

# “给房”、给钱 北京提速一刻钟便民生活圈

一刻钟便民圈  
2025城区全覆盖

从“网点”到“生活圈”，北京对便民商业的建设更加“立体”了。《措施》中提到，到2025年，全市实现一刻钟便民生活圈全覆盖，形成多元化、多样化、覆盖城乡的生活服务体系。

在建设一刻钟便民生活圈过程中，北京市的城市和农村将实现协同发展。打造一刻钟便民生活圈，2025年实现城区全覆盖。健全农村便民服务网络，新建或规范提升农村便民店，2025年推广覆盖全部千人以上行政村。

对此，政策在空间上给予支持。《措施》中指出，各区优化辖区内业态布局和空间利用，促进商居和谐。健全商业服务设施全过程监管机制，力争实现规划设计、建设、验收、销售、转让、后期使用等全链条监管。北京市还将结合城市更新行动利用腾退空间和地下空间，梳理国有产权或国有主体为第一承租人的空间资源，防止违规长租、层层转租。同时，建设过程中，还将挖掘交通场站、公园、园区等空间资源，布设便民服务设施。

值得关注的是，建设一刻钟便民生活圈时，北京也关注业态的丰富度。《措施》中提到，巩固提升基本保障类业态，支持多业态搭载早餐，将蔬菜零售、前置仓、药店等纳入资金支持范围。

北京便民商业也在精准补位。巩固基本便民服务功能全市社区全覆盖成果，结合实际需求，精准补建综合超市、药店、前置仓等基本保障类业态。同时，北京

北京便民商业设施建设由点到面，徐徐铺开。7月11日，北京市商务局发布了《加快建设一刻钟便民生活圈 促进生活服务业转型升级的若干措施》（以下简称《措施》）。提到，到2025年，全市实现一刻钟便民生活圈全覆盖。形成多元化、多样化、覆盖城乡的生活服务体系。实际上，北京早将“家门口消费”设施建设提上日程。不仅是数量，北京的便民商业也将高质量发展，实现高品质、多元化发展。



便民商业推进“一店多能”，搭载便民服务功能；丰富发展特色餐饮、蛋糕烘焙、茶饮咖啡、新式书店、养老康护等品质提升类业态。

## 店、区、街 立体化便民网成型

北京的便民商业网络为建设一刻钟便民生活圈打下基础。截至2021年底，全市共有蔬菜零售、便利店（社区超市）、早餐、家政、美容美发、末端配送（快递柜）、洗染和便民维修等

便民商业网点超过9万个，已实现基本便民商业服务功能社区全覆盖。另外，北京累计培育1万余家生活服务业标准化门店、12条示范街区、20条“深夜食堂”特色餐饮街区，东城区、石景山区入选全国首批一刻钟便民生活圈建设试点。

消费者对社区商业的依赖度增加，企业也乐于在确定的消费需求中找到商机；“开店”依旧在进行。去年底，北京地铁站内新一批便利店开始营业。据介绍，北京地铁便利店、书屋、药店等将达到130个。今年4月，家乐福零售云全国第一百家店——北京五里坨店

开启营业。

便利店企业也都有着自己的“万店计划”，便利蜂、罗森等品牌均在这一序列内。此前，七鲜总裁郑峰表示，将主要扎根在京津冀和大湾区两大区域，并重点开展供应链建设、效率提升和团队能力提升等重点举措。在北京地区，稳健节奏加快开业步伐，争取成为北京市民最喜爱的生鲜美食全渠道超市。在未来门店选址方面，七鲜以周边顾客消费能力和知名购物中心为重要参考，提升门店选址精准度。

赢商网监测数据显示，2022年1—3月，14

家超市企业（包括传统超市/生鲜食品超市/折扣超市）新开店数量共计28家；其中10家传统超市企业仅5家有新增门店，合计新开门店数20家，仅为去年同期的一半，同时也是疫情三年来的最低（2021年同期为42家，2020年同期为28家）。

## 线上、线下 便民渠道无缝衔接

商业企业也在便民政策升级中享受红利。深圳市思其晟公司CEO伍岱麒指出，连锁便利店因满足消费者便利、快捷的需求，同时营业面积较小，可以广泛分布于各社区，与其他传统零售门店相比，受电商的冲击较小。当便利店形成品牌连锁效应，将有好的发展前景。

对于便民商业的建设，北京国际商贸中心研究基地首席专家赖阳表示，社区商业要以服务社区为目标。根据不同人群的不同需求，嵌入更多的商业业态，丰富门店的多元化场景，不仅在收益上增加新的来源，且通过多元化的消费场景来吸引更多的消费者，形成具有特色的社区商业，是社区商业未来发展的主要方向。

便民商业的“线上化”也成为不可逆趋势。商务部办公厅等11部门去年印发《城市一刻钟便民生活圈建设指南》指出，将探索平台化集成创新模式，鼓励专业运营主体整合商户资源，通过小程序、App、综合服务信息平台等接入购物、餐饮、休闲、文化、养老、家政等线上功能，面向居民提供周边商品和服务搜索、信息查询、生活缴费、地理导航及线上发券、线下兑换等免费服务。

北京日报记者 王维祎

## M关注 Market focus

# 北京餐饮老板的第二个36天

北京恢复堂食的第36天，餐饮企业过得如何？7月11日，北京商报记者了解到，自6月6日恢复堂食以来，多家餐饮门店的客流量都有所回升。在此基础上，企业也开始大展拳脚，踩着暑期档拉新揽客、研发新品。值得注意的是，经历了36天的暂停堂食后，如今恢复堂食的36天中，“多条腿”走路逐渐成为不少餐饮人提升自身抗风险能力的方式之一。其中，不少企业因为暂停堂食而推出的外卖、直播业务如今依旧作为保留项目。餐饮企业在开拓思路、增强抵抗风险能力等方面付出了巨大努力，相关部门也在出台纾困政策推动餐饮市场有序复苏。



## 北京关于助企纾困促进消费加快恢复的具体措施》对餐饮行业支持内容

- 通过线上线下发放1亿元餐饮消费券
- 2022年北京消费季期间对餐企最高25万元资金支持
- 联合外卖平台发放餐饮消费券
- 对暂停堂食餐饮商户费用予以补贴
- 部分最高给予审定实际投资额50%的资金支持
- 鼓励各区对餐饮企业环境定期核酸检测费用和日常防疫支出给予补贴

## 客流恢复八成

“北京恢复堂食一个月以来，餐厅接待量较疫情前逐步提升，单日接待消费者甚至超过了530桌。为此，我们还加大了一些热销菜品的库存和储备。”海底捞火锅中关村壹号店经理告诉北京商报记者。

在北京恢复堂食的第36天里，不少餐饮门店也都感受到了餐饮业的回暖。肆月河豚董事长杨紫苏表示，目前肆月河豚的客流从上周开始有了较多的上升，现在较暂停堂食前恢复了80%左右。

旺顺阁集团相关负责人也表示，旺顺阁旗下旺顺阁鱼头泡饼、旺顺阁海鲜广场、提督·TIDU、戴悦轩等7个品牌的堂食在最近一个周末已经恢复到80%，预计本周末能恢复90%到95%。不过，在堂食重新开放后，并没有产生“报复性消费”，堂食经营情况可谓逐渐平缓回升，总体而言消费者还是趋于理性消费。“在家做饭、宅家吃饭的餐饮消费习惯逐渐形成，部分食客还是会继续选择外卖、预制菜，在家享用。”

在上座率逐渐恢复的同时，餐饮企业仍继续绷紧疫情防控这根弦。根据相关要求，餐厅内堂食要隔位就座，50%限流。北京商报记者也在走访时看到，部分门店前标着“限流50%”的提示，店内桌子上放有隔位就座的标识。除此之外，扫码测温、出示健康宝已经成为进店用餐必备流程。

## 外卖等拉新导流

从暂停堂食36天，到如今恢复堂食的第36天，北京充满烟火气的场景出现在街头巷尾。值得注意的是，这两个“36天”让餐饮人从心态到行动上也有了细微的变化。

北京商报记者注意到，有许多在暂停堂食时开放外卖、直播带货、预制菜等新业务的餐厅，如今恢复堂食后仍然继续深耕和探索。例如，网红面馆胖妹面庄在暂停堂食期间上线外卖后，如今依旧保留线上业务；萃华楼曾以直播带货的形式拉新引流，到如今仍不断在组建专业的直播团队；旺顺阁加码预制菜业务后，

如今预制菜品已经成为各个线上门店群的招牌之一。

“这次恢复堂食以后，很多用户告诉我们，吃完外卖就想着一定要带着家人品尝堂食。”峨嵋酒家广渠路店品牌负责人沈晔表示，暂停堂食期间，峨嵋酒家（广渠路店）的外卖日均单量能达到150单以上。线上外卖不仅是对餐厅营收的补充，更是持续输出品牌影响力、为餐厅吸引新食客的重要渠道。我们也会在外卖平台上做一些堂食家宴的宣传，不少用户看到了也会给门店打电话预订，效果挺不错。”

酒鬼金居酒屋的餐厅经营者闫先生也告诉北京商报记者，餐厅曾因堂食火爆一直搁浅了线上业务。堂食停摆之后，酒鬼金居酒屋上线了外卖业务，当时也在与第三方平台进行沟通后，在包装、火候上狠下功夫，希望让餐食送到消费者手中时，尽量保持最优质的口感。如今堂食恢复后，虽然线下生意再度回暖，但考虑到疫情可能还会反复等不确定性，接下来会更加重视外卖的经营。

“对我们餐饮经营者来说，疫情最大价值在于要转变过去以堂食为主的经营思

路，学会‘多条腿’走路，现在堂食恢复经营，也需要进一步探索如何做好线上业务，毕竟两条腿走路更快，也更稳。”闫先生表示。

资深连锁产业专家文志宏表示，在暂停堂食期间，餐饮企业调整思路推出多项举措，例如直播带货、上线外卖业务等，这也从一定程度上为餐饮企业补充了业绩。不过，并非所有餐饮企业都适合继续发力这些业务，餐饮企业还需根据自身品牌定位、产品结构和商业模式等，进行综合考量后再做决定。

## 亿元消费券助力

如今，随着烟火气逐渐回归，餐饮企业也开始大展拳脚，尤其是踩着当下暑期档通过打折促销、新品上线、发放代金券等系列动作来引流。北京商报记者注意到，海底捞推出暑期特惠锅底优惠活动，并陆续上线小龙虾、金汤酸菜鱼、椒麻鱼等预制菜产品，同时不定期推出多项优惠套餐；火凤祥鲜货火锅则是发放38元抵100元代金券；北京胡大饭馆在暑期推出了小龙虾配啤酒

优惠套餐。

与此同时，第三方平台也在多举措拉动餐饮业消费。据饿了么相关负责人介绍，今年6—8月期间，饿了么将推出数亿级补贴助力商家，并通过专属时令会场等活动，为商家在夏季流量高峰期吸引客群消费、实现订单增长。

不仅如此，为了进一步助力餐饮业恢复发展，相关部门也在出台多元化纾困政策。7月7日，北京市8部门联合印发了《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》）。在发布会上，北京市商务局副局长郭文杰表示，发放餐饮消费券相关工作正在筹备中，计划由政府和平台企业出资，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，北京市商务局在本次发布的《措施》中，围绕助力消费领域企业恢复发展、稳定增加汽车消费、壮大数字消费、加快消费提质升级等方面参与制定了19项具体举措。其中，提出7月起通过线上线下等多种方式，发放1亿元餐饮消费券，推动餐饮市场有序复苏。

北京日报记者 郭缤璐 张天元/文并摄