



春节是观察中国经济活力的一个重要窗口。据商务部监测,2月11日至17日,全国重点零售和餐饮企业实现销售额约8210亿元,比2020年春节黄金周增长28.7%。中国牛年春节的消费数据不仅向世界传递着中国人民祥和欢乐的气息,也从中展示出中国经济的澎湃活力。

餐饮线上服务 看量更看质

由于疫情影响,今年很多饭店将工作重点从线下搬到了线上,在菜品创新和就餐形式等方面花足心思。除了越来越多的高级宾馆、酒店加入线上“年夜饭圈儿”,一些老字号也不断拓展线上业务。在各大网络订餐平台,各类快手菜、半成品菜销售非常火爆。

借力线上平台,从单一的堂食转变为堂食、零售“两条腿”走路,这一新思路有望催生餐饮行业新的增长点。不过,要让网络餐饮服务实现良好发展,更好地满足消费者多元化需要,必须在“量质齐升”上下足功夫。

相关部门需积极作为。比如,为保障今年春节期间消费者线上餐饮消费需求,商务部会同相关部门出台了餐饮服务企业新冠肺炎疫情常态化防控技术指南,指导餐饮外卖电商平台积极与餐饮服务企业对接,开设年夜饭外带点单专区等。这些举措不仅优化了餐饮线上服务质量,也在很大程度上提升了消费者的消费体验。

行业需强化自律。据报道,线上服务带动消费诉求升温,而涉及食品和餐饮类投诉集中。比如,投诉案件中,市民反映食品配送不及时、疑含异物、价签不符、网上订送餐失约、年夜饭预订落空等。事实上,解决这些问题,关键是餐饮企业应提高自我要求,增强守法与诚信意识,努力克服行业弊端,这样才能推进行业高质量发展。

食品安全事关百姓健康和经济发展,必须有强而有力的市场监管作保障。有关部门应严格按照《网络餐饮服务食品安全监督管理办法》等相关法规,加强行业监管,确保老百姓舌尖上的安全。

(据《经济日报》)

京城元宵汤圆 迎来销售高峰

“临近元宵节,排队的顾客络绎不绝,快的话排40分钟,人多的时候排一两个小时也是常事。我们早上6点开门,直到晚上9点才关门。”锦芳小吃经理刘春萍说。春节迎来元宵销售高峰期,锦芳每天摇制近15吨元宵。

锦芳的什锦元宵每斤36元,各式口味元宵每斤40元,低糖元宵每斤42元,“食材、人工、包装、运输成本都在上涨,但锦芳元宵已经连续五年未提价。今年供应量预计比2019年增长5%。”刘春萍表示。

“我年年来买元宵,每年都是15袋什锦口味,一斤一袋带回去,家里亲友就好这一口。”昨日下午,一位排队的顾客说,自己从昌平兴寿镇赶来。

刘春萍介绍,锦芳元宵多年来始终坚持自行采购原材料,并按照比例自制馅料。来自承德的核桃、河南的黑芝麻……保证了馅料的真材实料,同时使用传统的石碾磨面工艺,保证了元宵面皮的口感。今年锦芳延续往年传统馅料,推出什锦、黑芝麻、可可、蓝莓、桂花、五仁。另外,黄米和紫米面的元宵会在元宵节前两天限量供应。

今年,北京稻香村推出了9种口味的汤圆,有网红的黄米汤圆,也有经典的精制黑芝麻、玫瑰豆沙、桂花山楂、浓香花生和奶油可可等口味的糯米汤圆,同时还有糖醇汤圆供顾客选择。新推出的奶黄金沙口味的汤圆,凭借软糯的外皮,浓郁的蛋奶香,成为了今年汤圆产品中颇受关注和喜爱的一款。

(据《北京青年网》)

牛年春节消费 展示中国经济澎湃活力

牛年春节成为中国人民迈向共同富裕的新起点

2020,我们如期完成新时代脱贫攻坚目标任务,近1亿贫困人口实现脱贫。需要指出的是,按照购买力平价计算,中国的贫困线标准略高于世界银行发布的国际贫困线标准。同时中国的脱贫标准是综合性的,即人均纯收入稳定超过国家扶贫标准,且吃穿不愁,义务教育、基本医疗和住房安全有保障。中国政府不仅向全国人民交出了一份满意的脱贫成绩单,也为全球减贫事业作出了重大贡献,创造了人类减贫史上的奇迹。

按照国家“十四五”规划,未来五年的近期目标是扎实推动共同富裕,到2035年全体人民

共同富裕取得更为明显的实质性进展。在这大背景下,2021年春节作为中国如期实现脱贫攻坚目标后的第一个春节,无论是对改变了命运的贫困人口还是对世界,都将给人们留下深刻记忆。如今,这份成绩单正成为中国人追求更美好生活的新动力。近日公布的《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2020年11月,贫困村光纤通达率98%。农村居民已形成强大消费能力,成为稳定增长预期的新亮点,可以自豪的说,牛年春节是14亿中国人民迈向共同富裕的新起点。

中国经济牛年春节消费实现“开门红”

中国经济活力和韧劲源自灵活适应新形势中催生新的增长点。新型消费表现亮眼,是牛年春节全国消费市场呈现出的新特点新变化之一。在疫情防控趋紧的态势下,春节黄金周期间,非接触、少聚集安全消费成为共识,预约制、错峰式休闲度假广受推崇,居家购物、网上过节、到家服务、近郊游玩等多层次、多样化的品质型、

升级型消费需求集中释放。

特别值得一提的是春节黄金周期间全国电影票房达78.22亿元,再次刷新春节档全国电影票房纪录,增长32.47%。中国“春节经济”释放的红利再次印证,作为一个拥有14亿人口、9亿劳动力资源、1.2亿市场主体的发展中大国,中国正在为推动世界经济复苏作出重要贡献,也向世界传递着信心活力。

就地过年,催生牛年春节新型消费

2020年的牛年春节黄金周格外特殊,全国超过1亿人响应地方政府号召选择就地过年,致使牛年春节消费市场呈现新特点新变化。随着人工智能、5G等新技术的推广应用,越来越多人随时随地“云”拜年,“一部手机逛商场”“线上赏花市”“线上订年货”,数字经济带来了不一样的牛年春节年味,消费市场依然展现出旺盛需求活力。国家税务总局发布的增值税发票数据显示,2月11日至2月17日,餐饮服务销售收入同比增长358.4%,比2019年春节增长5.4%,文体娱乐业销售收入同比增长117.1%,全国批发零售业销售收入同比增长27.9%。

亮眼的数字,火爆的人气,浓浓的年味展示着旺盛的消费需求。就地过年带动本地游、市郊

游、短途自驾游,各地公园、景区、博物馆、电影院、滑雪场等休闲娱乐场所客流量明显增长,城市郊区度假酒店、民宿等预订火爆。据大型支付机构监测,春节期间全国餐饮商户销售额同比增长约1.3倍,部分外卖平台线上餐饮消费额增长2倍以上。然而牛年春节“就地过年,年味依旧”背后是各地方和相关部门出台的强有力保障举措和温暖的关怀,一方面稳生产,确保产业链供应链畅通,保障人民群众“菜篮子”“米袋子”满满和价格的稳定;另一方面释放关爱,向留守人员发放过年红包、现金补贴、消费券,对假期坚持留岗人员给予加班补助等,保障人民群众温暖过节。“就地过年,年味不减”还得益于各行各业的坚守和发展。

(据《中国日报》)

