

### 北京市将打造六条“深夜食堂”餐饮街

北京市商务局局长闫立刚在日前召开的全市商务工作会议上介绍,今年推进“深夜食堂”建设,在西城、朝阳、丰台、石景山、通州和“回天地区”各打造一条“深夜食堂”特色餐饮街区,点亮夜间消费。

闫立刚指出,2018年北京市实现总消费额2.54万亿元,增长7.4%。其中,社会消费品零售总额1.17万亿元,规模再创新高;服务消费额超过1.3万亿元,增长11.8%。在总消费中占53.8%,对总消费增长的贡献率为82.6%,成为消费增长的“主引擎”。

全市重点任务全面完成。建设提升基本便民商业网点1529个,提前完成民生实事任务。疏解提升市场和物流中心204个,完成全年目标。服务业扩大开放综合试点形成68项全国首创或效果最优的创新举措,为开放型经济发展探索积累了经验。

闫立刚指出,2019年全市商务发展主要预期目标是:总消费增长7.5%左右,服务消费占消费总额的比重达到55%左右。货物贸易规模不减,“双自主”企业出口占比提高1个百分点。服务贸易增长5%以上,对外贸易结构不断优化。实际利用外资保持平稳。对外投资健康稳定有序发展。

研究推出全市繁荣夜间经济促消费政策,支持24小时便利店建设,鼓励重点街区及商场、超市、便利店、餐厅等适当延长夜间营业时间;推进“深夜食堂”建设,在西城、朝阳、丰台、石景山、通州和“回天地区”各打造一条“深夜食堂”特色餐饮街区,点亮夜间消费。

同时落实《关于进一步促进便民早餐网点发展的若干措施》,持续推进便利、安全的早餐网点建设;实施提高乡村流通现代化水平行动计划,健全完善以乡村商业综合体、连锁便利店、电子商务和物流配送为重点的现代化商业流通体系,拉动城乡消费。遴选推荐一批国家级电子商务示范企业,培育电子商务与快速物流协同发展示范区、示范园区,制定实施新版网络零售鼓励政策,促进网上消费。

培育一批品牌企业,做优一批“老字号”企业,制定促进全球品牌进京首发、开设首店或旗舰店的政策措施,积极推动全球主题园区及周边商业配套项目建设,扩大品牌消费。全面推广中国(北京)跨境电子商务综合试验区建设,支持海外仓、保税仓等跨境电商仓储设施建设,新建10家以上跨境电子商务体验店,扩大中高端消费品进口,引导境外消费回流。

据《北京商报》

### 舌尖上的列车时速

又是一年春运大幕拉开,南昌客运段成都车队K787次三组餐车主任易勇今年尝试了几个新菜色,他准备让旅客尝鲜。

今年是在列车餐车工作的第27个年头了。从当年烧煤生火,“做啥吃啥”的大灶台到如今干净明亮,“点单出菜”的小厨房,易勇见证餐车翻天覆地的变化。在易勇看来,列车餐车厨房的环境不比以前,我们炒菜都要先准备好几块煤再点火,“提起刚到餐车工作的情形,易勇仍然印象深刻。当年,餐车厨房的所有“装备”——一个茶炉、两个烧菜炉做起饭来能让厨房内的温度飙升到70摄氏度,“又热又呛”。穿着短褂,打着赤膊,搭着条毛巾,围着饭桌和同事们“标配”,他们会在饭点前炒好几盘菜,到了饭点就直接开始售卖,一顿饭忙下来,汗水混着煤粉让他们常常看上去脏兮兮的。”

“一聚一素再加两个咸鸭蛋”的盒饭,售价5元,在易勇跑的北京方向的列车上,经常供不应求,不必担心卖不出去。相反,让易勇发愁的常常是“如何把饭送到顾客手中”。

那时,中国正处于改革开放初期,人口流动大,但是火车线路和班次少,列车超员是常事。“有时候,我推着送饭车去,却发现没法推着车回来,因为人实在是太多了。”曾经,易勇推着送饭车跑过两节车厢后,实在动弹不得,只能暂时把送饭车放在车外,从旅客的窗口“爬”回餐车。后来,他和同事们想了个办法,把一次性的塑料饭盒放进餐车,两名餐车人员拎着大竹筐从餐车外上传递过去,一节车厢一节车厢传。

上世纪90年代中后期,易勇调到深圳、温州方向的列车上,他发现来餐车消费的旅客也渐渐变得不一样了。“旅客不只是为了吃饱饭,对菜的品种和口味有了新要求,有些旅客还会在车上请朋友小酌几杯,点6到8个菜。”易勇表示,为了满足旅客需求,他们把菜的样式从最初的四五种增加到十多个。同时,转变大锅菜的做菜模式,根据需求下单做菜,随时满足旅客的口味。

此外,对于易勇来说,做菜的体验也没变了。餐车没了空调,“大锅炉”厨房成为过去,而他们也好像没那么忙了。乘车的旅客除了到餐车用餐以外,也有了更多的选择。在列车沿途停靠的部分站台上,除了个体户经营的盒饭,还有面包、泡面、火腿肠等速食食品,以及茶叶蛋、煮玉米、鸡爪等便利食物的大规模出现。竞争的加剧,让餐车也改变营销策略,易勇他们会在售卖盒饭的车站前推着饭车叫卖一声,尽力保住自己的市场。

“时代变了,菜品和服务也要跟上‘节奏’。”易勇跑过上海、温州、深圳等不同线路方向的列车,多年的服务旅客经验让他认识到,餐车“生意”的竞争越来越激烈,要想抓住旅客的“胃”,先要付出自己的“心”。

2001年,他开始跑重庆方向的列车。易勇发现,湖南旅客爱吃辣,而四川方向的旅客偏爱麻辣。为了更好地“打进市场”,他和同事改进饭菜,在原有送饭车的基础上加上了架子,架子上面用开水保温,架子下面用菜和肉的不锈钢菜,这一做法深受四川旅客的欢迎。易勇还有用来回川的四句话与他们闲扯几句。这种变化同样发生在餐车厨房里。整体厨房的应用,让“生火做饭”成为历史。现在,打开电磁炉,易勇和同事们实现就餐地点随炒,工作效率也提高不少,以往厨房十个人忙得团团转,现在5个人就能轻松搞定。“我们着装也更加规范了,都要穿戴厨师服和厨师帽,‘进去的,出去白的,可干净了。’”易勇说。

随着健康饮食观念的深入人心,旅客口味也在发生变化,对菜的卖相也有了要求。菜不仅要好吃有营养,还得摆盘好看。为此,易勇他们花了不少心思,去琢磨不同地区旅客的喜好,改进菜色,作色好服务。

望着车窗外呼啸而过的高铁、动车,易勇感叹,从舌尖就能体会到我们这几十年的变化。“时间说来也不长,但国家和铁路的发展好像好快换了个世界。”他说。

据新华网

# 网购年货呈新趋势:守着零点开抢 围观直播囤年货

想想马上就可以回爸妈身边做一个老女,90后女孩程程心里有点小激动。“这几天的头等大事就是逛淘宝买年货,到时候只要‘空手’回家。走亲访友,年货得有。”

年货网购回家成一种趋势。这个春节,在各大电商平台,越来越懂事的90后们承担起了置办年货的重担,他们的还是养生style,偏爱高单价商品,热衷于围观直播,囤年货也有了新姿势。

## 守着零点抢年货 成互联网时代新年俗

守着零点开抢策划算上的年货,已经成为互联网时代的新年俗。今年策划算年货节,开场一分钟就卖出了75万件猪年大礼包,18万片面膜、15万小猪年定制红包,爆发力惊人。

随着年货的增长,年轻一代的网购消费,逐渐向家庭倾斜,并成为各大电商平台年货的主力军。

在唯品会上,90后在今年年货节中的消费增长迅猛,增幅超过20%,而且在购买日常家居、休闲食品、家具等方面的增幅均超过70后、80后。

通过每日优鲜购买年货的消费者中,90后占39.24%,这个数字超过了其他的年龄段,位居第一,更让人意外的是,年轻人成了90后新标签,就连购买年货礼盒也是走的养生Style路线。这或许与他们买回家孝敬长辈有关。每日优鲜表示,水果、萝卜和杂粮礼盒都在它的销量最佳礼盒之列。此外,成长于物质富沛年代的90后们,酷爱代表消费升级的各种新兴商品,网购力强到能让智利车厘子的销量同比增长32倍。健康养生更是成了华东用户年货消费的新潮流,恒寿堂低



糖阿胶糕上线后,订单量增长了21倍。

在京东,90后偏爱鞋靴、手机、钟表等中高端商品,可以说是“选择性有钱”。

总的来看,各大平台数据显示,今年的年货之王依然是休闲食品,蝉联年货销售冠军,其中销量靠前的坚果炒货、饼干蛋糕、休闲零食。看来“吃”是过年期间必不可少的迎接新年的“仪式”,吃好喝好才是过年的真理。

好看的年货都在身上,休闲服、羽绒服等排名靠前。京东大数据还显示,泳衣、女士丝巾、游泳镜等反季服装销量同比增长超过120%。看来,还有不少人冬天带夏装出去浪。

## 围观直播买年货 带火一批地域特产

40万斤永兴冰糖橙、11万斤元

阳红糖,2.4万瓶宣威香辣火腿酱……年货节期间,全国50多位县长亲自带货,这些特色农产品,通过淘宝直播走进了千家万户。

从1月10日到17日,淘宝直播年货节的特别节目《年味中国,县长来了》一共举办了16场直播节目。从浙江庆元的香菇博物馆,到广东的年味晚宴、重庆的山城文化,再到西北省份、内蒙古的草原风貌,总计观看量达到900多万,带火了永兴冰糖橙、丹东草莓、礼品苹果、奉节脐橙等地特产。

在西安进行的西北场直播是县长来得最多的一场,来自全国8个省的20位县长都带上了自己家乡的特产来吆喝。光是甘肃陇南市,就“组团”来了5位县长。

苹果、葡萄干、丹东草莓、新疆吐鲁番等都成为了热卖单品。来自互联网参

据新华网

# 交通开年祭出大手笔 全年投资将超2.6万亿元

“2019年第一批交通固定资产投资计划已于2018年底下达各地,目前正在布置各省开展2019年第二批交通固定资产投资计划申报工作,我们将积极争取2019年后续车购税资金规模。”交通运输部新闻发言人吴春耕在1月24日的例行发布会上透露。

他表示,2019年要着力用好政府资金,争取支持适度超前地方政府债券和专项债券的规模用于交通建设。着力用好社会资本,发挥市场机制作用,放民间投资活力。着力用好未来收益,密切研究和关注国家财税改革动向,加快研究解决交通建设长期资金来源问题,以时间换空间。

交通部数据显示,2018年交通固定资产投资完成3.18万亿元,其中铁路完成8028亿元,公路水路完成2.3万亿元,民航完成810亿元,对于经济稳增长发挥了积极作用。

全国民航工作会议上明确,2019年中国民航将增强基础设施供给,固定资产投资力争达到850亿元。根据中国铁路总公司工作会议上,2019年全国铁路固定资产投资将保持强度规模。中信建投建设工程分析师纪振鹏预计2019年投资规模将创新高,或超过8000亿元。

吴春耕表示,2019年,交通运输仍将保持总体平稳、稳中有进的态势,发展中国面临的机遇,计划公路水路固定资

产投资1.8万亿元。交通运输部首先要精准补短板。落实交通运输部供给侧结构性改革各项任务,为国家战略当好先行,推进“一带一路”交通建设,加快京津冀、雄安新区、长江经济带等区域交通建设。

聚焦重点领域和薄弱环节,加快实施一批补短板、增后劲的重点项目,优先支持交通精准扶贫攻坚项目,重点保障国家重大战略、“十三五”规划、交通基础设施联网优化、城际交通等重大项目建设。

同时,交通部还将加快推动交通固定资产投资项目审批制度改革,大幅压缩工程建设项目审批时间,千方百计提高新项目开工率。结合“十四五”规划的编制,积极推进储备项目前期工作,形成

“储备一批、开工一批、建设一批、竣工一批”的梯次结构。

值得注意的是,“2019年将面临融资难与稳增长、防风险多重压力,需要找准平衡点。要坚持尽力而为、量力而行,在确保不发生系统性、区域性债务风险的前提下,有保有压,精准调控。”吴春耕称。

他还强调,要加强监管确保目标实现。狠抓重大工程项目建设进度和质量,定期开展建设市场督查,及时跟踪各项投资建设任务进展情况,加强调查研究,及时协调解决项目建设相关问题,确保全年各项任务按时保质完成。

据《经济参考报》

# 网购年货高峰期提前:餐桌、厨房双升级趋势明显

近年来,年货节从线上发展到如今的线上线下无缝融合,从聚焦传统老字号地区品牌扩大到更广的品类范围。记者梳理2019年年货节各平台数据发现,挖掘消费新场景、下沉消费新市场是一大动向。

## 南北年货交叉流通特征明显

数据显示,年货节期间,京东、唯品会、拼多多、每日优鲜等多个电商平台年

糕、粽子、鲜花饼等各地区传统年货持续热卖,南北年货的交叉流通特征明显。从侧面表明人流流动和城市化进程加快。

与此同时,城乡“餐桌升级”“厨房升级”双升趋势明显。除传统坚果零食外,海鲜大礼包、车厘子等非传统年货消费场景新宠。家用绞肉机、咖啡机、扫地机器人等小家电及智能家居产品需求持续旺盛,集成灶搭配咖啡机的组合,已成农村厨房内新景象。

苏宁易购数据显示,年轻消费者更

愿意为趣味和个性化商品买单。扫地机器人、电动牙刷、破壁机等新型智能家电产品在唯品会年货节期间的销量增幅均超过100%,其中电动牙刷的增长翻了3倍,小家电产品高端化消费趋势明显。

为满足消费者的采购需求,挖掘消费新场景、下沉消费成为新平台一大动向。纵观2019年年货节各平台的部署,除了利用跨境电商优势广采“洋货”,从原产地挖掘中华特色美食也成为平台的发展方向。随着农产品的“触网”,电商平台在农产品行业的深耕,消费者对绿色健康农产品年货的消费需求不断提高。

## 部分电商“春节不打烍”

随着春运开始,部分快递员开始踏上返乡路,由于快递员数量减少,一些快递网点将不再收件,这导致消费者对年货的采购期提前。

快递物流的停运对消费者囤年货是否有影响?有商家表示,退换货或有点“麻烦”。由于春节假期较长,加上快递速度不稳定,客服人员在岗时间无法保障,消费者对于购买到的问题年货以及及时进行反馈和退换货,只能将其放至年后

## 节日消费趋势 更注重品质化、品牌化

除了消费者外,电商们还瞄准了线下零售“人去楼空”的状态。电子商务研究中心主任曹磊表示,春节期间,许多中小型企业都关门歇业,这让线上流量趋于饱和和电商平台有了瓜分线下市场的好机会。这样的黄金机会对电商来说一年有且仅有一次。

曹磊指出,春节、国庆等黄金周消费的数据绝对值和增速对消费的代表性和重要性在逐渐下降,反而是春节消费的品质化、品牌化和线上融合这些新趋势更具意义。年货节期间,消费者的心理一般具有以下几个特点:一是对商品服务更敏感;二是更愿意获取性价比更高的产品;三是消费升级趋势的推进,消费者的理智也会对商品的选择形成一定的决定作用。

据新华网

