

餐饮业探路技术创新

本报记者 吉蕾蕾

产业看变化

民以食为天。今年上半年,餐饮业虽再次遭受疫情冲击,但随着疫情防控形势逐渐好转,各地餐饮市场的烟火气加速回归。刚刚过去的中秋假期,北京、上海、武汉等多地餐饮销售火爆,餐饮企业营业收入实现快速增长。

专家表示,随着一系列帮扶餐饮业恢复发展政策逐步落地,以及餐饮业逐渐适应疫情变化,积极求新求变,拓宽销售路径,开辟增长空间,在做好疫情常态化防控的前提下,餐饮业有望迎来进一步回暖。

收入呈阶梯式增长

“中秋小长假那几天忙到连后勤、行政的同事都来前厅帮忙收台、打水、打包外卖。”北京同和居饭店餐饮部副经理郭素红告诉记者,平时午餐到13点半左右就打烩了,小长假每天都忙到15点多,行政总厨在闭店之后都去帮着洗碗了。据介绍,中秋当日,同和居月坛店单日销量突破了20万元,几乎达到平常周末的2倍。

北京华天餐饮控股集团有限公司提供的数据显示,今年中秋期间,华天集团直属餐饮门店销售额同比增长27.28%,其中同和居增长超过36%,马凯餐厅鼓楼店更是实现了51.5%的高额增长,惠丰酒家、华天二友居、华天延吉餐厅、庆丰包子铺等多个品牌都实现了增长。

受疫情影响,今年上半年餐饮行业再次遭遇打击——多地暂停堂食,甚至出现外卖停摆。随着疫情防控形势持续向好,各地餐饮业加快复苏,餐饮单位也积极拓展客户群体,居民消费需求得到有效释放,彰显了强劲的恢复速度、广阔的发展潜力。

党的十八大以来,我国餐饮业收入从2012年的2.4万亿元增长到2021年的4.7万亿元,增长近1倍。其中,除2020年受疫情影响发展迟滞外,每年均呈现阶梯式增长。2021年,全国餐饮业收入占社会消费品零售总额的10.6%,且从2015年开始(除2020年),每年全国餐饮业收入增幅均大于社会消费品零售总额增幅。不难看出,餐饮业持续发挥了促进经济增长、带动消费提升的重要驱动作用。

中小规模连锁品牌增长迅速。《2022年中国连锁餐饮行业报告》显示,从2021年不同规模区间的品牌门店数同比涨幅情况来看,门店数涨幅最大的是规模在3家至10家店的连锁品牌,同比增长了23%。餐饮品类也不断细化,在2019年至2021年连锁餐饮门店数的分布占比中,小吃快餐的门店数量在过去3年高居榜首,占比近50%。而特色菜、烧烤、地方菜是2021年增长比例最高的3个品类,连锁门店数量同比增长分别达到33.2%、27.6%和22.1%。

餐饮相关企业注册数量也保持了净增长。企查查数据显示,2021年我国有334万家餐饮相关新设立企业,同比增长34.68%,高于

2019年的数量,97%的新设企业注册资本在500万元以下。可以说,餐饮业对创业者持续存在吸引力,行业竞争依然激烈。

线上线下融合发展

在疫情防控常态化背景下,顾客消费习惯逐渐从线下转移到线上。对此,餐饮企业的销售模式也纷纷由以堂食为主转向线上线下多渠道融合。

“原来我们认为线上是堂食的辅助,但现在看来两者都很重要,拥抱线上成了一道‘必修课’。”全聚德总经理周延龙分析说,“线上和线下的消费场景和客户群体不同,需求也不一样,我们发现新一代消费者喜欢通过手机找店,购买套餐后再到店消费,于是我们根据各区域数据情况实时更新线上套餐。针对北京不同地区消费特点上线新品,比如在主打异地游客场景的全聚德前门店上线8人、10人等多人家庭套餐,而年轻消费者居多的环球城市大道店则上线寰球喜卷单人餐。”

外卖平台的作用不可忽视。今年4月,北京餐饮市场外卖订单迅速攀升,部分主要做堂食的中小餐饮商户也逐步开展线上销售。比如花小小新疆炒米粉,新品推出后,先上线外卖渠道,如果市场反响好,再开始打造兼具堂食的“双主场”模式。

“在经历了疫情影响之后,餐饮业数字化转型加速,外卖和堂食同等重要已逐渐成为行业共识。”美团高级副总裁兼到家事业群总裁王莆中认为,虽然疫情给餐饮业线下扩张按下了“暂停键”,但同时也为积极拥抱数字化转型的餐饮企业按下了“加速键”。在数字化进程不断加速的背景下,餐饮业已进入堂食外卖并重的“双主场”时代,对餐饮商户而言,未来想要在激烈的市场竞争中发展壮大,思维模式、经营模式与组织能力需有所创新,堂食和外卖占比合理将会带来整体效益优化。

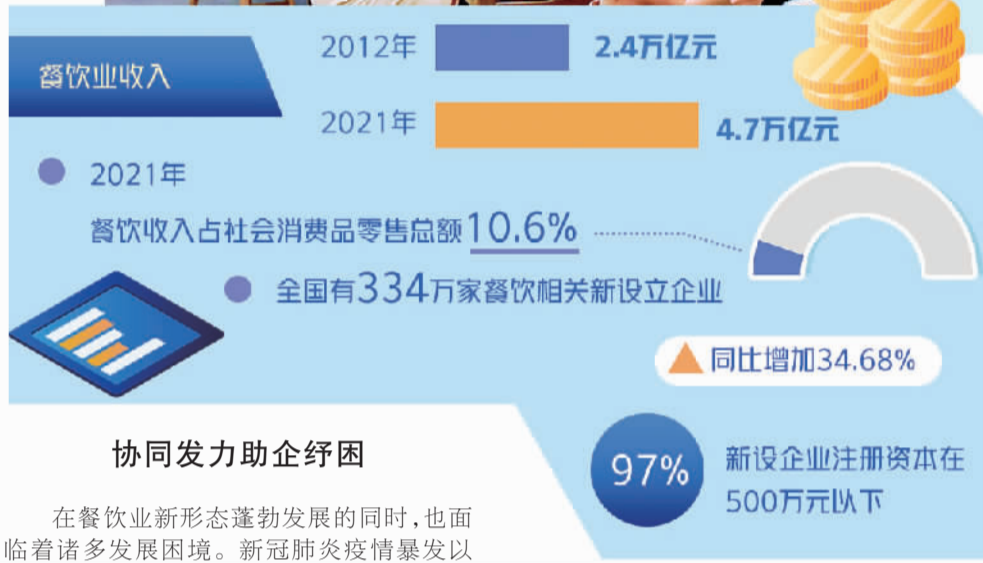
国家统计局数据显示,2013年至2021年,餐饮收入年均增长7.7%。在互联网特别是移动互联网普及率持续提升等因素带动下,近年来外卖餐饮服务快速增长,2019年至2021年限额以上单位餐饮配送及外卖送餐服务营业额年均增速超过15%,其中2021年比上年增长超过30%,增速明显快于餐饮业整体水平。这表明,越来越多餐饮商户开拓线上外卖渠道获取增长空间。

从行业发展特征来看,餐饮行业进入了以新产品服务和新技术为突破口的新运营模式时代。同时,餐饮商户的经营时空范围也得到了扩展,有效缓解了堂食高峰与低谷期间接待能力和就餐人群之间的矛盾,为统筹疫情防控和经济社会发展作出了应有的贡献。

中国烹饪协会相关负责人表示,伴随着互联网科技快速发展,直播、短视频等新模式推出相关支持、帮扶措施。比如,北京、广东、安徽等地通过发放消费券、数字人民币红包等举措,加速释放消费潜力,为餐饮业注入发展新活力。



市民在福建厦门市一家饭店品尝当地传统美食。新华社记者林善传摄



协同发力助企纾困

在餐饮业新形态蓬勃发展的同时,也面临着诸多发展困境。新冠肺炎疫情暴发以来,餐饮业作为接触性、聚集性行业持续遇冷。尽管2021年国内餐饮业市场规模已总体恢复至疫情前水平,但由于今年上半年疫情呈多点散发态势,多地暂停堂食,餐饮业仍待进一步回暖。

餐饮业一头连着百姓餐桌,一头关系着经济发展。今年以来,为帮助行业走出困境,从中央到地方均出台了相关纾困政策,助力餐饮业恢复发展。今年3月,财政部、国家税务总局联合发布公告,提出自2022年4月1日至2022年12月31日,增值税小规模纳税人适用3%征收率的应税销售收入,免征增值税。随后,商务部、国家发展改革委等11部门联合印发《关于抓好促进餐饮业恢复发展扶持政策贯彻落实工作的通知》,明确要求从加快出台相关补贴政策、拓宽企业融资渠道等多个方面促进餐饮业恢复发展。

同时,各地也因地制宜为餐饮业量身定制推出相关支持、帮扶措施。比如,北京、广东、安徽等地通过发放消费券、数字人民币红包等举措,加速释放消费潜力,为餐饮业注入发展新活力。

面对疫情的冲击,餐饮业也在积极寻找

转机,通过“以节造市”等创新促销方式寻求突破,努力做好市场保供,探索技术创新,并快速适应到店堂食和外卖外送动态共生发展的趋势。同时,积极调整产品结构,入局预制菜赛道,在打通线下、线上渠道的趋势下,拓展新零售。

与餐饮市场稳步向前相对应的是,通过10多年的治理,我国食品安全状况稳步向好,并通过建章立制、实施食品安全战略,推动食品安全治理进入持续健康发展轨道。2021年全国食品安全监督抽检合格率达到97.3%,比2012年提高1.9个百分点。

食品安全直接关系到广大人民群众的利益。中国烹饪协会相关负责人表示,产业链条较长且复杂是餐饮服务行业的重要特点,要想从根本上改变餐饮业食品安全现状,需要政府、行业协会和企业等多元力量共同参与、共同推进、共同发展,形成共建共治共享的食品安全社会治理格局,满足人民群众日益增长的食品安全和质量提升的需求。对餐饮企业来说,应认真履行食品安全主体责任,秉承诚信经营的理念,健全食品安全管理制度。

市场主体又迎来政策红包。近日召开的国务院常务会议决定,针对市场主体特别是中小微企业、个体工商户和制造业困难大的实际情况,加大纾困力度,在第四季度再实行一批收费缓缴,并要求落实责任,确保市场主体受惠。

对各类市场主体实施直接高效的纾困措施,是稳增长保市场主体保就业的关键举措。新冠肺炎疫情发生以来,党中央、国务院把宏观政策着力点聚焦到市场主体这个经济发展的根基上,出台了一系列有针对性的助企纾困政策举措。今年特别是二季度以来,受国际环境复杂和国内疫情冲击等超预期因素影响,经济下行压力加大,党中央、国务院果断推出了稳经济一揽子政策和接续政策措施,各地区各部门积极抓好政策落实,着力减轻企业负担、稳住经济大盘。截至8月31日,全国累计新增减税降费及退税缓费超3.3万亿元,有效缓解了企业资金压力,超六成企业把留抵退税资金用在采购原材料和加大投资研发上。

1.6亿多市场主体是我国经济发展最大的韧性和底气所在。据测算,一个市场主体平均可带动8人至10人就业,特别是量大面广的中小微企业、个体工商户,他们不仅是就业的“大容纳器”,还打通了市场的“细微末节”,使内需更大释放出来。企业稳得住,市场就有信心,经济就有前景。今年我国经济要爬坡过坎,必须千方百计稳住市场主体,留住经济发展的“青山”。

市场主体的难点痛点,就是政策的着力点。当前,我国经济总体上延续恢复发展态势,但国内外环境依然复杂严峻,不少市场主体特别是中小微企业、个体工商户仍面临市场需求持续不振、现金流不足、还本付息压力较大等困难,对未来预期偏弱,而预期反映的是市场主体对未来经济发展的判断,预期不稳,政策效果就会打折扣。要狠抓一揽子稳经济政策措施和接续政策落地见效,最大限度消除堵点、缩短时滞,让市场主体更好地知晓政策、理解政策、享受政策,力争“该免的免到位、应减的减到位、能缓的缓到位”,及时回应市场主体诉求,调动各类市场主体积极性。

需求不足是当前经济运行中的突出矛盾,千方百计稳住市场主体,让助企纾困与激发活力并举,使扩大有效需求与增强内生动力相结合。积极扩大有效投资,促进消费加快复苏,畅通交通物流,提高产业链供应链稳定性,构建大中小企业相互依存、相互促进的企业发展生态,让市场主体有订单、有钱挣,不仅帮助他们渡难关、复元气,也为今后更好发展打下坚实基础。

创新实施宏观政策是为市场主体“浇水施肥”,深化“放管服”改革则是“改良土壤”,地肥自然苗旺,两者结合将产生倍增效应。近年来我国营商环境不断改善,但一些领域竞争不公平、市场秩序混乱等问题仍然存在,部分领域涉企违规收费问题时有发生。进一步优化营商环境,降低制度性交易成本,在当前复杂形势下更具紧迫性。根据国务院要求,今年10月底前,各地区各部门要对带有市场准入限制的显性壁垒和隐性壁垒开展清理,并建立长效机制。今年年底前,要完成涉企违规收费专项整治,重点查处落实降费减费政策不到位、不按要求执行企业收费政策等行为。

政策落实“再快一步”,企业发展才能“更进一步”。目前,一系列助企纾困措施的政策效应已有所显现,接下来要继续落实落细,并根据新情况新问题进一步充实政策工具箱,不断提升市场主体的获得感。

熊丽

储气设施建设加速跑

本报记者 王轶辰

中海油盐城绿能港一期扩建工程10号储罐顺利完成封顶任务,标志着储罐主体结构基本完成,为中海油盐城绿能港项目按时投产奠定了基础,项目建成后将成为国内规模最大的LNG储备基地。

中建电力项目负责人以徽介绍,作为国家初步规划为3000万吨/年的天然气产供储销基地,该项目可增加华东地区天然气供给,补充江苏省天然气市场缺口,优化长三角地区能源结构,助力我国实现“双碳”目标。

今年8月,中国海油集团珠海LNG二期项目5座27万立方米储罐外罐首层墙体全部浇筑完成。该项目建成后,珠海LNG接收站年处理能力可达700万吨,折合气态天然

气约100亿立方米,将成为我国华南地区规模最大的LNG储运基地,为粤港澳大湾区提供持续稳定的清洁能源。

地下储气库方面,今年9月,中国石化天然气分公司中原储气库群东部气源管道工程主线贯通,建成后可与山东管网南干线互联互通,最大限度发挥中原储气库群调峰作用,对保障华北地区天然气供应具有重要意义。

作为较为清洁的化石能源,天然气是通向“双碳”目标的重要桥梁,而储气库建设是天然气产业发展到一定程度必不可少的环节。从外部看,近年来全球能源格局加快调整,市场波动明显加剧。地缘政治角力影响能源市场平稳运行,国际能源市场秩序和运营规则面临新挑战,能源底线安全成为各国面临的共同课题。当前全球化石能源生产和基础设施投资强度仍不能完全适应能源安全发展需要,叠加新能源快速发展,中长期全球能源安全面临的不确定性增加。

从内部看,天然气供需形势频繁变化,产销平衡的难度日益增加。近年来,随着我国城

市燃气、发电用气、交通用气快速增加,稳定供气成为关系国计民生、牵动社会关注的重大问题。早在2017年,我国北方部分地区一度出现天然气供应紧张的局面,暴露出我国在天然气储备环节存在较大短板。今年下半年,天然气需求将受到今冬明春气候不确定性、国际能源市场价格大幅波动不确定性双重影响,保供压力依然不小。

事实上,正是自2017年以来,我国储气设施建设开工建设全面提速,2021年全国已建成储气能力同比增长15.8%,3年多时间实现翻番。不过,与发达国家相比,我国储气能力依旧薄弱。2021年国内地下储气库工作气量仅为170亿立方米,占年度天然气消费量比例不足5%,远低于12%至15%的国际平均水平。储气能力已成为天然气乃至整个能源产供储销的能力严重受限。

“目前对外依存度比较高的主要是石油、天然气。”在中国石油集团国家高端智库研究中心副主任吕建中看来,目前我国进口油气供应安全仍存在一些隐忧。在需求方面,我国天然气消费处于中高速发展阶段,预计到2040年我国天然气表观消费量将达到7000亿立方米峰值,比2020年翻番。应加大国内油气勘探开发力度,努力增强战略储备能力建设,增强应急保障建设。

专家表示,要统筹谋划适度先行,推动天然气基础设施投资建设。切实简化优化管道、地下储气库等重大工程决策程序,加快投资批复,加大投资力度,坚持多能互补、多企联合,加快储气设施建设,突出做好天然气冬季保供工作。



近日,中国海油气电集团发布消息,公司正积极推进大型、超大型LNG(液化天然气)储罐的规划建设。据中国海油气电集团副总经理杨勇介绍,预计到2025年年底,将新增LNG储备容量567万立方米,相当于可存放超35亿立方米的气态天然气,可进一步提升我国天然气应急供应能力,保障国家能源安全。

天然气产业链分为产、供、储、销、运5个环节,其中,“储”代表天然气储存,是保障天然气管网高效安全运行、平衡季节用气峰谷差、应对长输管道突发事故、保障国家能源安全的重要手段和措施。容量大、成本低的地下储气库以及更适合液态天然气的LNG储罐成为当今世界天然气储存的两种重要方式。

今年以来,我国多个储气设施项目快速推进。9月22日,中建电力建设有限公司承建的

预计2025年年底 中国海油气电集团 将新增LNG储备容量 **567万立方米**



工作人员在中国石油辽河油田储气库群双台子储气库作业区巡查。新华社记者潘玉龙摄

业界点睛