

“五一”假期百家重点企业
入账45.6亿元

本报讯 陈琳 陶冉 “五一”假期，北京市各级商务部门和商业服务业企业严格落实疫情防控常态化要求，消费市场运行活跃有序，粮油、蔬果、猪肉等生活必需品供应充足，价格平稳。北京市商务局重点监测的百货、超市、专业专卖店、餐饮和电商等业态百家企业实现销售额45.6亿元，同比增长10.1%，较2019年增长4.2%；全市52个重点商圈客流量同比增长近5成。

在消费全面复苏后迎来的首个“五一”小长假，加上2021北京消费季的助力，“全城一节”带动消费持续增长。昨日，北京市商务局发布监管数据，假日期间300余项商旅文体系列活动有序开展，效果显著。

前门等9个商圈客流同比增长超1倍

“五一”假期，王府井、三里屯、国贸等新地标精心策划主题活动，焕发时尚新活力。

王府井东方新天地“故宫以东·城市盲盒”数字沉浸体验空间、三里屯太古里潮流实验室、国贸商城“买得起艺术周”、华熙LIVE五棵松京“熙”文化节等，为消费者带来时尚潮流独特魅力。

假日期间，王府井、CBD、西直门、亚奥和丽泽商圈客流超百万，烟袋斜街、前门、三里屯等9个商圈客流同比增长超1倍。众多国潮品牌、老字号品牌、非遗文化品牌等推出系列优惠活动，展现消费新风貌。西单商场、燕莎奥莱、贵友大厦和菜百销售额同比分别增长90.9%、86%、81.8%和80.5%。

老字号非遗美食受热捧

假日期间，部分老字号餐厅推出劳动节套餐等优惠，如鸿宾楼推出市级以上劳模享用餐折扣，峨嵋酒家推出劳动节套餐立减优惠，柳泉居为岗位优秀者赠豆沙包等。

据同和居、同春园、鼓楼马凯餐厅等老字号相关负责人介绍，“五一”期间，这里的非遗美食受到消费者热捧，节日消费同比增长近90%。同和居店里的糟溜鱼片、葱烧海参等鲁菜非遗美食，都是点击量排名前十的菜品。位于什刹海附近的鼓楼马凯餐厅“五一”期间接待游客超过1万人，整体销售是去年的1.8倍。

烤肉宛、烤肉季、鸿宾楼、砂锅居、柳泉居、玉华台、护国寺小吃等店的非遗系列菜品，也几乎是桌桌必点。

北京市商务局介绍，节日期间重点监测的全聚德、烤肉季、东来顺、功德福和大董，销量同比分别增长7.4倍、7.1倍、6.3倍、6.1倍和5.1倍。

文化娱乐消费恢复至2019年九成

“五一”期间，热门旅游线路、游乐演出等引领假日消费新高潮。中国铁旅集团以S2线、S5线等市郊铁路为载体，打造“坐着火车游北京”旅游品牌。市属11家公园延长开放时间满足游园需求。

东城区推出五大精致旅游攻略，密云区推出首个国内粉色沙滩，让游客感受花海魅力。全市65家演出机构奉上精品汇演400余场，博物馆、艺术中心等推出8场不同主题文化展览。《悬崖之上》等15部电影集中上映，“五一”档票房破7000万元。

银联大数据显示，全市服务消费金额同比增长13%；其中文化娱乐类消费金额同比增长9.2%，恢复至2019年的91.7%。

亮点1

假期夜间消费金额同比增长10.7%

“五一”期间，北京消费季呈现“多点开花”态势。北京首发节、夜京城、京菜美食文化节等市级重磅活动持续推进，新场景、新体验层出不穷。

各区也推出了特色活动，满足假日消费需求。比如东城区推出王府井大街创意mini秀、西城区前门大街国潮京品节、海淀区“悦动海淀”灯光秀、丰台区世界公园“古蜀三星堆文明灯光节”、通州区“夏日无界·电竞嘉年华”首届王者荣耀争霸赛、怀柔区慕田峪长城“慕·创未来”旅

游推介等活动亮点纷呈。

北京消费季“夜京城”系列活动也在“五一”期间纷纷亮相。2021北京首届花潮节登场，世界花卉大观园推出夜游赏花；抖音“dou来夜京城”热门话题，秀出缤纷夜生活。昌平乐多港奇幻乐园“国潮夜游节”、怀柔区校草鱼世界大型夜游光影秘境、北京欢乐谷“天光夜谭”打造夜间旅游消费打卡地。据银联大数据显示，假日期间，夜间消费金额同比增长10.7%，较2019年增长36.8%。

亮点2

首波消费大礼包覆盖商超、餐厅和景区门票

京东、苏宁、国美、小米、美团、饿了么、盒马、多点等电商平台，中国黄金、菜百、北汽集团、华熙live·五棵松、万达广场、北京华联等商业企业，中国银联、工商银行、招商银行等金融机构，在“五一”前推出首波消费补贴，惠及全市消费者，覆盖线上购物和线下商场、超市、餐厅和景区门票等领域。

如京东在4月28日至5月5日期间，发放35亿元消费券，通过京东APP和微信小程序，发放“每满300减30”的头号京贴优惠券，覆盖家电、时尚、家装、宠物等产品。苏宁易购在北京消费季期间，全场景投入

40亿元消费补贴。其中4月28日至5月5日发放50万张无门槛“无敌券”，总金额达5000万元。

线下商圈推出购物体验活动，如万达商业发放50万张消费券，共计补贴1000万元。大悦城控股北京大区旗下商场补贴超390万元。新开业的大悦春风里在“五一”期间发放1.76万张100元代金券、2万张“79团100”优惠券。

金融机构也推出多领域优惠券涵盖出行、停车等，招商银行补贴160万元，联合商户发放“五一”出行、餐饮、买菜、停车、生活缴费等多领域优惠券。

亮点3

超260家电商企业参与“双品网购节”

在北京消费季上启动的“双品网购节”，参与企业超过260家电商，涵盖综合类电商、垂直类电商和服务类电商等多元类型，除了服饰、食品、消费电子等传统品类品牌参与外，还有汽车、家居家装等大宗消费品品牌。

京东在“双品网购节”期间推出了多个品类的促销活动，如5月6日至10日，推出感恩母亲节活动。此次活动还关注国货

消费，推出国潮京品专场，全面助力新锐品质国货“出圈”。其中包含新东方美学、中国质造、老字号网红、非遗匠心4大国潮板块，覆盖消费品、时尚、美妆、通选、电脑数码、家电等各大品类，包括李宁、回力、百雀羚等品质国货；汉服、刺绣等国风好物；昆曲、京剧、景泰蓝公益等非物质文化遗产的周边商品以及老字号热门好货。

垃圾分类《条例》实施一周年

2021年重点聚焦
小门店小餐饮

本报讯 张楠 新修订的《北京市生活垃圾管理条例》实施满一年，据了解，本市今年将推进以“无痕山林”为主的垃圾不落地试点，上半年每区至少建立一处“无痕山林”或“无痕公园”。此外，年底前将再创建600个以上生活垃圾分类示范小区。

年轻人租住户和小门店小餐饮
成为垃圾分类聚焦重点人群

据相关部门介绍，各区、街道（乡镇）将精准掌握小区（村）分类水平和物业单位主体履责情况，居民参与情况，可回收物企业开展情况，群众投诉问题的办理情况，将社区（村）发动垃圾分类工作纳入基层绩效考评。

年轻人、上班族、租住户等将成为下一步垃圾分类聚焦的重点人群。

而老旧小区、被媒体曝光、被督导组通报、12345热线投诉多的重点小区则是下一步聚焦的重点区域，小门店、小餐饮等将是下一步聚焦的重点单位，以此确保垃圾分类工作不出现掉队、扯后腿现象。

值守员不能成“替分员”
红黑榜激励居民自觉分类

垃圾分类指导员亲自动手，替不分或分类不到位的居民进行垃圾“二次分拣”，虽然从客观上对垃圾分类起到了一定作用，但这种做法从长远看不可持续。

垃圾桶站旁的垃圾分类值守人员，应成为真正意义上的“指导员”，而不能仅仅是居民的“替分员”。按照要求，值守人员要敢于监督指导。对于自主分类效果差的小区，要通过值守指导、执法介入等措施，对居民不分类行为形成有效约束，促进自主分类习惯养成，以减少对“二次分拣”的依赖。

为激励居民自觉进行垃圾分类，本市还将通过积分兑换、上红黑榜等方式，对居民进行奖励激励。对不分类、乱投乱放的个人，经教育不改正的，由社区配合城管执法部门进行处罚。截至目前，依据新《条例》对个人警告6514起，罚款2016起。

上半年每区至少建一处
“无痕山林”或“无痕公园”

据了解，本市年底前将再创建600个以上生活垃圾分类示范小区，使全市示范小区、村达到1500个左右，占比达到10%左右。下半年要适时启动非居民厨余垃圾计量收费管理，推进源头减量再上台阶。目前方案已经形成，正在多方征求意见，力争9月份正式推出实施。

此外，本市还将推进以“无痕山林”为主的垃圾不落地试点，上半年每区至少建立一处“无痕山林”或“无痕公园”。同时，试点推出垃圾不落地“无痕等级景区”。