

餐饮业发力“双主场”

本报记者 吉蕾蕾

回眸2022

随着疫情防控措施持续优化,连日来,全国多地餐饮门店陆续恢复堂食,街头巷尾久违的烟火气又回来了。美团数据显示,12月7日,北京地区到店餐饮线上订单量相比上周增长超58%,其中,火锅、烧烤消费恢复明显快于其他品类,相关餐饮线上订单量增长超1倍。

专家表示,尽管受疫情影响,今年以来餐饮业暂停现象时有发生,但餐饮业逐渐适应疫情变化,主动求新求变,拓宽销售路径,线上外卖外送业务与线下堂食形成良性互补,线上线下“双主场”融合发展趋于常态。不过,眼下,要促进客流量回归正常、恢复活力,仍需多方共同努力。可以预见的是,随着行业稳步回暖,线上线下“双主场”有望实现双增长。

餐饮市场正在回暖

12月6日,北京多家商场、酒店宣布恢复堂食。接到恢复堂食的通知后,各大餐饮企业第一时间开始了迎客准备。

“当天中午接到商场开放堂食的通知后,我们立刻组织同事到门店打扫、消毒、查验备货,准备晚上正式开放堂食。”凑凑火锅北京合生汇店店长丁佳文介绍,下午4点左右,餐厅迎来了第一桌堂食客人,到5点半门店就迎来了第一波就餐小高峰。据悉,当天晚上凑凑火锅北京合生汇店一共接待客人72桌,总体销售情况基本恢复,与暂停堂食前基本持平。除了火锅,凑凑奶茶当晚销售将近300杯。

堂食消费需求逐步释放,线上订餐服务也十分繁忙。卢盼盼是广东省广州市天河区珠江新城一带的外卖骑手。他说,这些天送往办公楼的外卖订单特别多,周边的餐饮商家基本都恢复了堂食,跟以往没什么区别。

“刚恢复堂食的那两天,到店用餐的客人并不太多,但外卖单量已经创下了新高。”龚印记牛庄·牛骨牛杂屋的负责人李榕仙告诉记者,以前客人到店堂食基本都要排队,今年开始上线外卖服务后,原本排队等候的客人纷纷转为外卖下单。特别是堂食暂停期间,门店的外卖订单量翻了兩番,外卖收入一度可以覆盖门店近半营收。

与此同时,以美团为代表的餐饮平台也在积极行动,推出预约自提等举措,帮助餐饮商家开拓新的经营模式,提升风险抵抗能力。据了解,北京已有近2000家餐厅通过美团上线到店自提服务。不少商家表示,到店自提套餐的上线,帮餐厅吸引了很多周边3公里范围的消费者前来门店取餐,与餐厅外卖外送服务形成互补,更好地兼顾了消费需求和门店的运营能力。

中国烹饪协会副会长吴颖表示,今年以来,全行业虽然面对多种不利因素,但各大餐饮企业仍然千方百计通过外卖、外带、预制菜、调整产品结构等多种方式积极开展自救,相关政策也在支持餐饮业复苏。目前,餐饮业正在逐步适应市场,适应消费者。

拓渠道成企业常态

受疫情影响,今年更多消费者的消费习惯逐渐从线下转移到线上。与此同时,越来越多的餐饮企业也不断拓展销售渠道。

北京华天餐饮控股集团党委书记、董事长贾飞跃介绍,近年来,北京华天



在日前举办的2022(第七届中国国际食品餐饮博览会上,观众在品尝特色食品。本届博览会以“促进消费,创新发展”为主题,参与企业约1800家,集中展示了国内外食品餐饮行业发展成果,推动新技术、新产品、新模式交流,探索食品餐饮产业转型升级、创新发展新路径。

新华社记者 陈思汗摄

积极发展私域平台,将经营重点向线上转移,先后推出华天线上会员商城和自营外卖小程序,同春园的“春园小厨”系列酱货、庆丰包子铺的“庆味丰”系列酱货、延吉餐厅的袋装冷面都是线上商城的网红产品,收到市场积极反馈。

除了转向线上,拓展线下消费场景的重要性也不容忽视。暂停堂食后,不少顾客选择到店外带自提,这对餐饮企业产品结构的要求骤然提高——方便外带的手拿食、可以带回家自行烹饪的半成品、拥有更长保质期的预包装产品都成了当下市场的消费重点,能否及时调整产品结构以适应消费者及市场的需求,是对餐饮企业的一大考验。

融合新业态新渠道,已经是老字号品牌的发展新思路。“我们从2020年7月开始发力外卖,新店选址在社区、大型写字楼周边,主攻本地居民和都市白领,菜单也进行了丰富,几乎涵盖了所有具有武汉特色的早餐,并设置了组合套餐。”蔡林记战略筹备中心总监袁中华介绍,粗略估算,2021年仅外卖这个渠道,蔡林记就卖出了至少400万碗热干面。

积极融合“线上下单、线下30分钟送达”的即时零售新业态,也是蔡林记发展的重要路径。美团数据显示,今年11月以来,蔡林记的即时零售销量环比增长27%,安徽、广州、北京等地销售增幅显著。

近年来,线上与线下呈现一体化发展趋势,餐饮经营者在堂食模式和外卖模式的融合发展中,逐渐探索线上线下深度融合、相互促进的“双主场”经营模式。“餐饮商家同时拥有线下和线上两个主场,在经营堂食的同时深耕线上外卖主场,让客户在线、门店在线,管理在线、服务在线,线上化能力的提升正助力餐饮业突破不确定性。”美团新餐饮研究院院长白秀峰说。

多方协力提振消费信心

2022年,阶段性疫情防控对餐饮业发展冲击巨大。国家统计局数据显示,1月份至10月份全国餐饮收入35348亿元,下降5%。10月份,餐饮收入4099亿元,下降8.1%,其中限额以上单位餐饮收入为978亿元,下降7.7%。

“当前餐饮行业最大的困难在于疫情引发的市场消极因素叠加,导致经营效益断崖

在海南澄迈县才存咖啡厂,返乡大学生、该厂副总经理徐宝在烘焙咖啡。澄迈县才存村结合当地特色开办咖啡厂、民宿、餐饮等产业,为乡村发展注入新活力。

新华社记者 张丽芸摄



式下滑。”贾飞跃认为,此前受疫情影响,堂食暂停,客流大幅度减少,市场消费动力不足。同时,原材料、人工、租金、水电气等成本居高不下,给很多餐饮企业经营带来了负担。此外,招工难、留人难也是行业不可回避的困难。

记者采访发现,尽管全国多地堂食陆续开放,但不少消费者出于对自身健康的考虑,外出就餐的信心尚未恢复。这也是目前影响餐饮行业复苏的最大因素。

“堂食的开放会进一步释放积极信号,但要促进客流量回归正常、恢复活力,仍需多方共同努力。”吴颖表示,各地政府与协会、知名餐企可以通过联合举办各种美食节、购物节、发放餐饮消费券等活动带动人气。

以北京为例,今年7月,北京面向全市消费者发放“重逢美好”餐饮消费券,由政府提供餐饮服务的企业共同出资,推出外卖类、到店类、养老助残类三种消费券累计1亿元。消费券的发放,大大激发了市民的消费热情。前三季度,北京市实现餐饮收

入752.4亿元,同比下降11.6%,降幅较上半年收窄4.8个百分点。

当前,人们的餐饮消费需求与优质供给不足之间的矛盾也十分突出。从餐饮企业来看,更应考虑在数字化经营、社区化渗透、零售化发展方面做一些新的尝试,进一步使企业适应环境、市场以及消费者的变化。

白秀峰认为,餐饮行业要实现数字化改造,可以利用互联网外卖平台,通过技术创新与信息交换,补齐数字化短板,加强餐饮行业经营者数字化意识和能力建设,提升餐饮业数字化运营效率,从而更好地抵御风险,提升供给效率,实现高质量发展。

总的来看,餐饮业是一个具备长期韧性的行业。企查查数据显示,截至12月1日,2022年国内餐饮相关企业共新注册308万家。“相信在多方协力下,行业必将勇毅前行,稳步回暖,在为餐饮人注入发展信心的基础上,实现全行业的高质量发展。”吴颖说。

再过不到一个月,《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)就要迎来正式生效一年的日子。作为中国对外签署的经济体量最大的自由贸易协定,RCEP生效实施至今不断释放开放红利,凸显对区域和中国经济发展的积极效应,成为中国积极参与区域经济一体化进程、建立高标准自贸区网络体系的生动写照。

近年来,区域经济一体化不断深化,区域自由贸易蓬勃发展,成为驱动经济全球化的重要引擎。同时,新冠肺炎疫情阴霾下的国际市场仍存在诸多挑战,全球市场对于新动力的需求也愈加紧迫,高水平自由贸易区成为国际经济合作和竞争的重要平台。

过去10年,中国主动顺应区域经济一体化发展大趋势,积极与有意愿的国家和地区共同建设互利共赢的自由贸易区。10年里,中国与自贸伙伴的贸易额占中国贸易总额的比重由2012年的17%提升至2021年的35%,不仅促进了区域经济发展,也为各国人民带来了切实的社会和经济福祉。第五届进博会期间,商务部研究院发布《中国自由贸易区建设20周年暨RCEP实施进展报告》指出,自由贸易区拉近了中国与自贸伙伴间的经贸关系,促进了要素流动和中间品贸易往来,进一步巩固了彼此的产业链供应链合作关系。

如今,中国陆续同全球26个国家和地区签署了19个自由贸易协定,覆盖亚洲、大洋洲、拉丁美洲、欧洲、非洲,逐步构建起立足周边、辐射“一带一路”、面向全球的自由贸易区网络布局,货物贸易、服务贸易与投资开放水平显著提升,经贸规则覆盖领域更加广泛,承诺水平不断深化,为形成更大范围、更宽领域、更深层次对外开放格局发挥了积极作用。

党的二十大报告提出“扩大面向全球的高标准自由贸易区网络”,这为新的历史条件下建设我国高标准自由贸易区和推进高水平对外开放指明了方向、明确了目标、提出了要求。

扩大面向全球的高标准自由贸易区网络,是我国实行更高水平对外开放的战略举措。在国际高标准自由贸易协定中,货物贸易、服务贸易和投资、政府采购等市场准入领域开放水平越来越高,规则领域进一步延伸至包括环境在内的多方面“边境后”措施。推动自由贸易区建设“扩围、提质、增效”,有利于增强国内国际两个市场两种资源联动效应,提升贸易投资合作质量和水平。

应当看到,我国仍存在一些体制性障碍,重点领域改革还有不少硬骨头要啃,推进高质量发展还有许多卡点瓶颈。扩大面向全球的高标准自由贸易区网络,深度对接高标准国际经贸规则,营造市场化、法治化、国际化一流营商环境,有利于更好发挥高水平对外开放对改革、发展、创新的强大牵引作用,为推进国家治理体系和治理能力现代化提供强劲动力。

根据党的二十大精神指引,我国将立足新发展阶段,坚持对外开放的基本国策,坚定奉行互利共赢的开放战略,推进高水平对外开放,扩大面向全球的高标准自由贸易区网络,维护多元稳定的国际经济格局和经贸关系,不断以中国新发展为世界提供新机遇,推动建设开放型世界经济,更好惠及各国人民。

业界点睛

本版编辑 黄晓芳 祝君壁

中国制造业实力持续攀升

本报记者 王轶辰

日前,本土跨境电商平台阿里巴巴国际站发布2022年度十大商品,新能源、激光切割设备等国货爆款领跑全球市场。在全球贸易面临不确定性的新形势下,这份榜单不仅反映了中小企业出口商品的景气度,展现了我国经济与全球联系的紧密度,一定程度上指示着海外消费新趋势,凸显了我国制造业向“微笑曲线”两端攀爬的能力和决心。

当全球都在勒紧腰带过日子的时候,我国新能源产业继续高歌猛进。年度十大商品里,新能源行业独占三席。来自阿里巴巴国际站的数据统计,国产新能源相关商品高景气度运行,已经连续3年保持3位数以上增长。

近一年,受天然气、电力等能源价格飙升影响,不少欧洲家庭积极采购分布式光伏、小风机及储能系统,用来应对能源危机。值得注意的是,一些欧美家庭把对新能源设备的采购,更多看成一种投资,而非单纯消费。因为在欧洲很多国家,为鼓励新能源发展,多采取购置费用补贴(容量补贴、税收减免、低息贷款)和运行收益机制(分时电价机制、虚拟电厂机制)提高用户新能源系统经济性,提高民众购买意愿。长期来看,家庭使用新能源系统不仅可以解决自身用电问题,还可向电网反向售电获得收益。

电动汽车充电桩在海外市场也表现亮眼。阿里巴巴国际站上,新能源充电桩全球热门搜索指数从2017年以来逐年攀升,尤其从2020年以来呈现爆发式增长,目前对新能源充电桩搜索热度最高的国家为英国、德国、爱尔兰、美国、新西兰。2022年,新能源充电桩全球买家数同比增长2.5倍,交

易增长184%。

业内人士表示,中国新能源产品海外火爆是内外双循环的典型范例,国内竞争激烈的优质品类,借助数字化平台挖掘海外需求,在全球产业链受冲击波动的时候,对国际市场起到了非常好的补充,也为中小企业进一步打开国际市场提供了机遇。

和新能源一起火热的还有工业激光机械。这个行业以往被海外品牌垄断,我国制造的激光机械是近年来中国制造业崛起的象征,打破了以往海外品牌垄断的市场局面。作为我国具备后发优势的产品,激光机械无污染、精度高、速度快,相比传统焊接工艺有着降维打击的优势。目前,我国激光机械已经在中低端市场实现了对欧美产品的完全替代,相关产品海外需求分布广泛,既有美国等发达国家用于商用小店工艺品加工,也有巴西、俄罗斯、泰国等发展中国家用于工厂生产。

锐图激光是山东省瞪羚企业,长期深耕机械行业。锐图激光总经理马同伟介绍,公司成立于2020年,彼时激光设备的价格大幅下降,从上百万元降到二三十万元,市场需求井喷,越来越多的制造业企业愿意购买激光设备助力产业升级。那时,他决定转行,由出口建筑设备转为做实体生产激光设备。

作为民营中小型激光设备企业中的佼佼者,锐图激光实现年营收过亿元。谈及成功经验,马同伟表示,一是通过互联网出海开拓新蓝海,打造互联网线上品牌,二是自建产业链保证供应链稳定和高性价比,三是为客户提供大厂不情愿做的定制化服务。

数据显示,山东济南激光设备出口量、出口额近年来一直位列全国第一,也是我国激光技术的重要研发堡垒和基地。当地的激光切割产业已经超过德国,全球市场份额、技术水平遥遥领先。2022年阿里巴巴国际站上工业激光机械全球买家数同比增长51.1%。预计到2027年,中国将占全球激光机械供给的30%。以济南等为代表的激光机械外贸产业带,正走出一条高质量出海的新路子。

阿里巴巴国际站总裁张阔表示,今年整体外贸市场面临较大波动,透过这份榜单我们看到中国外贸商家的韧性,也看到中国外贸高质量增长的信心。中国制造正借助数字化能力,快速洞察海外需求变化,成为世界供给里最具有“确定性”的一部分。张阔认为,不断涌现的国货爆款,充分说明中国供给在全球产业链协同中发挥着日益重要的作用。

近几年,我国外贸稳健增长,新能源、取暖设备等部分品类尤为亮眼,不排除受到短期突发事件因素和热门事件的影响,但从长期来看也有必然性。中国国际经济交流中心副理事长魏建国分析称,随着国内商家对跨境电商平台的重视程度和运营能力不断提高,捕捉海外市场突发需求的敏感度和响应能力极大提高,总能第一时间“跑赢”他国竞争对手,获得市场红利。

“同时,中国外贸产业技术水平提升,出口商品呈现结构优化、质量提升、高附加值的趋势,有理由相信,明年中国外贸将在全球经济复苏的队列中遥遥领先,也将为全球经济复苏提供强大推动力。”魏建国说。



“汽车城”驶入高质量发展轨道

长春市汽车产业体系完备,现有5户整车企业,零部件产业规模近1600亿元。长春市进一步谋划构建现代汽车产业体系,打造长春国际汽车城,力争到2025年,实现规上工业总产值11000亿元以上,建成世界一流、国际闻名的万亿级汽车产业基地。

新华社记者 张楠摄