

每月省500元 京津“定制快巴”上线

11月16日,京津“定制快巴”开通仪式在天津市武清区高村镇高村客运站举行,宣布11月17日,北京国贸地区至天津武清高村地区的通勤“定制快巴”开通运营,这是天津定制巴士“首进”北京。接下来,该定制快巴可为乘客提供更具有时效性和舒适性的出行服务,跟自驾车相比,定制快巴可以大大缩短通勤时间,如果拥堵,最少可以节省一个小时。将来在武清的泗村店、武清城区等地区也可能逐步开通通往北京的通勤定制巴士。

2022年7月25日

京津冀通勤定制快巴正式开通运营



截至目前,共计开行2.3万余车次,客运量超91万人次,日发142班次,日客运量约5500人,投入运营的车辆数从开通初期的16辆增加至目前的65辆

目前已开通燕郊、大厂、香河、固安、廊坊城区至北京地区(国贸、望京、丰台总部基地、宋家庄)5条主线,“京津冀定制快巴”平台关注用户量已超过18万

自11月17日起,北京开通国贸地区至天津市武清区的通勤“定制快巴”

定制快巴单程55公里

在武清高村有9个站,在北京有3个站



更多线路将开通

未来,定制快巴将惠及更多进京通勤人员。“我们之前做了一个2800人的问卷调查,实际乘车的人我们预计在1/4-1/3。我们现在安排了4辆大巴车,是50座的大巴,能坐49名乘客,预计实载率能达到90%左右。如果后期乘客有更多需求的话,我们还会追加车辆跟运力。”赵宇介绍,11月17日开通试运行,一般情况下3个月以后,在摸清了乘客的具体需求以后,会逐渐把线路、支线、站点固定下来。

这并非京津冀之间的首个定制快巴。2022年7月25日,京津冀通勤定制快巴正式开通运营。据王方介绍,截至目前,共计开行2.3万余车次,客运量超91万人次,日发142班次,日客运量约5500人,投入运营的车辆数从开通初期的16辆增加至目前的65辆。目前已开通燕郊、大厂、香河、固安、廊坊城区至北京地区(国贸、望京、丰台总部基地、宋家庄)5条主线,“京津冀定制快巴”平台关注用户量已超过18万。其中,燕郊、大厂、香河至北京3条主线开通以来共开行超23000个班次,客运量近90万人次,日均客运量5100人次左右,综合平均实载率93.1%;廊坊主城区至北京线路开通以来共开行695个班次,客运量超1万人次;固安至北京线路开通以来共开行120个班次,客运量1653人次。

“下一步,将根据定制快巴的运营状态,及时调整线路、优化站点及运力,提供更加快捷高效的服务,根据京津两地产业协同、交通一体化的发展,谋划和规划新的线路,更加方便两地通勤。”高巧生表示。赵宇进一步指出,关于具体的站点,这次开通以后,将来在武清的其他地区,比如泗村店、武清的城区,也会逐步开通一些通往北京的通勤定制巴士。

北京商报记者 金朝力 冉黎黎

全程约1小时

北京商报记者从北京交通委获悉,目前,国贸地区至天津市武清区的通勤“定制快巴”在天津武清高村镇设置了首创半岛社区至北京国贸地区线路,基本覆盖了高村地区通勤人员出行需求。

北京市交通委员会道路客运管理处处长王方告诉北京商报记者,选择在此处让天津定制巴士“首进”北京,是因为天津市武清区的首创半岛社区是进京通勤人员最多的一个小区,通勤出行需求是最大的。“我们从去年开始就对这部分乘客出行进行了调查,这次开通首先选择了首创半岛线路,也是优先解决他们的出行需求。”

在设站情况方面,天津市武清区交通局党委书记、局长高巧生向北京商报记者介

绍,定制快巴单程55公里,在武清高村有9个站,在北京有3个站。根据开通仪式现场的展示牌,其线路及站点为:高村客运站(高村)-京津智汇广场(高村)-瑞鸿名苑(高村)-台头新苑(高村)-采薇雅苑(高村)-雪莱小镇(高村)-瑞澜名苑(高村)-馨桐雅苑(高村)-首创京津汇(高村)-北工大西门(北京)-双井地铁口(北京)-郎家园天桥(北京)。站点设置可根据乘客需求随时调整,全程约1小时。目前,武清至北京定制快巴已开通预约购票,乘客可使用“京津冀定制快巴”微信公众号购票,就近灵活预约乘车站点。

“一个月至少能省500元”

据北京交通委相关负责人介绍,定制快巴按照“预约出行、灵活设站、车随人走、就近

上车”原则,一人一座,合理安排停靠站点和发车时间,实现了“点对点”“门到门”发车、快速直达的通勤出行目标,可为乘客提供更具有时效性和舒适性的出行服务。

作为在首创半岛社区与北京之间通勤了近八年的人,秦洪伟对此颇有感触。他告诉北京商报记者,以前没有快巴的时候,首创半岛社区附近没有公共交通,进京通勤人员基本上是通过拼车通勤,自驾成本比较高,通行时间也没法得到保障。

在舒适性方面,秦洪伟表示,快巴开通之后,最起码每天能够多睡两个小时,“车上能睡一个小时,回来还能睡一个小时,对于我们出行的品质提升确实太大了”。

在时效性方面,秦洪伟也指出,通勤快巴可以免检,能够大大节省其通勤时间。“在快巴上有手势安检仪,我们以前拼车排队,平常就需要半个小时左右,如果赶上一些重大的

会议活动,基本上两个小时都可能过不去。”高巧生也指出,跟自驾车相比,通勤快巴是就近设置站点,同时,快巴进京的通道是绿色的,可以免检,从而大大缩短时间,“如果拥堵,最少可以节省一个小时”。

除此以外,“省钱”是秦洪伟为开通快巴感到兴奋的另一个方面。北京新国线安泽运输有限公司总经理助理赵宇向北京商报记者介绍,现在给定制快巴设置的是6:30开始发车,一共4个班次,按照微利可持续的原则定价,票价是18元钱。返程是17:30-19:00,一共也是4个班次。

据此,秦洪伟算了一笔账:“以前,拼车的话,单程就得五六十元;自驾的话,自驾一个来回就是80公里,两周加一箱油,价格500元左右,也就相当于一个月油钱是1000元,还不算保养费用。但是买通勤票的话,估计一个月至少能省500元。”

总消费额同比增长8.9% 假日经济助力北京消费

假日经济活力有效释放,北京市消费市场保持恢复态势。11月16日,北京市统计局发布数据显示,1至10月,全市经济稳步恢复,供给需求持续改善,价格运行总体稳定,假日消费显现活力。其中,全市市场总消费额同比增长8.9%,增速比前三季度提高0.5个百分点。

消费品市场态势恢复

1-10月,北京系列促消费活动有序开展,假日经济活力有效释放,全市消费品市场保持恢复态势,餐饮收入实现快速增长,升级类商品表现较好。

全市实现社会消费品零售总额11746.3亿元,同比增长3.1%,增速较前三季度提升0.6个百分点。从消费形态看,实现餐饮收入1092.2亿元,同比增长27.3%;实现商品零售10654.1亿元,同比增长1.1%。从限额以上批发和零售业主要商品类别看,金银珠宝类、体育娱乐用品类和化妆品

类商品分别实现零售额392亿元、174.9亿元和171.5亿元,同比分别增长34.9%、26.1%和12.5%。汽车类商品实现零售额1450.4亿元,同比增长12%,其中新能源汽车类商品增长43.8%。

居民消费价格平稳运行

1-10月,全市居民消费价格同比上涨0.5%。其中,消费品价格持平,服务价格上涨1.1%。八大类商品和服务价格“七升一降”,其他用品及服务类价格上涨4.3%,教育文化娱乐类价格上涨2.5%,衣着类价格上涨0.8%,食品烟酒类价格上涨0.7%,生活用品及服务类价格上涨0.6%,居住类价格上涨0.3%,医疗保健类价格上涨0.2%,交通通信类价格下降1.8%。10月份,居民消费价格同比持平,环比下降0.3%。

1-10月,全市工业生产者出厂价格同比下降0.9%,购进价格同比下降1.4%。10月份,工业生产者出厂价格同比下降0.3%,环比下降0.4%;购进价格同比下降1.3%,环比下降0.7%。

假日消费显现活力

1-10月,全市市场总消费额同比增长8.9%,增速比前三季度提高0.5个百分点。其中,服务性消费额在国庆中秋假期交通、文旅消费带动下,增长13.6%;实现社会消费品零售总额11746.3亿元,增长3.1%。社会消费品零售总额中,商品零售10654.1亿元,增长1.1%;餐饮收入1092.2亿元,增长27.3%。限额以上批发和零售业中,金银珠宝类、体育娱乐用品类、化妆品类商品零售额分别增长34.9%、26.1%和12.5%;汽车类商品零售额增长12%,其中新能源汽车增长43.8%。

假日期间,北京市商务局重点监测的百货、超市、专业专卖店、餐饮和电商等企业实现销售额92.7亿元,同比增长21.8%,较2019年增长14.6%。全市60个重点商圈客流量达4509.2万人次。

文旅服务向来是假日经济的重头戏。美团

数据显示,北京上榜全国十大热门旅游城市,成为全国最火的游客目的地之一。北京市文化和旅游局数据显示,仅在假期前3天(9月29日至10月1日),北京市重点旅游景区(旅游地区)累计接待游客682.5万人次,同比增长60.6%,比2019年增长31.8%。

中秋国庆长假二合一,让北京的商圈摩拳擦掌、跃跃欲试,多个新的商业中心项目集体开门迎客。不断更新的消费面孔,彰显了假日经济的活力与韧性。

工业生产继续恢复

1-10月,全市规模以上工业增加值按可比价格计算,同比下降0.4%(剔除新冠疫苗生产影响,增长3.1%),降幅比前三季度收窄0.3个百分点。重点行业中,五大装备制造业增长11.5%,电力、热力生产和供应业增长8.4%,汽车制造业增长8.3%,计算机、通信和其他电子设备制造业下降4.4%,医药制造业下降25.2%(剔除新冠疫苗生产影响,下降4.5%)。

高技术产业投资保持活跃

1-10月,全市固定资产投资(不含农户)同比增长4.9%。其中,房地产开发投资增长2.6%,基础设施投资下降0.5%,反映企业扩大生产能力的设备购置投资增长21.1%,自年初以来保持两位数的增长。分产业看,第一产业投资下降48.5%,第二产业投资下降13%,第三产业投资增长7.4%。高技术产业投资保持活跃,1-10月增长13%,其中高技术服务业投资在企业技术服务需求扩大等因素带动下,增长41.8%。

1-10月,全市房屋施工面积12297.2万平方米,同比下降4.3%,其中住宅施工面积6103.6万平方米,下降4.7%。商品房销售面积862.7万平方米,同比增长3.3%,其中住宅销售面积634.3万平方米,增长5.1%。

北京商报综合报道

保乐力加在华寻新路

为占领更多在华市场份额,保乐力加不断寻觅新发力点。11月16日,北京商报记者走访北京部分便利店以及KKV店铺发现,保乐力加旗下多款产品通过推出小瓶装产品,加码DIY即饮渠道。

走访过程中,北京商报记者在悠唐KKV店内发现,保乐力加旗下包括绝对伏特加、芝华士产品在内的多款产品推出小瓶装,容量约50ml,售价在10-30元不等。此外,在部分7-11便利店所设置的DIY鸡尾酒区域中,部分保乐力加旗下产品也有陈列。

渠道端布局即饮赛道的同时,保乐力加在产品端也持续推新。今年进博会期间,保乐力加宣布在中国市场首发马爹利单一产区系列两款“陈年级”佳酿。据了解,除本次首发的“陈年级”干邑外,“收藏级”计划于明年进入中国市场。

根据公开资料显示,保乐力加旗下的马爹利蓝带系列,马爹利XO、名士,皇家礼炮,百龄坛等产品在年内上调了产品价格,幅度在3%-12%不等。尽管价格上调,但根据最新财报显示,保乐力加2024财年一季度(2023年7月1日至9月30日),中国市场净销售额同比有机下降8%。针对在华市场销售数据下降问题,北京商报记者采访保乐力加相关部门,截至发稿,未获回复。

保乐力加业绩下降背后,是市场份额不断被挤压的结果。此前,保乐力加中国董事总经理高晟天表示:“我们非常看好未来中国威士忌行业成长。无论是芝华士还是皇家礼炮都表现较好,因此对行业增长前景,我非常有信心。”

但对市场有信心的,不仅仅是保

乐力加。截至今年5月,中国境内注册从事威士忌生产的企业共计达到212家。在众多酒企中,不乏帝亚吉欧、泸州老窖等知名酒企。

市场竞争日渐激烈之下,保乐力加也谋求寻找新渠道为业绩助力。针对未来新渠道以及年轻化发展趋势,保乐力加中国首席执行官郭斌臣指出:“我们发现,DIY即饮和Live House模式成为市场中两个新增长点,为此,我们的分销模式也迅速随之改变,通过线上线下联动,充分运用多元化渠道和更多类型的社交媒体平台来无缝触达消费者。”

尽管不断布局新渠道以谋求更多市场空间,但对于保乐力加而言,想要深耕DIY即饮和Live House模式似乎并非是一件易事。此前,帝亚吉欧相关负责人曾针对进口烈酒在酒吧业态以及Live House模式渠道发展情况向北京商报记者表示,三年时间里,酒吧以及Live House业态受到了较大冲击,目前酒吧业仍在恢复之中。

近日,北京商报记者走访了北京部分Live House及夜店渠道发现,目前威士忌产品主要集中于进口威士忌品牌,其中尊尼获加、苏格登等产品成为主要销售产品。值得注意的是,近年来,日本威士忌品牌逐渐成为该渠道较为热门的主流产品之一,加大了赛道竞争。

酒类营销专家肖竹青表示,中国酒饮社交属性很强,更多是亲朋好友聚会或商务应酬饮用。因此,还需动员渠道从业者作为消费意见领袖,通过分享、推荐的方式或者消费品牌的指定购买。

北京商报记者 刘一博 冯若男

注销公告

北京牛栏山鑫鑫贸易有限公司第四分公司
北京牛栏山鑫鑫贸易有限公司第四分公司(91110113MA0507H41Q),向登记注册机关申请注销。特此公告。

北京牛栏山鑫鑫贸易有限公司第四分公司(91110113MA0507H41Q),营业执照正本、公章丢失。特此公告。

北京牛栏山鑫鑫贸易有限公司第四分公司
2023年11月17日

北京牛栏山鑫鑫贸易有限公司第六分公司
北京牛栏山鑫鑫贸易有限公司第六分公司(91110108MA05HG8Y84),向登记注册机关申请注销。特此公告。

北京牛栏山鑫鑫贸易有限公司第六分公司(91110108MA05HG8Y84),营业执照正本、公章丢失。特此公告。

北京牛栏山鑫鑫贸易有限公司第六分公司
2023年11月17日