

2022.12.23

实习编辑:刘元

影院营业率重回80% 商场客流恢复明显 全国线下消费按下回暖“加速键”

□ 本报综合报道

近日,记者走访发现,作为线下场景消费载体,北京各大商场客流量恢复明显,线下消费正按下回暖“加速键”。

同样,在全国多地发放消费券等多重利好消息的提振下,线下影院、餐饮、酒店旅游、剧本杀等消费场景的客流也在逐步回暖。

观影、旅游等线下消费逐渐回暖

12月16日上映的《阿凡达2》带动了沉寂已久的电影市场,也带动了商场客流的回升。

“周末有不少人来看电影,一间可容纳230人的杜比影厅观影人数能达到160人左右。”12月19日,记者在北京丽泽天街万象影城观察到,即便是工作日也有不少消费者在排队等待电影开场。该影城的工作人员告诉记者,自《阿凡达2》上映以来,影院的人流就逐渐多了起来。

值得一提的是,猫眼专业版数据显示,12月16日,即《阿凡达2》上映首日,全国影院营业率为83.20%,营业影院达10398家,截至今年10月5日之后,时隔71天影院营业率重回80%。

影院营业率重回80% 商场客流恢复明显

截至12月19日,全国影院的营业率仍维持在80%左右。

记者在走访中发现,北京多家商场客流恢复明显,有部分餐饮门店也迎来消费小高峰。12月18日,记者在西红门荟聚商场看到久违的排队消费场景,一楼的Manner门店更是出现了“爆单”的情况,忙碌的服务员甚至因为忙不过来暂时停止了接单。

“朝阳大悦城、新奥购物中心、石景山万达等门店迎来‘新十条’后首个周末消费小高峰,燕郊、保定、邯郸等城市门店客流也在恢复。”呷哺集团相关负责人对记者表示。

“朝阳大悦城、新奥购物中心、石景山万达等门店迎来‘新十条’后首个周末消费小高峰,燕郊、保定、邯郸等城市门店客流也在恢复。”呷哺集团相关负责人对记者表示。

“虽然仍未恢复至疫情前的水平,但是周末两天迎来消费小高峰,晚餐时间段出现少量排队现象。”北京某海底捞门店店员告诉记者。

与此同时,不少剧本杀店也开始陆续恢复营业。“这两天门店都在做销售,消费者最早可预约本周四的场次。”北京中关村某剧本杀门店的工作人员告诉记者,圣诞节来临之际消费更多,目前,24日下午的场次基本全部被预订出去了。

同样,近期旅游市场也快速恢复。OTA平台飞猪发布的《飞猪2023年元旦出游风向标》显示,近一周,元旦、跨年等相关产品搜索量环比上周增长超6倍,元旦出行的机票预订量环比上周增长超3倍,元旦前往海南、云南、广东等气候温暖目的地的商品预订量近一周翻倍增长。

“除泡温泉外,滑雪、逛乐园、游湖、露营、围炉煮茶、酒店剧本杀、漫游古镇、看烟花、登山等是今年元旦的十大热门玩法。”飞猪方面相关负责人对记者表示,最近几天,消费者在今年“双11”期间囤的酒店玩乐套餐迎来了预约入住小高峰。

除了元旦旅游预订迎来高峰,随着东北、华北等地的滑雪场陆续“开板”,冬季冰雪旅游逐渐升温。同程旅行大数据显示,南方室内滑雪场近半个月的订单量环比上涨1倍。

应重点聚焦住行和服务消费

近期,多地发放消费券提振市场消费信心,部分企业也通过现金券拉动业绩增长。

“近三年来,各地政府相继开展了发放消费券助力消费复苏的活动,消费券已成为拉动业绩增长的举措之一。以往,我们都是参与政府主导的消费券活动,这次我们是以集团为主导,各品牌参与的形式举行。”呷哺集团相关负责人表示,“本次公司计划投

放共计5亿元储值赠送的现金代金券,从‘参与’到‘主办’,从‘被动’到‘主动’,从‘政府救市’到‘自行破冰’,我们希望通过自己的能力和渠道助力消费复苏,为餐饮行业增强更多的活力。”

对于如何进一步促进消费回暖,新零售专家、鲍姆企业管理咨询公司董事长鲍跃忠认为:“对于购物中心、百货企业来说,应该抓紧发力线上线下融合发展。建议各地从税收等方面入手,为零售、餐饮企业减轻负担,助力零售企业发展。”

国务院发展研究中心市场经济研究所副所长王青则表示,促消费的重点领域应聚焦在住行和服务消费。

“这些是消费大盘的重头戏,既具有很强的消费拉动效应,也是未来较长居民消费结构升级的热点领域,有较大的市场潜力和政策空间,更能产生顺势而为、事半功倍的效果。”

“消费行业的预期将在明年3月份、4月份逐渐恢复。”信达证券研究所副所长刘嘉仁告诉记者,这其中,消费情绪改善是消费恢复的重要因素。“不过,单靠消费券很难撬动消费者手中更多的金钱,更多的是要拉升消费者的收入及消费乐观情绪。”

“消费行业的预期将在明年3月份、4月份逐渐恢复。”信达证券研究所副所长刘嘉仁告诉记者,这其中,消费情绪改善是消费恢复的重要因素。

“不过,单靠消费券很难撬动消费者手中更多的金钱,更多的是要拉升消费者的收入及消费乐观情绪。”



近来,多地密集发放新一轮消费券,涉及餐饮、家电、文旅、百货等多个领域,加快促进消费市场持续恢复。专家表示,不少地方在部署年底稳经济举措时,将促消费作为重要着力点,在加快线上线下消费融合等方面推出具体举措,消费总体有望延续恢复发展态势。

促进消费市场持续恢复

近期,多地已发放或计划发放新一批消费券,以加快促进消费市场持续恢复。

12月2日至12月30日,四川省绵阳市发放消费券,合计让利消费者达1.1亿元,覆盖大型商超、餐饮企业、家电、百货、加油站等诸多领域;12月7日,安徽省蚌埠市开始发放汽车消费券,活动分三轮进行,首轮发放金额共计200万元;12月12日,湖南省株洲市启动“制造之城,幸福株洲”消费节(新春季)千万消费券惠民活动,意在“让利于民、助企惠民”,让消费者有实实在在的获得感。

对于各地密集发放消费券,东方金诚首席宏观分析师王青表示,各类消费券通常采取“满减”方式,短期内有助于缓解居民收入下滑、消费场景限制等因素对居民消费带来的冲击,熨平数据波动。更为重要的是,这些措施能够提振居民消费信心,确保生产、分配、流通、消费的宏观经济大循环运行在较高水平。

“一方面,目前处于年底收官阶段,各行业都在做最后冲刺以赢得全年更好的经营成果;另一方面,每年年底也是我国家庭生活消费的旺季,无论是衣食住行等基础性消费,还是教育娱乐等改善性消费,都会因节日、寒假、年终福利等因素影响呈现快速上涨形势。”中国财政学会绩效管理专委会副主任委员张依群表示,通过发放消费券激发消费热情,抓住年底的重要消费节点,成为地方政府稳增长政策的重要措施。

文旅行业成为促消费重要抓手

在消费券覆盖的行业中,汽车、家电、餐饮仍为主流,同时,文旅行业也成为各地促消费的重要抓手,多地持续推出利好政策。

西藏自治区旅游发展厅近日宣布将发放3000万元“本地游”消费券,并同步出台了相关A级景区奖补、旅行社奖补、星级饭店(宾馆)奖补、旅游客运奖补、新业态引导性资金奖补实施细则;山东青岛崂山区近日发布《促消费、稳市场十条举措》,投入2300万元全面启动消费季,同时明确指出将在发放零售、餐饮消费券400万元的基础上,新增100万元文旅、体育消费券;广东东莞、肇庆等地还陆续启动第二批“广东乡村休闲体验季”消费券发放工作,推动乡宿、乡游、乡食、乡购、乡娱等领域的消费复苏。

事实上,今年以来,全国多地发放多轮消费券,对消费的带动作用明显,已有部分地区交出消费券“成绩单”。

11月30日,云南省文化和旅游厅发布的今年第三、第四批次文旅消费券和加油券发放情况显示,第三、第四批次文旅消费券领券金额近1.43亿元,核销金额超过1.2亿元,带动消费超过9.52亿元。通过举办“全闽乐购·全福游”文化和旅游惠民促消费活动,福建省今年以来分批发放总额4亿元以上消费券,其中文化和旅游消费券超8000万元,用于旅行社、旅游景区、旅游住宿、温泉康养、文化演出等文化和旅游消费领域。目前,全省各渠道发放文旅消费券近1.2亿元,直接拉动文旅消费达15亿元。

“烟火气”逐渐回归

随着全国多地进一步优化疫情防控政策,城市“烟火气”也在快速恢复。

近期,深圳发放了文惠券、南山消费券、盐田消费券。从消费数据来看,深圳的“烟火气”正在恢复。数据显示,今年10月,深圳市市场销售增长加快,社会消费品零售总额同比增长8.4%,比9月提升3.3个百分点;限额以上单位商品零售额增长16.7%,其中,汽车类增长33.1%。今年1月至10月,深圳全市社会消费品零售总额7964.83亿元,同比增长2.4%,比1月至9月提升0.7个百分点。

张依群建议,年底各地应重点发挥消费券的三项功能:一是激发改善性增量需求,重点在超市、景点等场所应用;二是稳定基础性生活需求,重点针对中低收入家庭,以帮助这些家庭温馨过节为主,适度带动增量为辅;三是带动重点领域消费,如住房、汽车、家电等。

(中国商报)

买,形成了缺口。而当手握大额优惠票券的消费者没有观影需求时,或许就会通过二手平台将票券转卖给代购方,随后代购方又销售给想观影却无票券的消费者,从而牟利。

数字文创产业智库研究员李杰认为,代购方的出现会扰乱市场正常秩序,交易风险也侵害着消费者的权益,由此逐渐延伸至伤害影院终端,乃至内容上游,不利于电影市场的稳定与复苏。

(北京商报)

声音

用好消费券 管住“黄牛党”

随着各地疫情防控措施逐步优化细化,“抢开局、稳增长”成为当务之急。对外,多个省份包机出海抢订单;对内,多地再次大手笔发放消费券。据不完全统计,目前已北京、广州、南京、绍兴、海南、新疆、深圳、武汉、福建、成都、宁夏等地宣布发放消费券,累计补贴金额超过10亿元。

按照此前经验,消费券撬动消费比例约为1:10,汽车消费券撬动比例更是超过1:50,算下来至少有超100亿元的消费需求将在近期释放,对市场而言可谓久旱逢甘霖。不过,此前消费券发放数额累计超百亿元,在极大提振消费信心、拉动消费增长的同时,有些问题也随之浮出,需要相关方注意。

在商家端,比较典型的问题是,消费者来了,但准备不到位。有的饭店服务员是新招的,还不熟悉情况;有的电影院长期未正常经

营,卫生间设施坏了一半,清洁也跟不上;还有的餐厅换了厨子,吃起来不是之前那个味儿。出现这些问题可以理解,但商家需要尽快解决。要不然,好不容易“券”来了消费者,却留下了坏印象。

对消费者来说,最大的烦恼是抢不到券,不少人手机屏幕都快“戳破了”也抢不到。这并非个别现象,顶象发布的《城市消费券安全调研报告》统计,此前发放的190多亿元消费券,消费者只抢到29%。

那么,消费券被谁抢走了呢?从目前了解的信息来看,有的被“黄牛党”抢走了,并通过二手交易平台和社交平台公开“转让”,比如满700元减350元的海南旅游券,喊价70元;满3000元减450元的深圳龙华消费券,报价150元。

还有消费券则被“羊毛党”抢走。他们利用虚拟定位等技术

付给企业,有效减少了套现行为,可供借鉴。

还要提醒心存侥幸的商家,违规使用消费券涉嫌诈骗等违法犯罪行为,是需要承担法律责任的。能够参与消费券核销的商家应该算是比较优质的商家,本可以凭产品和服务吸引消费者、正常拿补贴,可若是选择了错误的方式骗取补贴,揣到兜里的钱也烫手,迟早会被大额处罚。

消费券主要通过电商平台、支付平台发放,平台相当于消费券的“账房”与“管家”。建议后续发放消费券的地区,一面向而告之,既要让更多消费者知道去哪儿领券,还要劝阻其参与倒卖、套现;另一方面,应督促平台净化信息发

布,并严格查处倒卖套现消费券的行为。多管齐下,把消费券还给真正需要它的消费者和商家。
(经济日报)

消费观察

一张票优惠69元 《阿凡达2》代购薅了谁的“羊毛”

平台优惠后175元一张的IMAX场《阿凡达2》,最低仅需支付110元便可获得,较原价便宜69元。而原价62元一张、第三方平台优惠价为58元一张的普通场次,虽优惠额度不及前者,但在代购方处购买仍能在原价的基础上减少13元至17元不等。

“下单付款后通知客服,若选择的座位已被售空,会就近购买其他座位,保证连座,现在5分钟内可以出票。”代购方提示道。

较低的票价为代购方招来不少生意。在淘宝平台上以“电影票”进行搜索并按销量排名,截至发稿前,有5家店铺已月销过万,最高的则超5万张,月销过千的店也不在少数。

另一位代购方李先生透露,有时影院或平台也会在购物节时面向大众推出力度较大的特惠活动,如100元5张票,99元多张兑换券,甚至是1元秒杀等,此时也能集合周边人组成小团队抢一波票。

代购方之间还有着自己的资源群,这也成为“补货”的渠道之一。“在群里不仅可以互相交流哪里有低价票的信息,也能与同行直接交易手中的低价票。最终给消费者的报价就结合进票的成本以及自己想要赚得的差价来共同设定。”李先生如是说道。

“差价”获利月入过万元

“我进入这行三年了,其实也没什么秘密,赚的就是差价。”代购方张先生告诉记者,“通常情况下,我们拿票价格会更低。以一张定价在50元的电影票为例,我20元就能拿到,再以35元的价格卖出去,不仅消费者愿意买,我还能一张赚上15元。

如果每天平均卖20多张,一个月就能赚上万元。”

那么代购方口中的低价票究竟是怎么拿到的?

记者调查发现,成本价仅需20元的电影票,不少是影院或平台面向会员或企业等特殊群体推出的优惠票、通兑券,或与影院合作的商户、银行向旗下特定用户发放的优惠票券,经由二手转卖,流入代购方手中。与此同时,还有代购方能与影院或平台内部搭上线,直接买到低价票或优惠较大的兑换券。

另一位代购方李先生表示,一般除影院停业外,其他原因都不接受退换,主要是有的影院本身不接受退换,有的则是使用的优惠券、通兑券不允许退换,还有的是消费

益存在受到侵害的风险。

消费者宋女士表示,此前曾在购票后因临时有事无法观影,想向代购方退票,但对方并不同意,“我当时特意在影院上了所选场次,显示‘可退票、可改签’,但代购方就是不给退。”

而消费者胡女士则透露:“代购确实让我省了不少钱,但有一次影院临时取消了电影放映,自己事先根本没有得到通知,代购方也未提示或退票,让我白白白了一趟,代购方最初不肯给退款,说给换个场次,本意都是想直接将优惠给到观众,而不是成为代购方赚差价的工具。”

代购方张先生表示,一般除影院停业外,其他原因都不接受退换,主要是有的影院本身不接受退换,有的则是使用的优惠券、通兑券不允许退换,还有的是消费

者可能看到更低票价后悔了,如果任何情况都能退换,生意没法做了。

在电影从业者眼中,代购方表面上给消费者提供了优惠,但实则扰乱了电影市场的发展。北京市海淀区某影院经理吴先生表示:“票价确实会影响观众的观影决策,电影票又是影院的主要收入来源,近两年因特殊因素影院的经营压力较大,无论是向大众推出限时优惠活动,还是针对企业、会员等特殊群体售卖优惠票,本意都是想直接将优惠给到观众,而不是成为代购方赚差价的工具。”

业内人士认为,影院及平台推出的优惠活动容易被代购方钻空子,首先优惠幅度较大的票相对稀少,更多消费者只能按照原价或平台普遍给予的几元优惠购

买,形成了缺口。

而当手握大额优惠票券的消费者没有观影需求时,或许就会通过二手平台将票券转卖给代购方,随后代购方又销售给想观影却无票券的消费者,从而牟利。

数字文创产业智库研究员李杰认为,代购方的出现会扰乱市场正常秩序,交易风险也侵害着消费者的权益,由此逐渐延伸至伤害影院终端,乃至内容上游,不利于电影市场的稳定与复苏。

(北京商报)



丰台市场监管局之窗

丰台区食品生产企业全部任命食品安全总监和食品安全员

近期,国家市场监督管理总局公布了《企业落实食品安全主体责任监督管理规定》,按照市场监管总局工作要求,丰台区市场监管局立即行动起来,开展各项监督检查工作。

一是迅速组建专班,部署《企业落实食品安全主体责任监督管理规定》要求,第一时间抽调专人组建专班,督促企业率先配齐食品安全总监和食品安全员。

二是精准组织抽查,对食品生产企业率先配齐食品安全总监和食品安全员情况进行监督检查,对未按要求落实的,依法予以处罚。

三是加强宣传引导,通过多种形式广泛宣传,营造食品安全总监和食品安全员的良好氛围。

四是强化责任追究,对未按要求落实食品安全总监和食品安全员的,依法予以处罚。

五是加强部门协作,形成齐抓共管的工作格局。

六是加强舆论监督,通过新闻媒体曝光典型案例,形成震慑效果。

七是加强执法检查,对未按要求落实食品安全总监和食品安全员的,依法予以处罚。

八是加强部门协作,形成齐抓共管的工作格局。

九是加强舆论监督,通过新闻媒体曝光典型案例,形成震慑效果。

十是加强执法检查,对未按要求落实食品安全总监和食品安全员的,依法予以处罚。

十一是加强部门