

“纸吸管”成餐饮业新宠

日前,国家发改委、生态环境部发布《关于进一步加强塑料污染治理的意见》,规定到2020年底,全国范围餐饮行业禁止使用不可降解的一次性塑料吸管。距离禁令的最后期限还有不到半年,广州星级酒店开始使用“纸吸管”,星巴克、麦当劳为吸管或杯盖“变装”,雀巢甚至开起了“智能塑料回收车”……

近日,记者在文华东方酒店的Ebony餐厅看到,所有饮品都使用非塑料吸管。而在外卖平台上,不少餐饮门店都增加了“不使用餐具(塑料吸管)”等选项,倡导消费者减少使用

塑料制品。

消费者对于“纸吸管”还习惯吗?记者走访中发现,大部分消费者支持禁用塑料吸管,不过也有少数消费者表示需要一个适应的过程。

在走访中,记者还发现有商家同时提供塑料吸管和纸吸管,来应对“挑剔”的顾客。有不愿具名的商家告诉记者:“我们在倡导环保的同时,兼顾好习惯的培养需要一个过程,所以在塑料吸管的包装上有一条温馨提醒:减少使用吸管更环保。”

早在2018年,星巴克就宣布将于今年在全球范围全面停

止使用塑料吸管。截至今年1月前,星巴克在中国的4000多家门店全面实现禁用塑料吸管。6月30日起,中国麦当劳宣布,北京、广州、上海、深圳等近千家餐厅将在杯盖上进行设计微调,停止使用塑料吸管。在新饮品杯盖上,麦当劳设计了一个饮用嘴,消费者只要打开上面的一个小盖子就可以直接饮用。

近日,部分城市的公园里出现了一种外形可爱、声音甜美的智能回收车。它来自雀巢公司的创新项目,并将在接下来一段时间里在公园内按既定路线徜徉,不间断地宣传塑料回收的环

保理念。游客还能随时招手叫停它,在车身屏幕上学习环保小知识,把塑料空瓶放置到车身上的回收窗口中,并有机会获得神秘奖品。

此外,从快递物流行业获悉,申通、邮政等企业正在大力推广可循环使用快递包装袋。广州邮政已累计在77个网点配置了快递包装绿色回收箱,倡导客户领取包裹后,原来的箱子可放到回收箱里,有利于二次使用。

“截至2019年底,申通快递全网芯片环保袋使用率已达98%,总投入量近600万个,循环

使用次数超过1.6亿次,相当于减少塑料垃圾排放约16000吨。”申通相关负责人表示,同时,全网共计向5000家网点投放8000个包装废弃物回收装置,网点均全面覆盖回收箱,采用抽查调研的方式加强网点回收箱的使用。

今年年初,国家邮政局表示,力争今年底实现“瘦身胶带”封装比例达90%,电商快件不再二次包装率达70%,循环中转袋使用率达90%,新增2万个设置标准包装废弃物回收装置的营业网点。

(《广州日报》)

上半年北京网上零售额持续升温

本报讯 今年上半年,北京市实现社会消费品零售总额5973.3亿元,同比下降16.3%,降幅比一季度收窄5.2个百分点。其中,网上零售加快增长,限额以上批发零售业、住宿餐饮业网上零售额为1899.2亿元,同比增长25.8%。

根据北京市统计局、国家统计局北京调查总队20日公布的数据,从消费形态看,商品零售5654.7亿元,同比下降13.6%,降幅收窄5.4个百分点;餐饮收入318.6亿元,同比下降46.2%,降幅收窄2.2个百分点。

在限额以上批发和零售业商品类值中,增速较高的有通讯器材类商品实现零售额711.3亿元,同比增长36.1%;粮油、食品类商品实现零售额450.7亿元,同比增长14%;饮料类商品实现零

售额76.7亿元,同比增长42%;体育、娱乐用品类商品实现零售额79.2亿元,同比增长25.6%。

当天公布的数据还显示,上半年,北京市居民消费价格同比上涨2.8%。其中,消费品价格上涨2.9%,服务价格上涨2.7%。八大类商品和服务项目价格“四升四降”:食品烟酒类价格上涨7.6%,教育文化和娱乐类价格上涨3.9%,医疗保健类价格上涨11.5%,其他用品和服务类价格上涨8.4%,衣着类价格下降0.1%,居住类价格下降0.6%,生活用品及服务类价格下降0.2%,交通和通信类价格下降4.5%。6月份,居民消费价格同比上涨1.4%,涨幅比上月回落0.5个百分点;环比下降0.1%。

北京商圈客流回升特色活动回归

随着北京市应急响应级别从二级调至三级,京城各大商圈客流明显回暖,部分商圈客流出现了近两成的增长。与此同时,夏日夜消费逐渐活跃起来,夜间就餐的顾客多了起来。

部分商圈客流增长了

位于西红门的荟聚中心近日重新热闹起来。上周,荟聚中心和宜家商场营业时间都恢复为早10点到晚10点,不少市民也走出家门到这里放松休闲。荟聚中心相关负责人表示,目前商场客流在逐渐恢复中。

近日,三里屯太古里人来人往,人们依旧需要从特定的入口扫健康码登记进入。在三里屯太古里南区,喜茶门外有不少年轻人在排队。广场上,上周刚刚亮相的苹果旗舰店是之前店铺面积的两倍,因为空间更加宽敞、采用了最新设计,吸引不少消费者前来“打卡”,坐在店里的景廊中,热闹的户外广场尽收眼底。

在顺义区的中粮祥云小镇,周一以来客流有了近两成的增长。“预计本周末客流还会有明显增长。”相关负责人说。

特色活动开始筹划了

正值夏季,随着北京消费季重启,不少商圈开始筹划推出特色活动,夜间消费的活力逐步释放。

6月初,中粮祥云小镇的深夜食街正式开街,餐厅纷纷延长营业时间,部分酒吧自然闭店。近日,夜间就餐的顾客也多了起来。此外,小镇还将携手多个国际先锋音乐家启动伴夏音乐季,开启长达六周的世界音乐之旅,让人们在晚风中跟随乐队放松紧绷的神经。虽然线下店铺夜间要打烊,但不少商场已开启24小时“云商场”,通过直播等多种方式拓宽顾客的购物场景。

夜宵需求增加了

随着夜宵需求增加,入夏以来,北京32家盒马门店将配送时间由原来的22点延长至23点,酱牛腱子、烤鸡、牛肚、鸭锁骨等酱卤类食品销量增长超过了50%。北京所有门店5月初起开设烧烤档口,扇贝、生蚝、大腰子等30多款各类烤串现点现烤。

饿了么发布00后蓝骑士报告显示

1.2万名大学生疫情下兼职送外卖

近日,饿了么联合有关机构发布的《2020年00后蓝骑士报告》显示,疫情以来,有1.2万名00后大学生决定不靠父母靠自己,兼职送起外卖。

充满活力的00后正在成为蓝骑士群体中的一股新鲜血液。近一年来,饿了么新注册00后蓝骑士数量同比增长近2倍。他们最喜欢的跑单城市前三分别是上海、成都和深圳,重庆籍贯的00后蓝骑士数量最多。

调研显示,相比其他年龄段的年轻人,00后整体更偏向于平视“送外卖”这份工作,对这份职业认可度和偏好度较高。对于00后蓝骑士来说,他们更加认可这份工作带给自己心智上的成长,同时灵活自由的工作时间也是他们选择这份工作的重要原因。

近四成00后大学生留在老家跑单 最喜爱的城市是成都

暑期一直是大学生兼职的高峰期,不少00后大学生会选择利用这段时间兼职送外卖。加上因疫情影响未去学校,他们中的四成选择在家门口送单。在00后大学生蓝骑士中,最受他们欢迎的跑单城市是成都,其次是长沙和上海。

调研发现,这批独立的00后非常乐意告诉身边的朋友和家人自己正在做蓝骑士,他们中八成的父母也并不反对这份兼职。

外卖骑手等新型服务业受到00后偏爱 灵活自由是重要原因

《报告》发现,当被问及最向往从事的职业是什么时,如果毫不考虑现实因素,这批00后最向往的多是作家、主播等自由职业。同时相比其他年龄段的年轻人来说,他们对于外卖骑手等新型服务业岗位的偏好度也显著较高。

显而易见,相比成为朝九晚五的工作,这批00后更喜欢自由、灵活的职业,希望可以自由支配时间。当00后蓝骑士被问及“为什么会选择成为一名

外卖骑手?”时,超过七成选择“工作时间灵活自由”,一半表示“喜欢在城市中穿梭的感觉”。

相比80、90后,00后群体整体对于外界所谓的权威和一些固有价值并不感冒。尤其是00后蓝骑士,他们中超过半数“不会因为他人权威而改变自己的看法”。也因此在选择工作时,00后群体更在乎这份工作“是否是自己喜爱的”。对00后蓝骑士来说,这一点的重要程度甚至超过了“工资是否丰裕”。

00后更关注自我心智成长 “谢谢”二字足以开心一天

对00后价值观的调研结果来看,相比80、90后,00后群体整体更关注自己内在的成长。近六成00后群体非常乐意尝试新鲜事物,近八成表示乐意做兼职,占比显著高于其他年龄段年轻人。00后蓝骑士们对于自我能力锻炼的关注则最为显著,也因此他们已然迈出了第一步。

出生上海的小龔是一名00后蓝骑士“单王”,两年送单超过5万,最高单日配送记录是83单。他说,送外卖的经历给他带来了很多的改变,以前是个凡事比较计较的“作男”,如今脾气更好,也更稳重。跟顾客和商户交流得多,性格也变得更开朗。

当然他的快乐还来自于赚钱买自己喜欢的东西。据饿了么,这批00后蓝骑士中全职单王靠自己的坚持和巧劲,每月最多能赚万元以上,兼职蓝骑士平均每月能多赚3000块生活费。

在小龔眼里,骑手这份工作是连接商家和顾客的桥梁,能够把一件事情坚持到底的人就是行家。对吴泽杭们来说,送外卖是他们提前接触社会、感知生活的实践途径,每一步尝试都是累积。

《报告》显示,00后蓝骑士中近一半愿意把这份工作推荐给别人,他们中的四成也会开启新的职业尝试。

(中国经济网)