

# 北京“真金白银”助力消费全面复苏



北京市发改委等八部门印发《关于助企纾困促进消费加快恢复的具体措施》(以下简称《措施》)。7月7日,五部门联合召开发布会解读《措施》内容。

各主管部门介绍,针对疫情期间受影响较大的汽车、家庭装修、餐饮外卖、文旅休闲等消费,《措施》明确提出发放补贴、消费券、搭建平台等措施,“真金白银”促进消费有序复苏。



## 年内发放1亿元餐饮消费券

北京市统计局数据显示,社会消费品零售总额中,餐饮收入397.4亿元,下降13%。餐饮成为促进消费加快恢复的重点领域。

但另一方面,前5月,北京市限额以上批发和零售业、住宿和餐饮业实现网上零售额1873.5亿元,同比增长0.9%。同时,北京市发改委副主任戴颖介绍,今年前5个月,北京市限额以上批发零售业、住宿餐饮业网上零售额占社零总额比重为34.7%。

“疫情防控常态化背景下,消费者购物方式从线下到线上的趋势更加明显。”戴颖表示。

为此《措施》结合具体形势提出,7月起,将通过线上线下等多种方式,发放1亿元餐饮消费券,引导平台发放便利店、美容美发等消费券,提高生活服务行业“触网”率,激发社区商业活力。

对于消费券的具体发放情况,北京市商务局副局长郭文杰称,发放餐饮消费券相关工作正在筹备中。计划由政府和企业出资,餐饮企业不出资,最大限度助力餐饮企业

恢复发展。”郭文杰表示。

除消费券外,《措施》也给出了真金白银的资金支持。郭文杰介绍,《措施》提出,将实施2022年北京消费季支持政策,对于餐饮企业给予最高25万元资金支持。同时,将餐饮(早餐)、蔬菜零售、便利店(含地铁便利店)、综合超市、药店、前置仓等纳入全市促进生活服务业发展项目支持范围,符合条件的最高给予投资额50%的资金支持。

## 3000万元消费券助力恢复文旅

北京市文旅局副局长刘斌表示,7月上旬至9月底,将分批次通过旅游平台企业向消费者发放总额不超过3000万元的京郊住宿消费券。

刘斌介绍,消费者通过旅游平台企业预订门头沟区、房山区、通州区、顺义区、昌平区、大兴区、怀柔区、平谷区、密云区、延庆区等10个郊区周日至周四(节假日除外)的酒店和乡村民宿时,可以线上申请领取消费券。在线上预订时使用,单笔订单补贴折扣为5折,最高补贴不超过1000元。

“我们希望通过发放京郊住宿消费券,引导暑期有休闲度假需求和休闲度假时间的消

费者,错峰到京郊去住宿,去感受京郊的历史文化、自然生态和乡土人情。”刘斌表示。

此外,刘斌介绍,文旅局还将继续鼓励乡村民宿、3A级(含)以下等级旅游景区等经营主体购买“京郊保”政策性保险,通过财政补贴80%保费的方式,进一步做好投保续保工作,为中小微企业(户)创造良好的运营条件,提升经营抗风险能力。

## 对车企给予最高50万元资金支持

根据北京市统计局发布的数据,前5月,在限额以上批发和零售业商品类值中,服装鞋帽针纺织品类和汽车类商品呈两位数下降。

“今年以来,受疫情多点散发等因素影响,我国汽车市场承压加大,汽车消费下滑明显,特别是4-5月降幅较大,形势较为严峻。”7月7日,在国新办举行的国务院政策例行吹风会上,商务部副部长盛秋平表示。

针对汽车消费问题,在企业方面,《措施》提出,将对汽车、通讯器材、服装服饰、黄金珠宝、化妆品等实体零售企业给予最高50万元资金支持。

《措施》同样提出了消费者端的举措。郭文杰介绍,接下来,将开展新能源汽车促销活动,2022年6月至12月底,对于报废或向京外转出本市注册登记在本人名下1年以上的乘用车,在本市汽车销售企业购买新能源乘用车,并在本市上牌的个人消费者给予不超过1万元/台补贴。

促消费的同时也需助企纾困。北京市体育局副局长孟强华介绍,针对企业面临严重的资金短缺和运营成本上升的问题,联合市金融局、市银保监局组织体育企业金融政策宣讲会,并征集到100余家有金融贷款需求的企业。后续我们将持续跟踪做好商业银行与体育企业的金融对接服务,与体育企业共克时艰。”孟强华表示。

同时,在金融支持方面,《措施》提出落实降低服务业小微企业担保费率至0.5%、提高符合条件中小微企业首贷贴息比例至40%,鼓励金融机构为餐饮等企业定制低息信贷产品、开通信贷绿色通道,对在北京产权交易所挂牌的北京地区文旅企业项目免收挂牌费。

在租金方面,对本市行政区域内建筑面积在2万平方米以上的百货店、购物中心等企

业,为一定数量入驻商户减免租金超过一个月的,给予最高50万元的资金支持。而在资费方面,将中小微企业宽带和专线平均资费再降10%,改善智慧消费应用环境。

此外,北京市经信局副局长王磊介绍,相关部门积极协调联动,推动三大运营商在北京地区推出了多项纾困帮扶措施,包括面向中小企业的资费优惠、中小企业客户延期停机服务等针对性措施,以及免费提速、办公云应用优惠、社区商户消费券等不同运营商的特色优惠活动。

“我们将督促基础电信企业细化措施,加快落地。”王磊表示。

北京商报记者 陶凤 实习记者 冉黎黎

## X 西街观察 Xijie observation

### 不怕雪糕刺客,就怕品质扎心

张绪旺

哈根达斯检出一类致癌物,茅台冰淇淋炒到250元一杯,雪莲在外卖平台销量暴涨199%、化不了的钟薛高纠缠好与坏……这个夏天,雪糕冰淇淋行业热闹异常,爱吃的、不爱吃的,都能在“雪糕刺客”或者“雪糕护卫”那里找到破圈的参与感。

高端的、平价的、好吃的、担忧的,钟薛高、雪莲们的黑与白,角度再多也跳不出两个词:价格与品质——本应相辅相成,但总是阴差阳错,反馈到品牌上,不惹争议真心困难。

中国雪糕冰淇淋市场2021年超过1600亿元,全球最大,但早就是饱和和竞争。有统计数据显示,过去五六年,雪糕冰淇淋市场年增速一直在10%左右徘徊,而每年仍然新增3000-4000家相关企业。

企业多而杂,渠道多而散,尽管近两年线上市场发展迅猛,但雪糕市场仍以线下销售为主,占比超过80%,加上区域品牌的长期存在,冰柜里平庸一生很容易,做第二个哈根达斯难上难。

因此,钟薛高、茅台冰淇淋,以及林林总总的高端雪糕、文创冰淇淋涌现,之于企业个体是偶然,之于产业大趋势是必然。

既然有雪糕刺客,反过头就会看到雪糕护卫。没有对比就没有“伤害”,但价格终究只是一方面,掺杂社交传播的声浪,归结到食品安全和价值品质,才有了审视品牌的最

终命题。

任何品牌的缔造都很复杂。雪糕冰淇淋,本就拥有独特的季节因素、地域特色和口味选择。

在“80后”“90后”的记忆里,你喜欢蒙牛“绿色心情”,我喜欢伊利“苦咖啡”,她喜欢“东北大板”,这些品牌构筑情怀,但给人的感觉是大而不强。

味道里面尚未指明方向,而现实趋势是,口味选择越来越不重要。

钟薛高耀眼的是高价高端,原料再多也记不住;哈根达斯的一球两球三球的现选现吃,毕竟品类太多不相伯仲;茅台冰淇淋就更不用深究,记住的是口味吗?不,是几毫升53度飞天茅台。

如是这般,价格在前,猎奇次之,口味再次之,品质的重要性就不知排到哪里去了。

从最近的热搜来看,尽管健康饮食趋势不减,但降温解暑需求下,消费者对雪糕冰淇淋的热情依然高涨。爱之深才会责之切,从制造、运输到销售,雪糕冰淇淋是一个极易引发食品安全问题的产业,钟薛高、哈根达斯们被再三审视,并非坏事。

从长远看,饱和竞争市场需要鲑鱼,有实力的厂商,好过杂乱无章三无产品。但凡品质至上,兼顾价格公平,足够大的市场足够承载不同层级的企业成长。

品质为本的话,雪糕护卫很好,雪糕刺客也不可怖。

## 政策发力促销给力 快递行业加速回暖

当6月末收到最后一件海淘的快递时,家住北京朝阳的余女士今年“6·18购物节”购买的商品全部送达。随着保通保畅政策发力,在节日经济与电商促销、农产品市场活跃等因素推动下,6月中国快递发展指数为289.4,环比增长7.5%,半年,快递业务量预计将超5000亿件,业务收入预计接近5000亿元。快递行业正在加速恢复,发展态势回暖向好。

### 电商购物节助力行业回稳

7月7日,国家邮政局举行2022年三季度例行新闻发布会,发布《2022年6月中国快递发展指数报告》,解读上半年行业运行情况。6月中国快递发展指数为289.4,环比增长7.5%,行业规模恢复进程加快,基础能力提升明显,发展态势回暖向好。

从中国快递发展指数的四个一级指标来看,6月快递发展规模指数为386.5,环比提高12.1%。上半年,快递业务量预计将超5000亿件,业务收入预计接近5000亿元,行业规模呈现四大特点:规模曲线回升,行业加速恢复;节日经济与电商促销助力行业回稳;农产品市场繁荣活跃;中部地区发力明显。

在电商促销方面,随着“双品网购节”“6·18购物节”等促销活动相继开展,快递业务量快速回升,日最高业务量超4亿件。余女士在接受北京商报记者采访时表示,自己有在“双11”“6·18”等购物节时集中囤货的习惯,今年的“6·18”买得最多的是日常用品,例如食品饮料和洗护用品,其次是一些夏季的衣服。

“虽然近年来各种购物节的优惠力度不如往年,但大部分商品比平时还是要便宜。不过为了凑各种‘满300-50’的满减红包,每次都会有一些凑单的商品买回来之后才发现‘无用武之地’。”余女士说。

### 服务质量总体保持较高水平

6月,快递服务质量指数为334.9,环比提升1个百分点。上半年,受部分月度网络阻断影响,服务时效小幅下降,但服务质量总体保持较高水平。快递业通过细化升级操作规范、加大软硬件投入力度等举措多措并举保障服务畅通,有效应对疫情造成的网络受阻情况;积极推动服务分层与产品分类,满足消费者个性化需求;聚焦时效提升与按需服务两个领域,优化服务模式,完善作业流程,改善末端服务质量。

服务质量的提升也促进了快递行业的恢复。一家校内快递网点的工作人员告诉北京商报记者,6月是大学毕业季,和往年一样,许多应届毕业生有邮寄行李的需求,为了满足学生们的邮寄需求,快递网点加大了人员投入,调配了更多小推车,方便学生借用。

“现在学生们都可以在手机上自主填写寄件信息,排队寄件的情况有所缓解。学生寄回家的行李一般都是20公斤以上的大件行李,因此我们网点6月的寄件单数和订单总值都比前几个月有大幅提升。”该工作人员表示。

国家邮政局发展研究中心业务研究三部副主任王岳含指出,疫情防控期间,邮政快递业在民生保供、保通保畅方面的贡献作用主要体现在发挥网络优势畅通经济主动脉、发挥末端优势畅通社区微循环、发挥技术优势保障产业链供应链稳定等三方面。

### 政策红利效果将进一步显现

6月,快递发展能力指数为221.6,环比提升11.7%。上半年,行业不断强化能力建设,厚植行业基础,发展能力稳步提高。快递业不断加大枢纽节点建设力度,基础设施建设持续推进;不断完善综合运输体系,网络联

性有所增强。

王岳含表示,上半年受全球疫情、运输成本高等因素影响,邮政快递跨境业务量有所下降,但快递企业出海步伐并没有放缓,行业在全球网络布局、国际枢纽建设、海外落地配送等方面的能力和水平均有一定程度提升。全球网络布局日益完善,五大全球性国际邮政快递枢纽集群加快建设,国际服务通达的国家与地区数量进一步增加。加快公铁水航立体跨境运输通道建设,为构建国内国际双循环提供自主可控渠道。不断优化升级海外服务模式,丰富服务产品体系,增强全链条、多元化、门到门服务能力。

中国人民大学副教授王鹏向北京商报记者表示,物流是现代经济体系中重要组成部分,各行各业都需要跨部门、跨区域甚至跨国进行合作,形成上下游供应链,如果物流不畅通,对生产销售各环节都会产生重要影响,不利于复工复产。因此,保证国内供应链的物流体系畅通,有助于企业快速复工复产,也有利于维护社会稳定,提振居民消费信心,促进消费。

王岳含表示,上半年,全球通胀居高不下,新冠疫情仍在世界范围内持续流行,国内疫情偶发、散发。快递复工复产面临较大压力,发展一度受阻。但在党中央的坚强领导下,在国务院物流保通保畅工作领导小组指挥调度下,在全行业的共同努力下,行业快速筑底修复,市场规模实现正增长,能力质效有所提升,在畅通经济循环与保障产业链供应链稳定中的战略性基础性作用进一步显现。

下半年,保通保畅政策红利效果将进一步显现。王岳含指出,邮政快递业在复苏的同时,仍然存在一些痛点,需要进一步提升应对突发冲击的能力,优化完善寄递网络布局,提升基层网点经营能力。

北京商报记者 陶凤 实习记者 袁泽睿