重点电商平台数据显示，VR眼镜、电纸书、平板电脑、智能手表、手机销售额同比分别增长3.7倍、1.2倍、86.9%、69.1%和45.4%。

与此同时，民生消费品需求旺，家电日用、医疗防护类商品热度升温。据了解，京东超市调配家庭消杀清洁、母婴用品、个人护理等物资，重点民生商品备货量提升3倍以上；美团闪购联合近2万家连锁商超、食材门店、日用百货商家保障生活物资需求，支持商家延长营业时间；真快乐App和北京国美推出“全民防疫宅家必备”专场，承诺口罩、洗手液、消毒液、消毒柜、净水器等健康防护类、健康家电类产品不涨价。重点电商平台数据显示，医用防护用品、口罩、冷柜、家庭护理用品、冰箱销售额同比分别增长41.4倍、6倍、3.5倍、1.1倍和74.1%。

电商也在保障末端供应方面起到了关键作用。京东、美团买菜、叮咚买菜、每日优鲜、盒马鲜生5家电商平台配送率接近100%。

旅游 | 遭遇“寒流”,行业自救

疫情笼罩下的“五一”假期，北京旅游行业风中透着顽强。5月4日，北京市文旅局发布数据：“五一”假期，北京旅游接待总人数306.1万人次，旅游总收入15.8亿元，两项数据均创下近三年内新低。回顾2021年“五一”假期，北京旅游接待总人数达842.6万人次，旅游总收入高达93亿元，即便是2020年“五一”假期，北京旅游接待总人数也达到463.3万人次，旅游总收入为41.8亿元。

具体来看，由于“五一”期间北京市属公园、中国园林博物馆、国家植物园均按照50%限流开放，因此，“五一”期间市属公园游客接待量也不如往年。北京商报记者从北京市公园管理中心获悉：“五一”假期，10家北京市属公园和国家植物园共接待109.15万人，比去年同期减少53.52%。

除此之外，北京的热门主题公园北京环球度假区也于5月1日发布通知，为落实疫情防控要求，配合开展新冠肺炎疫情流行病学调查，于当日暂时关闭了北京环球影城主题公园、北京环球城市大道。

虽然北京旅游市场受到了较大影响，不过市场也不乏亮点，一些旅游企业正在通过线上方式寻求商机。业内人士表示，今年“五一”假期旅游市场遭遇了疫情变化，但北京旅游市场还是有很强的韧性的。而旅游企业也在通过其他方式挖掘商机。据了解，今年“五一”期间，有不少酒店就开启了外卖模式，而景区也在挖掘云游吸引游客观看。

比如，在全市餐饮经营单位暂停堂食后，北京嘉里大酒店就推出了套餐外卖服务，其中包括烤鸭、粤式、西式、轻食、蛋糕等。同时，该酒店

还推出了健身直播间，让消费者跟着健身教练一起健身。

部分北京的公园和景区也在利用线上渠道为市民增添假日乐趣。其中，北海公园推送“云上观展”，黑白老照片展现了北海公园的历史风貌。北京动物园还开通了“云游动物园”直播互动，直播大熊猫的日常起居，一小时内吸引近万网友在线观看。

“疫情过后，北京旅游市场必将迎来复苏。从之前疫情来看，北京旅游市场韧性还是很强的。”有旅游商家表示：“一般在没有病例之后，半个月内存旅游订单会迅速反弹。”有民宿经营者表示。

根据各家OTA提供的数据来看：“五一”前北京京郊民宿以及露营等成为市场的热门。就北京一地来看，本地游订单量占比达85%，北京动物园、植物园及乐园相关订单量环比上月同期增长超45%。圆明园、野鸭湖国家湿地公园、北京野生动物园、北京欢乐谷、八达岭长城、颐和园、古北水镇、古崖居等位列北京五一热门景区。上述旅游商家表示，人们对于旅游的需求是依旧存在的。希望随着疫情防控的向好，疫情能够早日散去，未来北京的旅游市场能够逐步恢复正常。

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认为，如果疫情能够有效得控的话，接下来的假期依然会有旺盛的旅游消费需求，端午假期甚至暑期应该还是值得期待的。

北京商报记者 王维轲 刘卓澜 郭缤璐 赵驰 张天元 吴其芸