

让百姓敢消费能消费愿消费

刚刚过去的“五一”小长假,全国共计接待国内游客1.15亿人次,实现国内旅游收入475.6亿元。期间,百货类、餐饮等各类消费加速回暖,被抑制的消费正在加快释放。

当前,受新冠肺炎疫情影响,外部环境不稳定不确定因素显著增多。为此,中央多次重申并周密部署实施扩大内需战略,就是要充分挖掘超大规模市场优势,发挥好消费的基础作用和投资关键作用。

以改革破解深层次问题

近段时间,有关部门陆续出台了一系列推动消费提质扩容、释放消费潜力的举措,各地也通过发放消费券等方式鼓励扩大消费。“尽管一季度消费受到影响,但潜力仍然巨大。推动经济发展,很大程度上仍要

依靠消费扩张。”国家统计局新闻发言人毛盛勇说。

不过,我们也要看到,当前也还存在一些制约消费扩大和升级的体制机制因素。突出表现在重点领域消费市场还不能有效满足城乡居民多层次多样化消费需求,监管体制尚不适应消费新业态新模式的迅速发展,质量和标准体系仍滞后于消费提质扩容需要,信用体系和消费者权益保护机制还未能有效发挥作用,消费政策体系尚难有效支撑居民消费能力提升和预期改善。特别是受疫情影响,经济下行压力加大,居民收入增长放缓,居民消费意愿也有所降低。

因此,我们必须坚定通过改革的办法,努力破解深层次问题,让广大居民敢于消费、愿意消费、有地方消费,真正释放消费潜力,为经济发展注入更

多活力与动力。

全面推行收入分配改革

要促进消费回升,关键在于提升居民的消费能力,增强消费意愿。

“疫情提供了全面推行收入分配改革的窗口期。”中国人民大学副校长刘元春建议,当前要结合“保居民就业”,改革现有失业保险与失业救济体系,全面覆盖各类农民工和弹性就业者;要结合“保基本民生”,及时发现疫情冲击下暴露出的传统安全网没有覆盖的边缘人群,实现民生安全网体系全覆盖;要启动需求侧结构性改革,努力扩大中等收入群体规模。

中南财经政法大学数字经济研究院执行院长盘和林也认

为,要扩大消费,必须着手收入分配改革,尤其是以收入分配改革的“获得”,来引导人们的消费。例如,从强化再分配机制、动态调整个税起征点、五险一金调整等方面入手,给予大众确定性。

国务院发展研究中心研究员李佐军建议,要继续加大对中低收入群体和困难群众的帮扶;继续加强和改善民生,妥善解决好看病难、上学难、养老难等问题。

完善社保解除后顾之忧

中国人民大学公共管理学院原常务副院长许光建表示,在增加收入的同时,还要通过完善社保体系减少后顾之忧,才能让大家敢于拿出更多的钱来消费;要通过制度创新和房贷、车贷、

抵押贷款等金融创新,进一步扩大消费规模;要着力改善升级消费环境,加强消费基础设施建设,提升消费便利性。

中国政策科学研究会经济政策委员会副主任徐洪才建议,进一步加大教育投入,让低收入群体子女接受良好教育;进一步加大人力资本投入,提升劳动者在劳动市场上的就业能力,助力产业链分工向中高端迈进,也帮助劳动者提升收入水平,进而提高消费能力。

专家建议,要增加高品质产品和服务供给,实现产业结构和需求结构在更高层次上形成动态平衡。要大幅放宽服务消费领域市场准入,扩大享受型消费需求的有效供给。要健全消费领域信用信息共享共用机制、推动消费者维权机制改革,不断完善消费环境。

(经济日报)

餐企复工 开店容易开工难

自疫情发生以来,餐饮行业的复工情况一直备受关注,记者持续跟踪调研了北京45家餐饮企业的复工情况。与3月底数据相比,4月底受访企业闭店率降低,其中连锁餐饮品牌在4月集中重启门店,闭店率较高的品牌多为定位高端的正餐品牌。此外,尽管受访企业的员工回京率提升较快,但由于防疫工作需要,员工回京隔离存在一定的限制,导致目前餐企上岗率仍然较低。有业内人士认为,北京餐饮行业复工后很有可能面临较为严重的用工难题。

重启门店

此前,北京本地生活研究中心曾对北京部分餐饮企业的经营情况以及不同阶段餐饮企业经营过程中的难题进行追踪调研。共有45家餐饮企业、2131家餐厅参与此次调研。对比不同时期企业反馈的数据,能明显看出北京餐饮行业在疫情期间的动向。

数据显示,从春节到2月29日,受访餐饮企业的闭店率高达41.39%,很多门店数量较少的餐饮企业甚至选择了在疫情期间关闭旗下的全部门店。这段时间也是防疫工作最为严格的阶段,其中多数营业

餐厅也尽可能以自提、外卖等方式维持经营。

近日,记者再度追踪调研上述餐饮企业,统计数据表明,目前受访企业的闭店率已下降至16.9%,其中闭店率在20%以下的餐饮企业为32家,占受访企业总数的71%,这也意味着北京餐饮企业在4月集中发力重启旗下门店。

记者注意到,受访企业中绝大多数连锁餐饮品牌门店复工情况喜人,在京门店数量超过100家的大型连锁餐饮企业复工门店数量增速最快,而正餐或偏高端的餐饮企业闭店率相对较高。就业态而言,火锅、快餐品牌的闭店率下降最为明显,正餐、日料、西餐等品类的闭店率仍然相对较高。

分析认为,高端餐饮品牌由于所面向的消费群体较有针对性,并且各方面成本相对更高,在餐厅经营不能完全恢复正常经营的情况下,闭店能够有效帮助这类餐厅降低原材料及人工成本。

另外,这类餐厅此前多数仍然主要以堂食为营收来源,线上参与度不高,这也是目前这类餐厅闭店率相对较高的原因之一。但记者也注意到,目前随着餐饮产业链的逐步恢复,一些定位高端的餐饮品牌也开始逐步开放堂食

经营。

外卖复苏

随着北京餐饮行业复工复产速度加快,外卖订单也开始呈现增长态势。

根据阿里本地生活提供的消费端数据来看,北京餐厅加速恢复堂食,各个品类的销量增长也在不断加快。线下消费中,各式火锅的消费增长迅猛,其中川渝火锅的销量环比上月增长了近6倍;此外,东北菜、烧烤、咖啡和鲁菜等北方地区的经典餐饮品类增幅也位居前列,环比增长均超过1倍;相对而言,闽菜、粤菜、云南菜等南方菜系回暖略慢。在线下复工方面,随着各地来京限制的逐步放开,北京市内的各类餐饮企业都在加速复工,其中地方菜系餐厅回暖速度最为明显,湖北菜、豫菜和晋菜的复工率较上月同期增幅更是位居全市前三。

外卖方面,随着复工复产的加速,尽管居家类消费仍是外卖需求的最大场景,但各类工业园区、科研院所、写字楼综合体等场所的外卖消费需求在近期出现了爆发式增长,近一个月内送到办公场景的外卖订单量环比增速远超住宅区。

>>>下转06版

“中国好粮油”示范企业：

全力保障疫情期间优质粮油供应

本报讯 国家粮食和物资储备局日前发布消息称,自2017年启动实施优质粮食工程以来,国家粮食和物资储备系统培育壮大了一批产业融合好,经济效益优,关键时刻靠得住、用得上的粮油企业。在疫情防控过程中,这些企业积极发挥产业优势,积极复工复产,保障优质粮油供应,成为粮油市场稳定的重要力量。尤其值得一提的是,全国有1200多家“中国好粮油”示范企业纷纷拿出“家底”无偿驰援湖北,为打赢疫情防控阻击战作出了重要贡献。

广大“中国好粮油”示范企业充分发挥粮油产业优势,全力增加市场优质粮油产品供给,主动承担企业社会责任,积极为湖北等疫情重点区域捐款捐物,展现了粮油企业应有的责任和担当。中粮集团、中化集团、北大荒集团等国家龙头示范企业在助力打赢疫情防控阻击战中发挥了主力军、国家队作用。

中粮集团下属粮油生产企业春节期间全部提前复工,全力筹措粮油物资,每天发往湖北优质大米200吨、面粉面条50吨、食用油300吨,保障500多家大中型门店、4000多家批发市场和便民店供应;无偿保障火神山、雷神山等医院米面油、糖肉奶和蔬菜等物资供应;截至4月8日,累计向全国供应消毒酒精3.2万吨,捐款捐物7.7亿元。

中化集团向湖北疫情防控一线捐赠医疗设备29台、次氯酸钠288吨、各类防护服5万套、各类口罩16万只、医用手套6万副、护目镜5000副;针对春耕中部分地区可能出现的农资短缺问题,准备化肥500万吨、农药2万多吨、玉米种子1万吨、

水稻种子1.5万吨,保障农民春耕需求,截至4月8日,累计捐款捐物8158万元。

北大荒集团启动“北大荒绿色智慧厨房”线上微店,将米、面、油、肉、奶等绿色食品源源不断地输送到全国各地;陆续向湖北捐赠4500吨优质大米,调运6100吨玉米;连续10天每日援助100吨豆粕,全力以赴保障湖北饲料市场供应。

据了解,各地“中国好粮油”示范企业还结合疫情防控情况,有序复工复产,全力做好粮油应急加工和市场保供稳价工作,确保粮油市场供应充足、价格稳定。山东齐鲁粮油产业联盟35家“中国好粮油”示范企业发起倡议,号召粮油企业在疫情中坚持生产,保证市场供给和价格稳定,全省“中国好粮油”示范企业2月9日前全部复工。江苏以省粮食集团为代表的大型粮油企业、苏米核心企业、江苏“中国好粮油”样板店等140家粮油企业联合响应号召,全力保障粮油市场供给,维持市场秩序。湖北北京山国宝桥米公司等6家粮油企业加大生产能力,备足备全小包装货源,向武汉各大商超调运2400吨优质粮油产品。北京首农食品集团等11家骨干企业日均生产成品粮油2000吨。安徽光明槐祥集团等11家粮油企业应急保供,日产大米1700吨、食用油1800吨。

疫情期间,各地“中国好粮油”示范企业充分利用优质粮油销售平台,发挥“产销储加销”一体化优势,创新粮油购销模式,通过“中国好粮油”样板店、网上粮油店等5万多个线上线下销售平台,疏通各地粮油应急保供“毛细血管”,为疫情期间群众居家生活提供了坚实的保障。