

端午小长假北京消费强势回归

今年端午假期，北京消费市场不仅收获了满意的成绩单，还迎来了餐饮恢复堂食的好消息。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43.3亿元，同比增长6.3%，线上消费数据尤为亮眼。北京旅游市场也接待了191.2万人次。不仅如此，北京今日还迎来了堂食开放。

北京熟悉的“烟火气”又回来啦。



端午假期北京消费数据

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43.3亿元，同比增长6.3%

全市52个重点商圈客流量887.7万人次
环比增长19.4%



电商企业销售额同比增长近30%，运动户外、美妆护肤、生鲜类商品同比增长超1倍

商场企业销售额环比节前增长超2倍

端午假期北京市旅游接待总人数191.2万人次

企业供图

节日市场

商场 客流恢复日常五成

伴随北京疫情整体稳定向好以及端午节小长假到来，商场迎来恢复营业后首个节假日，客流及人气进一步复苏。北京市商务局发布的数据显示，假日期间，八达岭奥莱、赛特奥莱、君太百货等监测企业销售额环比节前增长超2倍。

根据猎豹移动旗下机器人监测的近100家北京市重点商场数据显示，对比疫情常态化与商场正常营业时期的周末日均客流（4月16日和17日），端午假期前两日，北京市商场客

流已恢复到正常营业时期客流的一半水平。大兴、房山、顺义、通州等郊区商场整体客流复苏相对较好，大兴、房山、通州区的部分商场客流已恢复至周末正常营业时的近八成水平。

从各大商场提供的数据来看，大兴区的荟聚中心已经恢复到周末正常营业时的超八成水平；大兴大悦春风里和西单大悦城也已恢复到七成水平。中粮·祥云小镇端午假期的客流环比恢复营业后的客流提升超12%。根

据中粮·祥云小镇相关负责人透露，fuji仓储会员店祥云小镇店在端午节小长假销售均突破百万。

线上活动仍是商场端午小长假的重头戏。万达广场、富力广场、国贸商城、朝阳合生汇、中粮·祥云小镇等近30家大型商业综合体通过直播带货、扫码直达、小程序点单、定点自提、专享采购等开展花式团购。其中，在祥云小镇小程序端，商场推出端午节专场拼团活动，以及联动知嘛健康·同仁堂和羽视眼科进行直播。

批发市场 日均上市量超2.1万吨

节日期间，生活必需品供应十分重要。北京市商务局发布的数据显示，主要农产品批发市场积极组织货源，加强产销对接，确保生活必需品市场供应充足、价格平稳。端午假期，本市7家一级批发市场蔬菜日均上市量超过2.1万吨，连锁超市和生鲜电商企业提高蔬菜自采量，备货量增至平日的3倍。

商业企业加大配货频次，加强购物高峰补货，保障了采购需求。电商平台前置仓增加封管控区周边人力调配，随时保障封管控区居民采购需求。

盒马则是在端午节前开售梅干菜

端午节期间，本市各大连锁超市、老字号企业和重点电商平台企业紧抓节日消费特点，着力粽子等节日商品销售。

在满足用户生活必需品消费的同时，企业还推出了时令产品吸引消费者下单：平台上粽子品类已售出近200万份”，叮咚买菜相关负责人向北京商报记者表示，北京消费者最喜欢甜粽，比如大黄米蜜枣粽、传统白米粽、银杏果赤豆杂粮粽。

从北京市商务局提供的数据可知，物美、永辉、京客隆等8家重点连锁超市粽子整体销量同比增长约20%；京东、美团买菜、叮咚买菜、每日优鲜、盒马鲜生5家重点电商平台在京粽子销售额同比增长约14%。

电商 销售额同比增长近30%

所提高”。

据德邦预计，6月3日-5日，业务峰值将达到320万件左右，而“6·18”第二波履约高峰将集中在6月16日-19日，预计单日将达到318万件左右。

事实上，在端午节前夕，物流企业已经为履约高峰做好了准备。菜鸟驿站已累计投入了500多台无人车用来收件。而在京东物流百余个大件仓内，RFID智能仓储解决方案在“6·18”期间提升出库效率150%。

据国家邮政局数据显示，6月1日，

全国快递包裹揽收量4.25亿件，投递量3.1亿件，相比4月10日分别上升75.6%和32.5%。而国家邮政局表示，预计随着上海市复工复产的推进，6月中旬业务量可恢复至七成左右。

与此同时，同城零售也随着节假日热了起来。5月31日晚8点至6月1日晚8点，京东小时购、京东到家销售额同比去年增长175%。其中，手机通讯、电脑数码、家电、服饰、酒水、母婴、宠物、家装、个洗清洁等品类均有同比2倍以上增幅。

京郊民宿 订单量恢复至去年同期七成

经过一段时间的沉寂后，旅游市场终于在端午节迎来了恢复。据北京市文旅局提供的数据显示，端午假期北京市旅游接待总人数191.2万人次，旅游总收入约1.32亿元。

北京乡村游持续复苏。据北京市文旅局数据显示，北京乡村游累计接待游客36.4万人次，营业收入4923.9万元。乡村民宿接待总人数3.4万人次，客房平均入住率47.9%。尽管假期时间较短，但乡村民宿客房入住率仍保持在50%左右，远高于城区、近郊区、远郊区饭店的平均出租率。

北京市文旅局方面表示，端午假

速回暖，部分热点乡村民宿一房难求。端午假期，京郊民宿搜索量环比上周同期增长超6倍。从预订数据来看，今年端午假期京郊民宿的订单量已恢复至去年同期的七成。

资深旅游专家王兴斌表示，如果疫情防控持续向好，今年暑期的旅游市场有望开展更多的中长线旅游。从现在开始旅游界也要做好准备迎接即将到来的旅游小高峰，并要认真考虑如何在旅游的过程中做好防疫。同时，各地政府也要对本地的疫情情况有正确的判断和恰当的防控措施，结合自身情况开展旅游活动。

市场热点

今起餐饮恢复堂食



餐饮企业在端午期间收获满意的成绩单同时，也迎来了堂食的利好消息。根据北京市商务局监测的餐饮企业数据显示，端午期间，餐饮企业营业额环比节前增长14.7%，全聚德、紫光园、顺峰、便宜坊等环比增幅超30%。

暂停堂食期间，餐饮商家通过线上渠道寻找新增长机会。嘉和一品粥品牌负责人李麒举例称，端午期间北京继续执行暂停堂食的政策，粽子销售都是以线上零售的方式进行，截至端午节当天粽子销售量超过6万只，整体销量比去年增长较大。

不过，从6月6日起，北京大部分区域将开放堂食。5日，接到通知的餐饮企业立刻忙碌起来：加大原材料的进货量、到店员工忙着做岗前培训、在社交平台发布优惠信息……各岗位员工打起精神，做好扫码测温、控制客流等工作的前期准备，也呼吁到店进餐的消费者主动使用公筷，扫码点餐和无接触式买单支付。

历时37天，北京恢复堂食的日子来了。北京日报消息显示，6月6日起，除丰台区全域及昌平区部分区域外，餐饮经营单位开放堂食服务。

6月5日上午，旺顺阁北京门店的店长们纷纷收到了集团总裁张雅青发来的消息。张雅青要求各门店及时清理库存，将过期产品等全部处理，并做好两手准备，预测客流情况制订不同经营计划，提前进行备货。各门店还要注意提高员工士气，更好地开展各项工作。

提高配送量，是餐饮企业为开放堂食做的首要准备。眉州东坡总部为每家门店配送食材等物资的数量，将在6月6日达到150吨/天。在此前数日暂停堂食期间，总部的配送量只要每家50-60吨/天即可。

堂食恢复后，一些餐饮企业仍旧保留了外摆。例如，全聚德集团所属各餐饮门店将坚持外摆不放松，统筹协调做好人员补充。

5日下午，海底捞北京多家门店从物流供应、食品安全、人员准备等方方面面为堂食复工做准备。尚未接到恢复堂食通知的门店也没有闲着，将继续通过外卖、自提的方式为周边居民提供服务，消费者可通过“捞点好货”小程序下单。

餐饮企业更是尝试用社交平台呼喊着消费者前来用餐。恢复堂食的消息发出后，紫光园、金鼎轩、旺顺阁等品牌分别在公众号发布门店招牌菜品、进店赠送饮品、领取堂食限定优惠券等相关内容，局气也在团购群中推出烤鸭折扣套餐，阳坊胜利涮羊肉工作人员也在朋友圈发出了订位二维码。

“做好门店卫生、防疫消杀工作。”张雅青在旺

顺阁的店长群里，事无巨细地下达指令，店内严格执行各项防疫措施，同时确保控制人流、隔位就坐，推荐使用公勺公筷，倡导餐桌文明。

在充分准备迎接堂食恢复的同时，各大餐饮门店也要打起精神确保就餐环境的安全无误。海底捞质量安全管理中心主任相关负责人表示，复工前，所有餐具用具清洗消毒、卫生清洁、有害生物排查、食材保质期排查、人员健康排查都要一一检查。此外，海底捞所有门店将把排查结果上报到质量安全部门进行审核，合格后方可复工。

餐厅根据防控疫情对门店就餐环境进行了一定调整。胡大饭馆门店会适当控制人流密度，采用店面分流和引导顾客安全及安心用餐，店内将降低餐桌密度，隔桌就餐。同时，提倡扫码点餐和无接触式买单支付，减少与顾客近距离接触。为了避免出现人群聚集，胡大饭馆开放线上和线下外卖服务，降低门口排队等候时长。

在北京新型冠状病毒肺炎疫情防控工作第356场新闻发布会上，市疾控中心副主任刘晓峰表示，开放堂食服务的餐饮经营单位，要控制人流密度，合理保持就餐间距，提倡隔位就坐、打包外卖、使用移动支付等无接触方式结算。

即便是恢复堂食，也要线上线下业务“两手抓”。新常态下，非堂食业务将成为餐饮企业收入结构的重要组成部分。全聚德相关负责人表示，堂食恢复后，各餐饮门店继续开展外卖、外摆等非常食业务，积极组织社群建设、社区团购等活动，通过各种渠道进行销售，不断满足消费者新用餐习惯。

北京烹饪协会常务副会长刘玉驰表示，暂停堂食期间，全市餐饮业通过拓展线上平台和自有小程序外卖、挖掘社区团购、开发预制菜产品等举措，缓解暂停堂食期间的部分压力的同时，为消费者提供了高品质服务。

刘玉驰进一步表示：堂食恢复后，一方面，希望餐饮企业继续遵守相关防控要求，对厨房、餐厅、库房等点位进行清洁消毒，并检查和维护设施设备的安全，还要控制客流密度，监测员工健康等。另一方面，要提振和鼓舞各餐饮团队的士气，以高质量的菜品和服务展示品牌形象，拉动餐饮消费。

北京国际商贸中心研究基地首席专家赖阳表示，恢复堂食后，消费者的热情将大幅提升，餐饮企业需在食材采购、库存备货、食品安全等方面更加用心，否则将会影响品牌形象。

“建议在遵守疫情防控要求和相关政策的前提下，适度开放部分户外餐饮经营。”赖阳说道：“此举既能使消费环境安全更有保障，也适合现在的天气。”