

晨光初晓,刚出锅的油条馄饨可以到店享用;时值中午,餐厅门口间隔而设的等位椅再度坐着不少食客……今年以来,多点发生的疫情一度使得一些地方堂食暂停。在做好疫情防控前提下有序恢复堂食,相关纾困政策落地见效,烟火气正在大街小巷重新升腾。



# 烟火气正在大街小巷重新升腾

文/新华社记者 邹多为 汪 伟

**抓好疫情防控,餐饮消费加快恢复**

“请佩戴好口罩,先扫码,再进店。”暑期来临,海底捞郑州凯旋广场店就餐人数有所回升,7月10日正值周日,当天接待顾客近400桌。店长高星告诉记者,餐厅恢复堂食的同时,防疫丝毫不敢松懈,不仅严格做到一桌一消毒,全体员工还要每天测体温、定期核酸检测上岗。

前段时间,为了尽快遏制疫情扩散蔓延势头,部分地区的餐厅暂停堂食。餐饮业的发展遇到了困难。在严格落实疫情防控措施前提下,有序放开堂食既能让顾客找回堂食味道,也有利于加快线下消费复苏。

中国中小企业协会近日公布的中小企业发展指数显示,6月份,住宿餐饮业指数升幅最大,比上月回升0.6点。据国家统计局发布的数据,5月份全国餐饮收入、限额以上单位餐饮收入增速降幅均比前一个月有所收窄。

中国饭店协会副会长兼秘书长宋小溪表示,餐饮业景气状况有所

改善表明纾困政策效果已初步显现,餐饮企业要继续坚持疫情防控和堂食开放“两手抓”,行业协会也应及时按照政府部门疫情防控要求,督促餐饮企业采取切实措施,营造安全、放心、健康的就餐环境。

做好店内消毒、提高备货数量、调配员工力量,近来,北京龙人居水煮鱼连锁酒楼总经理黄晓奔走于10家门店之间。“只要疫情得到有效控制,预计接下来上座率还会不断提高。”她说。

商务部新闻发言人束珏婷近期表示,总的看,我国消费韧性强、潜力足的特点没有改变,消费发展长期向好的基本面没有改变。随着疫情影响逐步得到控制,各项政策措施落地见效,消费有望延续恢复发展态势。

## 政策密集出台,加大支持渡难关

受疫情影响,3月以来,餐饮市场承压。国家统计局发布的数据显示,今年前5个月,我国餐饮收入16274亿元,同比下降8.5%。

面对疫情带来的冲击,一些餐饮企业客流量减少、营收下降开销不减,单靠外卖难以覆盖成本。从年初到年中,为帮助餐饮业尽快复工复产,各地各部门围绕减税费、减房租、减疫情防控支出等方面进行帮扶。

商务部、发展改革委等11部门近日联合印发《关于抓好促进餐饮业恢复发展扶持政策贯彻落实工作的通知》,从六个方面明确要求抓好促进餐饮业恢复发展扶持政策贯彻落实工作,加大对餐饮行业支持力度。

不少省份也相继制定出台具体实施办法,其中既有相关创新支持举措,也有行业疫情防控部署。吉林、四川、江苏支持开展主题促销活动,广东、湖南加大发放消费券力度,北京、海南发布餐饮服务单位疫情防控措施……各项扩内需、促消费的政策措施让餐饮企业底气增强、动能增加。

进入盛夏,在沈阳经营着14家饭店的沈阳迟记餐饮管理服务有限公司董事长迟海稍微松了口气。“政府支持,市场给力,3、4月份水费、电费、燃气费减免了10%,政府发放消费券,税收‘减、免、缓’……支持政策接二连三,市场正在逐步恢复。”他说。

就在最近,2022年度上海市“银联卡有奖用卡”活动正式启动。中国银联上海分公司联合本市30余家发卡银行、7家专业化服务公司,与众多知名消费品牌和线上消费平台携手发放品类丰富的惠民消费券。一系列优惠选择既帮助企业宣传引流,也为消费者提供实惠。

中国社科院财经战略研究院研究员依绍华表示,政策发力对于提振整个行业信心至关重要。“各方形成合力将相关政策落实落地落细,为餐饮行业市场主体,特别是小微企业和个体工商户注入了新动能。”

## 不断创新,挖掘新空间提振信心

现场讲述餐厅如何选址、宣传积极配合防疫……翻看旺顺阁总裁张雅青的视频号,疫情期间为了应对挑战,她从零开始尝试视频推广。

直播、摆摊、外卖、预制菜、短视频……餐饮企业找出路、拓渠道,借力国家扶持政策,在爬坡过坎中不断挖掘消费新空间,寻找发展新机遇。

在疫情防控常态化背景下,包括半成品菜、速食菜、料理包在内的预制菜正成为餐饮业发展的重要抓手。美团数据显示,2021年美团买菜的预制菜销售较2020年增长4倍。京东超市目前上架预制菜5000多种,今年“618”活动期间京东预制菜成交金额同比大增231%。

为了满足不断变化的消费需求,餐饮企业还加快优化外卖产品结构:打造外卖私域流量、开设独立外卖专店、拓展平台合作渠道等。

胡大饭馆总经理郭冬表示,餐饮企业正加大研发适合零售和外卖的产品力度,通过高品质、有创意的“能打”单品创造外卖好业绩,从而带动餐饮的新零售,比如应景、应季推出便于携带的新品和小龙虾套餐已带来80余万元收入。

“办法总比困难多。”宋小溪表示,餐饮企业当前都在努力自救,一方面继续拓展多元化营收渠道,比如小餐企发力外卖、社群运营等,大餐企做好新零售、预制菜等;另一方面,加强数字化、产业化等自身能力建设,用好新工具、新技术、新产品随机应变,最终希望实现降本增效,为下一阶段的转型升级蓄力。

依绍华说,当前稳增长政策措施效果逐步显现,广大餐饮企业要对市场坚定信心,在疫情防控常态化背景下,加强对消费市场的研判,根据实际情况及时调整经营策略,拓展业务范围。

