



北京一刻钟便民生活圈“上新”

2.0版本新推4项功能

“北京市一刻钟便民生活圈动态地图”发布一年后,迎来2.0版本的更新。

据北京市商务局生活服务业处处长彭峰介绍,今年2.0版本将推出4项全新功能:一是首创一刻钟可达圈概念,通过相关算法,显示社区居民从社区中心点一刻钟范围内步行可达的区域;二是在八类基本便民商业网点的基础上,新增了鲜花、咖啡、药店等品质提升类的业态,并通过供给指数和消费指数反映最近一天便民商业网点的经营和消费变化情况;三是“管理服务+生活服务”同步更新,动态地图上收录的便民商业网点,同步在美团大众点评地图上向消费者展现;四是动态监测社区基本便民网点的供给情况,实现对未达标社区的预测、预警,这项功能将于2022年10月正式上线。

“2.0”版本的发布,让北京市一刻钟便民生活圈建设的拼图越来越完整。从2016年到2021年,北京市建设和改造提升的便民商业网点超过了7000个。截至2021年底,北京市共有蔬菜零售、便利店(社区超市)、早餐、家政、美发美容、末端配送(快递柜)、洗涤和便民维修等八类基本便民商业网点超过9万个,已实现基本便民商业服务功能社区全覆盖,“便民性”满意度位列“五性”之首。

据北京市商务局副局长郭文杰介绍,明确到2025年,北京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。

7月11日,北京市商务局发布《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》,提出到2025年,全市实现一刻钟便民生活圈全覆盖,落地超2000家国内外生活服务业品牌首店,培育超5万家生活服务业数字化门店,形成多元化、多样化、覆盖城

乡的生活服务体系。今年以来,北京市出台了多项促消费举措。2022年7月18日,北京面向全市消费者发放餐饮消费券,由政府 and 提供餐饮类服务的平台企业共同出资,推出外卖类、到店类、养老助残类三种消费券累计1亿元。7月18日至8月28日,全市超过2300万人次通过多个平台领取了消费券,核销的总量达到460多万张,订单的消费额达到近5亿。

巨头角逐本地服务业

据艾瑞咨询数据显示,2020年中国本地生活服务市场规模为19.5万亿元,到2025年这一数字将会增长为35.3万亿元。不过十亿级的市场下,本地生活的整体线上渗透率



仅为12.7%。

中国连锁经营协会会长裴亮表示:“未来的生活服务业将是具有鲜明共享经济特征、低碳、可持续发展的服务业,同时更具时尚化、专业化,也将是数字化、平台化的服务业,这是所有连锁品牌企业的共识”。

在美团、京东、阿里等巨头的猛烈进攻下,本地生活服务业竞争愈发激烈。

据2022年第二季度财报显示,美团闪购订单数量3.9亿单,同比增长42%,日均单量达430万,美团即时配送订单数增长至41亿笔。从2018年以来,美团闪购业务每年增速均在50%以上,成为驱动业绩增长的动力之一。

京东在2022年第二季度财报中多处提及京东6·18“小时购”及京东到家业务的表现。如京东的全渠道超市(京东超市)携手“小时

购”覆盖了超2.7万个品牌,超3.4万家实体门店,为全国近400个城市的消费者提供即时消费服务,助力超3万家合作门店的成交额实现同比增长超500%。

阿里旗下饿了么也按捺不住,急忙向外寻找“盟友”。2022年8月19日,抖音与饿了么同时官宣达成深度合作,饿了么将基于抖音开放平台,以小程序为载体,与抖音一起提供从内容种草、在线下单到即时配送的过程。

北京社科院研究员、中国人民大学智能社会治理中心研究员王鹏向北京商报记者表示:“一刻钟便民生活圈通过数字化的方式赋能,各家电商巨头纷纷布局本地生活服务,进入了一个各家同时争夺地盘的阶段”。

王鹏强调,从消费者角度来看,通过不断市场竞争优化服务,是个好现象,但是要管住乱

象,不能为了销量、订单随意发展。对于本地生活企业来说,关键要建立自己的“护城河”,提供差异化的服务,来满足消费者的需求。

仍需补齐数字化短板

随着“互联网+”边界不断拓宽,生活服务业的数字化水平还要走上快车道才行,各家企业也在此不断补齐数字化短板。中研普华产业研究院发布的《2022-2027年中国生活服务业数字化行业市场竞争分析与发展前景预测报告》显示,生活服务数字化占数字经济的比重由2015年的25.7%下降至2020年的19.1%。

疫情下,西贝从线下向线上转变,针对社区服务建立了互联网信息服务平台,组织了200多家门店管理人员,通过微信群发消息,建立隶属于西贝的线上食客平台,通过跟顾客一对一交流,分享商城及产品信息,提供外卖配送及食材订购服务;嘉和一品在2022年推出了“麦尖外卖优选”平台,正式上线微信小程序“麦尖美食”,成为首批“北京餐饮消费券”的外卖平台之一,此前2021年嘉和一品推出的“外卖专卖店”给门店带来了增量。

中国商业联合会专家委员会委员赖阳认为:“生活服务业有大量中小微企业,自身提升数字化的能力有限,但是借助平台能更好地为消费者提供服务”。

私域电商研究中心主任庄帅认为,未来本地化平台竞争要更加细致。企业要有更加完善、成熟的会员体系,为会员提供定制化的商品和服务,进行差异化的竞争。业态还需进一步扩容,从送餐到送万物,包括前置仓的买菜业务、社区团购等业态的实体店和社区店需要进一步升级。

庄帅进一步强调:“各方还要在管理上提升效率,更及时地反馈,用数据化去支撑更好的服务,满足消费者多样化、个性化的需求”。

北京商报记者 孔文雯

“左右”联手 吉利抢食万亿共享出行市场

随着出行市场竞争进入“红海区”,各企业开始在Robotaxi(自动驾驶出租车)赛道寻找突破口。9月5日,吉利旗下“左右手”曹操出行与吉利汽车创新研究院智能驾驶中心就Robotaxi项目启动合作。该项目将围绕Robotaxi平台运营及数据服务业务为核心,打造开放式商业智驾出行平台。



2025年每公里成本降至约1元

据了解,双方合作打造开放的智能驾驶运营平台,将以开放的运营服务生态为核心定位,通过政府支持取得商业化运营牌照,凭借曹操出行在共享出行方面积累的经验 and 优势,计划将平台开放给全国各家出行公司或自动驾驶公司接入,逐步在全国建立起曹操Robotaxi运营网络。

随着新能源汽车市场扩大,近年来吉利持续涉足相关生态领域。曹操出行成立于2015年5月21日,为吉利控股集团布局“新能源汽车共享生态”的战略性投资业务;2021年1月,吉利汽车集团与苏州相城区就智能驾驶项目达成战略合作,吉利汽车智能驾驶全球研发中心项目落地。业内人士认为,此次曹操出行与吉利汽车创新研究院智能驾驶中心合作,意味着吉利意图进一步抢夺出行市场份额。

目前,出行市场竞争日益激烈。除滴滴、享道出行、如祺出行、曹操出行、T3出行外,腾讯、华为等互联网企业也杀入该市场,出行市场进入白热化竞争阶段。面对市场格局改变,各企业将关注点放在Robotaxi上。根据亿欧智库研究预测,到2030年我国智慧交通市场将达10.5万亿元,其中Robotaxi、

Robotruck、智能驾驶Tier1(一级供应商)等三个市场均超万亿级。同时,汽车咨询服务机构IHS预测,到2030年中国共享出行市场规模将达2.25万亿元,其中Robotaxi占比将达60%,规模将达1.3万亿元。去年12月,享道出行上线享道Robotaxi,根据享道出行发布的报告显示,享道Robotaxi上线100天,已有数千用户完成数千次乘坐体验,约80%的用户体验多次。目前,享道出行、如祺出行、T3出行均已开启Robotaxi运营服务。

曹操出行智驾中心负责人周哲人表示,虽然现阶段Robotaxi的单位出行成本略高于普通出租车的出行成本,但当真正实现无人驾驶以及自动驾驶硬件量产成本降低以后,预计到2025年,Robotaxi每公里的出行成本仅约1元。随着成本不断降低,Robotaxi将成为日常出行的主要解决方案。

开放“朋友圈”探路商业化

不过,在多家企业入局该赛道下,谁能达到规模化从而降低成本实现商业化目标,才能真正在出行市场实现突围。为此,吉利将突破口放在打造开放式商业智驾出行平台上。按照吉利的规划,智驾中心将为曹操出行提供系统软件开发、底层平台建设等方面的一体化解决方案,加速曹操出行向智能化、网联

化的出行服务商转型。同时,曹操在全国62个城市拥有1.2亿用户。其拥有海量里程数据优势,可以对智驾中心进行数据反哺,构成数据闭环加速智能驾驶技术和算法迭代。进一步推进吉利实现L4级自动驾驶的商业化目标。

曹操出行未来出行事业部相关负责人表示,为加快智能驾驶技术商业化进程,曹操出行将会基于出行场景赋能生态合作方,同时将Robotaxi平台开放给合作方,接入更多自动驾驶公司车辆。“曹操出行主要基于运营场景来推动吉利研究院的自动驾驶技术研发,我们还能行业相关自动驾驶企业提供前中后端一体化的运营服务,欢迎更多伙伴选择曹操平台进行路跑测试与商业化运营尝试。”上述负责人表示。

中国流通协会专家委员会成员颜景辉表示:“Robotaxi已成为众多车企争抢的新赛道,但如何形成商业化模式也是车企研究的方向。吉利将旗下企业整合仅是第一步,最终的目的是将数据、车辆、用户运营、自动驾驶解决方案等多环节打通,并联合更多玩家形成商业模式最终抢占更多市场份额:车企+自动驾驶企业+网约车平台’的模式在未来3-5年内或将成为主流发展趋势之一,单打独斗不如联合发展,而吉利欲构建这样的共享平台,提前找到抓手”。

北京商报记者 刘洋 刘晓梦

天堂祥鹤被罚 “天价殡葬费”整治未完

北京商报讯(记者 赵博宇)曾涉“天价殡葬费”事件的殡仪服务公司收到了来自市场监督管理局的百万罚单。9月5日,据北京市市场监督管理局网站消息,北京天堂祥鹤殡仪服务有限公司(以下简称“天堂祥鹤”)因存在价格违法行为,违反《中华人民共和国价格法》,被处没收违法所得109.603万元,罚款565.295万元。该公司曾为北医三院、北京电力医院等多家医院太平间提供殡仪服务。

据行政处罚决定书显示,天堂祥鹤在北医三院、北京电力医院等医院太平间提供殡仪服务时,存在价格违法行为。具体来看,天堂祥鹤与逝者家属协商价格收取的供饭服务、起灵金光大道、遗像供台服务及纸费,未进行价格公示。

在提供冷冻存尸服务时,天堂祥鹤违反原北京市物价局、北京市财政局《关于调整部分殡葬服务收费标准的函》“冷冻存尸费3日以内(含3日)每具每日30元;3日至7日每具每日40元;7日以上每具每日50元”的规定,高于政府定价制定冷冻存尸费价格。天堂祥鹤以2000-4000元/天不等的价格收取单间冷藏费/单间装饰租用费和高档单间恒温冷藏存放服务费,实际均为冷冻存尸费。

2020年1月22日至2022年3月8日,天堂祥鹤收取单间冷藏费/单间装饰租用费162笔,按政府定价标准应收17060元,实收907770元,多收890710元;2021年6月11日至2022年4月7日,收取高档单间恒温冷藏存放服务费96笔,按政府定价标准应收3120元,实收242000元,多收238880元。合计多收价款1129590元为违法所得。

对此,北京市市场监督管理局责令

天堂祥鹤改正上述违法行为。并作出没收违法所得109.603万元,罚款595.295万元的处罚。

今年4月,媒体报道了“北京某三甲医院收取天价殡葬费”的事件,引起了广泛关注和讨论。殡仪公司开出的为逝者“供饭”、沐浴SPA等花样繁多的服务项目曾出现在项目收费单中。

事实上,北京市市场监督管理局在今年已向不止一家殡仪服务公司开出罚单。今年8月,北京八宝山天元殡仪“天价殡葬费”话题登上微博热搜。据北京市市场监督管理局网站公示的行政处罚信息显示,北京八宝山天元殡仪服务中心(以下简称“天元殡仪”)因存在多项价格违法行为,被处以50余万元的罚款,并没收违法所得262.5元。在天元殡仪的三项违法事实中,政府指导价200元/场的告别室共收取了1900元/场的高价。

在承接业务方面,天元殡仪自2017年10月1日开始在中日友好医院承接殡仪服务业务。于2022年1月1日起在民航总医院承接殡仪服务业务。此外,天元殡仪曾参与招投标项目10次。并于2019年6月中标北京积水潭医院新街口院区太平间承包服务项目,2019年1月中标首都医科大学附属北京朝阳医院西院太平间委托管理项目。

“天价殡葬费”的出现,呼吁的是监管的复位。据此前发布显示,北京于今年4月启动了对全市医院太平间外包情况的全面排查,并研究制定改进医院太平间管理服务的政策措施。而据民政部《关于进一步推动殡葬改革促进殡葬事业发展的指导意见》的要求,严禁在太平间开展营利性殡仪服务。从相关政策和指导意见的制定出台到加强监管和排查,整治“天价殡葬”需要多部门的协同合作和严格监督。