

疫情期间，一些餐饮企业开始走出深闺，通过内外结合、挖潜增效，展开“花式经营创新”

餐饮企业“疫时”自救之道成了长久之计

阅读提示

随着疫情在全国范围内逐渐得到有效控制，在历经寒冰期、融冰期之后，餐饮行业逐步稳步向好。在“冰城”哈尔滨，有酒店企业通过花式经营找到了更加广阔的市场，让消费者吃得放心、吃出健康。

店管理有限公司财务部经理赵颖向记者介绍了疫情后的收入情况。

星级酒店与大排档，一个定位高端市场，一个富有烟火气息。作为黑龙江省第一家四星级酒店——昆仑大酒店，面对疫情的冲击，该酒店开始走出深闺，展开“花式经营创新”：在酒店对面支起遮阳伞和特色大棚，将餐桌移到了哈尔滨火车站西侧广场上开启了大排档。

记者了解到，6月中旬，昆仑大酒店开始组织餐饮人员深入市场考察，经过翔实的市场调研，他们决定以“三星的价格、四星的酒店、五星的品质”的市场定位回馈社会、让利百姓。

“当前进入后疫情时代，如何一手抓好常态化疫情防控，一手抓恢复经营，延伸酒店业的经营手臂，打造‘酒店+N’的新业态模式，成为我们必须破解的课题。”该酒店公司董事长、党委书记杨树森介绍说，虽然酒店变更了经营范围，但是酒店自身的菜品标准丝毫不能降低。

“我们的初衷就是让客户仍然记住我们，所以把酒店里的高品质的餐食也带到大排档上，把食品做到精细化和高品质化，依靠自己的优势力量寻找新的突破口。”昆仑大酒店餐饮部经理姚庄告诉记者，在生产经营中，酒店严格把关所有原材料的进货渠道，每一道菜品的每一道工序都经过专班人员进行跟踪检查指导，各种防疫措施严密到位。

本报记者 张世光
本报通讯员 叶文纯

受疫情的影响，今年以来，餐饮企业的艰难求生与2019年餐饮企业蒸蒸日上的盛况形成了鲜明对比，不少餐饮企业通过内外结合、挖潜增效，不断寻求新出路，开展适合自己的“花式自救”。

9月2日，中国饭店协会对外发布《2020年中国餐饮业年度报告》。报告显示，随着疫情在全国范围内逐渐得到有效控制，在历经寒冰期、融冰期之后，餐饮行业逐步稳步向好。

在“冰城”哈尔滨，作为中国铁路哈尔滨局集团有限公司的子公司，哈尔滨铁路昆仑酒店管理有限公司下辖昆仑大酒店、龙门大厦贵宾楼、江上俱乐部等5家酒店企业，疫情发生后，他们重新定位，破冰起航，探索出有效的自救之道。而随着国内疫情防控进入常态化，整个行业逐渐复苏，这些餐饮企业发现，“疫时”自救之功却成了长久之计，尤其是在融入了人间烟火气之后，他们找到了更加广阔的市场。

标准不降，大排档里有了四星级操作

今年以来，疫情给全国餐饮业带来了较大冲击，不少餐饮门店长期停业、营业额骤降。国家统计局数据显示，今年1月至7月全国餐饮收入17891亿元，同比下降29.6%。其中7月份全国餐饮收入3282亿元，同比下降11%。

“今年是酒店业的冰河期，走出去才能有希望！较2019年餐饮收入对比，今年上半年我们餐饮收入下滑53%。”哈尔滨铁路昆仑酒

通过“走出酒店、超越行业、踏入社会、登上列车”等多点开花式经营，昆仑大酒店有效促进餐饮收入企稳回升，多家饭店中，昆仑酒店的表现抢眼，销售额同比增量7.8%。

向内挖潜，打造职工第二食堂

这是一块曾经被忽视的市场。

哈尔滨市南岗区高铁家园小区是铁路职工居住的较为集中的地方，在小区门口，四星级的“昆仑熟食”摊位成了职工家门口的食堂。

“这里居住的绝大多数都是铁路一线职工，工作十分辛苦，为方便铁路职工倒班，我们每天下午都在这里为广大铁路职工服务，这也是我们铁字号酒店分内的责任。”昆仑大酒店餐饮部副经理李淑萍如是说。

为了方便居住在哈尔滨站周边的铁路职工，这家酒店在大排档的基础上又将昆仑品牌熟食、半成品和面食推广到哈尔滨高铁家园小区。

“下班回家，小区门口拎上一两样卫生、味美的昆仑食品，省去了做饭的烦恼，又能享受四星级酒店菜品的美味。”一对均在铁路系统工作的夫妻拎着刚买的食品向记者说道。

“出示工作证既能赠送美味酱菜和炝拌菜，也能享受铁路职工专属价格优惠。”一位售货员一边称重打包，一边向记者介绍说：“我们以后天天都来，随时过来都有货，许多铁路职工都对此举点赞。”

“早就听说江上俱乐部的西餐和自酿鲜啤很不错！在地摊上能吃到正宗的俄式西餐真是没想到。”正在和家人用餐的赵女士向记者说起了用餐感受。

“疫情确实给我们带来了巨大的冲击和影响，但是也倒逼着我们进一步深耕细作，挖掘潜力。”杨树森说，通过抢抓机遇、深耕市场、开发新产品，促进了老字号经营模式不断推陈出新，也进一步锻炼了企业员工队伍应对市场变化的能力。

寻找不同，打好特色这张牌

哈尔滨铁路局昆仑酒店管理有限公司下属的饭店中，还有一些是哈尔滨的城市地标性建筑。这其中，就有超过100年历史的龙门贵宾楼。

此前，凭借着深厚的历史和优越的地理位置，贵宾楼的生意一直不错。然而，疫情期间，百年老店也遇到了百年一遇的难题。

外出销售曾经是这家饭店的经营特色，不少哈尔滨市民都曾经在饭店的外卖摊位上买过俄式老面包、赛克面包、肉松面包等产品。如今，已经“收摊”多年的贵宾楼重新“出摊”了。

例如，俄式西餐是贵宾楼的招聘菜品，疫情的倒逼之下，他们重新发掘市场，开发出了俄式西餐便当和轻食套餐，25元一盒的低价，让企业每天都有200多盒的销量。

除了贵宾楼外，哈尔滨铁路局昆仑酒店管理有限公司下辖的、始建于1912年的哈江上俱乐部也是一处地标性建筑。

过去，这家俱乐部凭借着地处松花江边的优越位置，外地游客一年四季络绎不绝。后疫情时代，他们把吸引本地游客作为一个新亮点，并依托户外休闲区域推出了独家鲜酿啤酒配烧烤大串、海鲜小炒。

“早就听说江上俱乐部的西餐和自酿鲜啤很不错！在地摊上能吃到正宗的俄式西餐真是没想到。”正在和家人用餐的赵女士向记者说起了用餐感受。

“疫情确实给我们带来了巨大的冲击和影响，但是也倒逼着我们进一步深耕细作，挖掘潜力。”杨树森说，通过抢抓机遇、深耕市场、开发新产品，促进了老字号经营模式不断推陈出新，也进一步锻炼了企业员工队伍应对市场变化的能力。

G 企事录

企业“上云”“用云”步入快车道

事件：近日，工业和信息化部印发了《中小企业数字化赋能服务产品及活动推荐目录》的通知，引导“专精特新”中小企业率先通过数字化赋能成为标杆中小企业，促进企业复工复产、加快转型。

点评：中小企业是国民经济和社会发展的生力军，在抓好常态化疫情防控的前提下，引领技术创新，推出一系列政策“组合拳”为中小企业减压释负，助力中小企业增强内生动力，有利于推动真正实现数字化转型。眼下，包括中国联通在内的多家企业的凭借多项成果入选推荐目录，成为工信部推荐的中小企业“上云”“用云”首选服务商。

“上云”是指企业以互联网为基础进行基础设施、管理、业务等方面的信息化应用，并通过互联网与云计算手段连接社会化资源、共享服务及能力的过程。如今，企业“上云”“用云”已经步入快车道。尤其是在疫情背景下，“上云”“上平台”行动有效降低了企业信息化构建成本，并把各类企业的资源有机整合起来，进一步助力中小企业数字化、网络化、智能化转型，加速了产业链上下游协同，显著增强了中小企业应对疫情等危机的抵抗力。

铜价创下两年新高

事件：9月2日，伦敦金属交易所(LME)铜价格报收6687.5美元/吨，创下2018年6月中旬以来的最高水平。这也是LME铜价连续第七个交易日上涨。一季度，LME铜价一度跌破成本线，最低触及4371美元/吨。3月底后，铜价踏入上升通道。截至9月2日收盘，LME现货铜价已较今年一季度低谷期时的价格上涨逾五成。

点评：相较于国际铜价的不断走强，近期国内沪铜价格表现相对平稳。市场供应偏紧、需求上涨是近期国际铜价上涨的主要原因。在国内，铜价走势平稳主要由于铜库存较高，而需要大量消费铜的家电、交通运输等行业尚处于从疫情中恢复的阶段，需求并不旺盛。

不过，从9月起，国内铜行业将进入市场传统的销售旺季。若今年四季度铜行业各领域消费情况表现良好，那么国内铜价也很可能迎来上涨。

拼多多上线“多多买菜”

事件：8月31日，拼多多旗下社区团购项目“多多买菜”正式在武汉和南昌两座城市上线，小程序“多多买菜”已投入使用。根据官方介绍，多多买菜定位于拼多多旗下社区团购平台，采取预订+自提模式，赋能社区门店，服务社区消费者。

点评：疫情发生后，线上买菜尤其是社区团购几乎成为一些地区居民生活的必选项，这也让此前看似进入瓶颈的社区团购行业迎来了春天。如今，国内疫情形势逐步向好，但线上团购并没有因此迅速降温。据天眼查的数据显示，目前我国大陆地区有近200家涉及社区团购、社区生鲜相关业务的企业。

拼多多上线“多多买菜”，显然也想在这一行业内分一杯羹。当拼购业务的发展即将或已经接触到天花板后，扩展业务边界是拼多多今年的战略重点。社区团购将考验这家互联网公司的供应链、线下运营等多种能力。如果能够经受住此番考验，未来在社区零售战场直面京东阿里等企业，是不是没有可能。

四大科技巨头合力赋能深圳中小企业数字化

本报讯（记者刘友婷）日前，由广东深圳市中小企业服务局主办，平安智慧城市、阿里云、腾讯云、华为云共同承办的“云上深圳·智慧中小”高峰论坛线下论坛在深圳市平安金融中心举办。会上，深圳市中小企业服务局联合平安智慧城市、阿里云、腾讯云、华为云共同发布了《深圳市中小企业数字化赋能共同行动宣言》，四家头部科技企业将合力为中小企业搭建成数字化赋能平台，助力中小企业高质量发展。

《行动宣言》指出，借助深圳5G基础设施建设的领先优势，充分释放企业数字化转型新动能，整合头部企业资源优势，发挥骨干企业对中小微企业发展的带动作用。

据介绍，“共同行动”将开展以下两项主要工作：一是“数字化赋能‘4×4×1’专项行动”。2020~2021年度，针对中小微企业当前存在的热点共性需求，四家发起企业每季度各开展一个数字化赋能专项主题活动，帮助中小微企业解决具体问题。二是中小企业志愿服务行动。在深圳市中小企业公益服务体系框架下，四家发起企业各自组建一支由专家组成的中小微企业服务志愿者队伍，为中小微企业提供管理、创新、市场、培训等企业公共服务。

“中小企业是深圳经济发展的生力军，此次行动旨在通过数字化赋能‘4×4×1’专项服务和中小企业专家志愿服务，为中小企业搭建数字化赋能平台。”深圳市中小企业服务局局长贾长胜表示，希望借此行动建立骨干企业与中小企业的帮扶联系机制，树立一批具有行业代表性的数字化赋能标杆企业，示范带动全行业数字化创新发展，为中小企业发展增添新动能。

带着岗位去扶贫

本报讯（记者邹偶然 通讯员王佳晶）日前，中石化浙江石油金华分公司在浙江磐安尖山镇举办了“结对共建 携手同行”专题招聘会，切实打通了阻碍困难群众就业的中间环节，实现“点对点”输送。此次招聘旨在加大群众就业成功率，努力解决困难户就业需求，稳定困难群众收入。

“结对共建 携手同行”扶贫行动是中石化浙江石油金华分公司与金华市国资委携手的首次就业专项扶贫行动。在此次招聘会举行前，公司人事部门就通过线上线下渠道公布就业信息，仅就加油站岗位而言，中石化在金华全区有200多个加油站网点，遍布各个乡镇街道，能够满足有意向的群众实现在家门口工作的愿望，在赚钱的同时又可以照顾家庭和农田耕作，实现挣钱顾家两不误。

据了解，长期以来，金华分公司始终坚持“企地共建共享”，2+1结对帮扶磐安县尖山镇湖田村脱贫攻坚工作和磐安县冷水镇白岩村的扶贫帮困工作，为困难群众办实事、解难题，有效帮助结对、共建乡镇拓宽致富渠道。同时还积极投身于“爱心助农”“平安进校园”等社会公益事业，全力履行企业社会责任。

时隔9年，国际金价再创历史新高

金价持续上涨对珠宝企业真的是件好事吗？

阅读提示

在外界看来，金价不断攀升对于珠宝企业来说应该是利好的消息，但在行业内却引发不少“哀叹”，业界专家建议，无论金价是涨是跌，投资者都需冷静应对，需真正理解黄金投资的特点，保持谨慎、理性投资态度。

动，所做的一切都是为了降低金价暴涨对企业引发的不利影响。

零售受挫但投资升温

不过，面对“以黄金为代表的贵金属上涨”的局面，不少业内人士表示“既在意料之外，也在情理之中”。重庆江北观音桥商圈一家金店的负责人黎鹏告诉记者，从今年4月开始，金价一路高歌猛进，价格出乎意料，但综合各种因素来看，这也在于情理之中。

“今年的金价与去年同期相比，不管是首饰类的黄金还是投资金条类的黄金，每克同比去年都增长了100~110元左右。”在黎鹏看来，零售市场受到的冲击在投资市场却得到了“找补”。“以前很多人倾向于投资股票、基金等线上产品，如今很多人认为需要有一些保值物品来应对突发危机。”

在金融行业从业十余年的董纬认为，今年的疫情和国际经济环境等综合因素，是造成金价上涨的重要因素。市场避险情绪高涨，黄金作为避险资产，自然会受到投资者的欢迎，加

上近年来金价表现并不突出，存有较大的估值“洼地”等因素，这使得黄金成为众多大类资产配置中的超配品种。

“下半场钱景”引争议

“金价绝对还会涨，吃不了亏。”8月23日下午，在重庆杨家坪商圈一家金店，一对中年夫妻毫不犹豫买下了一块足金牌子。

记者了解到，不仅是在重庆，类似的场景在国内多个城市的金店皆能见到，依然会有消费者怀揣着“买涨不买跌”的心态，投资态度非常乐观，但也有部分人对金价的“钱景”感到担忧。

黎鹏认为，全球避险情绪将进一步上涨，后期将有更多资金流入黄金白银市场，但目前金价已经处于高位，加之全球经济增速还有可能持续走低的现状，这决定了未来黄金价格大幅上行空间不是特别大。

事实上，面对“疯狂上涨”的黄金，众多机构都发布了风险预警。7月28日，金价达到历史新高时，上海黄金交易所发布风险提示，提示投资者做好风险防范工作，提高风险意识，合理控制仓位，理性投资。

业界专家建议，无论金价是涨是跌，投资者都需冷静应对，需真正理解黄金投资的特点，尤其要回避一些投资的误区，比如以金饰品价格购买相关产品作为一种投资，应保持谨慎、理性投资态度。

本报记者 黄仕强

“现在金价多少钱一克？”“这条项链是不是足金的？”“金价会不会跌”……8月底，重庆大渡口区九宫庙商圈的众多金店里，几位消费者围在一起讨论着黄金价格的走势问题。

眼下，黄金再次成为金融市场的焦点。自今年3月以来，黄金的价格持续上扬，截至8月上旬，现货黄金价格涨至2049.9美元/盎司，保持了9年的黄金历史最高价再次被刷新。

金价持续上涨，这对珠宝企业和整个消费市场带来怎样的影响？为此，记者展开了调查。

暴涨却让企业犯难

“这波涨势确实让我们始料不及。”面对记者的问题，珠宝品牌鸳鸯金楼重庆品牌运营中心负责人翁得权坦言，“没想到这么猛。”

从业多年的翁得权谈起今年的行业现状表示，年初突如其来的疫情让整个市场错过了春节的“黄金周”，好不容易盼来复工复产，连线上扬的金价走势又对市场零售造成了极大冲击。

然而，在外界看来，金价不断攀升对于珠宝企业来说应该是利好的消息，又怎么会引来行业内“一片哀叹”呢？金价持续上涨对珠宝企业真的是件好事吗？

重庆市金银珠宝饰品行业协会秘书长曾



陈星宇 摄/人民图片

令维解释道，“金价上涨对于存货较多的珠宝公司是一个利好消息，这代表着即使没有销售利润，整体存货金额也在增长，但是金价持续上涨，同样会降低很多消费者的购物欲望，导致销售同比大幅下降，使得珠宝公司只是赚到溢价而已，没有好的销售就没有可观的利润提现。”

记者注意到，今年6月，珠宝企业周大福在发布的财报中提及，“公司营业额受疫情、国际金价飙升等因素的影响，压抑了黄金产品的零售需求。”而由中国黄金协会发布的《中国黄金年鉴2020》同样指出，2020年预计黄金均价同比上涨22%。

“销售肯定会受到制约。”翁得权说，春节和国庆是珠宝企业每年固定的两个销售“黄金节点”，但今年的形势极为特殊，“马上到来的国庆节会不会有所起色，我们身为从业者也只能伺机而动”。

前不久，鸳鸯金楼推出“彩宝系列”产品，尝试发掘新的产品属性，开辟新的营销道路。“通过差异化的产品来增加市场消费需求。”翁得权告诉记者，企业还加大了促销活