

## “数字”餐饮

在国内疫情多地散发下，餐饮服务业受到不小冲击。今年以来，部分地区餐饮堂食甚至外卖也受到不同程度的影响乃至停摆，而对于餐饮企业而言，在营业收入受到损失的同时，还需要承担多项成本费用支出。

从今年上半年数据看来，1-2月北京餐饮市场收入同比增长了18.6%，取得了较为不错的开端。但从3月以来，餐饮行业便开始受到了疫情影响，消费数据有所下降。特别是5月一整月北京暂停堂食服务，为北京餐饮业带来了较大影响。

面对这样的状况，对于餐饮人而言，唯有积极自救才能继续生存下去。在线上，不少餐饮企业上线外卖、自建外卖小程序、建立社群、开启云体验等，各个企业开始针对线上渠道进行产品结构调整，成为新的业务增长点。而线下，设立便民档口、到店自提、推出预制菜……餐饮企业正在竭尽全力渡过难关。

而到了6月，随着北京地区疫情防控形势稳定，有序恢复堂食服务，餐饮品牌们也逐步恢复了经营，使得6月餐饮收入有所回暖。不仅如此，伴随着暑期的到来，餐饮企业们纷纷抓住暑期档进行各式营销，外加北京发放消费券等举措，不需要餐饮企业出资的做法更是较大程度上缓解了餐饮企业压力，并起到拉动消费、提振经济的作用，使得7月餐饮收入较上月有一定幅度的回升。

疫情至今，餐饮行业留下的处处是坚守的背影，从数据和举措中，我们也能看到餐饮行业的成长和餐饮人的迅速反应。疫情正在激发餐饮企业自救的能力，同时也倒逼餐饮企业开始重视发展过程中遗漏的问题，并从中发现转机和新的商机。同时，从留抵退税、房租减免、缓缴社保，到如今发放消费券等金融支持，一套政策的“组合拳”正在落地生效助力餐企恢复烟火气，拉动行业回暖。

从发展之初，外卖产业就呈现快速增长的态势，2016年以来，北京线上餐饮订单量逐年提升。虽然2020年的疫情曾按下暂停键，但这期间布局线上餐饮成为不少餐饮企业采取的自救措施之一，并且成为主要收入来源。从商家数量来看，2020年北京线上商家数量高于2019年，从订单量来看，北京线上餐饮已逐步恢复，各个企业开始针对线上外卖进行产品结构调整，成为新的业务增长点。

