

专家解读“扩消费20条”：优化消费环境和体验

本报记者 黎竹 刘旺 北京报道

近日，国务院办公厅转发国家发展改革委《关于恢复和扩大消费措施》的通知（以下简称《措施》）。《措施》围绕稳定大宗消费、扩大服务消费、促进农村消费、拓展新型消费、完善消费设施、优化消费环境6个方面，提出20条具体政策举

提升供应体系

今年广东、山东、福建、河北等地先后出台预制菜产业发展政策。

中国商业联合会专家委员会委员赖阳指出，这次扩大消费的根本目的是为了优化消费者的消费环境、消费体验，为消费者提供更高品质的消费服务和内容，方向是“以满足消费需求来实现消费增长”，而非简单的“让消费者从兜里掏钱”。

记者注意到，预制菜作为近年来最热门的品类之一，正迎来巨大的历史机遇，在政策端受到了极大的关注。早在今年2月份，预制菜就已写入中央一号文件，作为创新产业受到认可并给予重点扶持。

此次《措施》强调，培育“种养殖基地+中央厨房+冷链物流+餐饮门店”模式，挖掘预制菜市场潜力，加快推进预制菜基地建设。

北京市社会科学院管理研究所副研究员王鹏认为，“种养殖基地+中央厨房+冷链物流+餐饮门店”模式被明确提出，意味着从田野到餐桌的物流供应链及相应产业链体系的建设将成为发展重点，助推产业的升级转型。

艾媒咨询预计，2023年我国预制菜市场规模将达5100亿元，2026年将突破万亿元，达10720亿元。今年广东、山东、福建、河北等地先后出台预制菜产业发展政策，打造“预制菜之都”“千亿产业集群”等。

赖阳结合需求进一步解释市场

措。其中，《中国经营报》记者注意到，挖掘预制菜市场潜力、扩大餐饮服务消费成为一个新亮点。另外，《措施》明确提到：要培育“种养殖基地+中央厨房+冷链物流+餐饮门店”模式，挖掘预制菜市场潜力，加快推进预制菜基地建设，充分体现安全、营养、健康的原则，提升餐饮质量和配送标准化水平。

《措施》还对消费时间、消费场所和消费场景等做出相关指示。

北京市工商联副主席、振兴国际智库理事长李志起在接受记者采访时表示，内需提振是中国经济当下的优先性需求，“扩消费20条”是一个有针对性的举措，其涉及的大宗消费、服务消费、农村消费和新型

消费，都是针对当前消费的关键痛点和深具潜力的领域所提出的重要方法，也是有为政府和有效市场结合的一个创举。随着《措施》的出台以及后续各种政策措施的落实，希望能给老百姓带来更多的切实优惠，为企业稳增长、促提升带来一个新的契机。



预制菜成为近年来消费领域最热门的品类之一。

视觉中国/图

的提速增容，他认为消费者日趋增长的外出餐饮需求为预制菜产业的发展创造直接动力。“随着外出就餐需求扩大，企业为了提高标准化出品率，同时提高食品的安全性，就采取了‘中央厨房’的模式，通过推动预制菜技术的提高和供应链的完善实现规模化效应，在整体运营成本降低后，能够更加保证品质和服务，让消费者更满意。”

此外，业内普遍认同供应链对餐饮消费的重要作用，目前大企业和部分新兴的连锁餐饮企业都在完善自己的供应链体系。

海底捞相关人士告诉记者，海底捞非常重视供应链及餐厅的食品安全工作，在企业发展的过程中，系统化建立了全方位、全动员、全链条的“嗨食安”食品安全管理模式，实现了从采购到餐桌全链条的整体把控。同时，借助数字化工具对食品安全管理进行升级。在门店端，央厨直配菜“一菜一码”，门店菜架信息化、IKMS管理系统等应用和推广，正在推动后厨智能化发展，减少人为操作带来的潜在风险。

对于整个行业，供应链尤其是冷链物流体系的建设仍待进一步完善。赖阳表示，虽然我国的餐饮业规模非常大，但部分中小企业及商户尚没有这样的供应链能力，因此

建设第三方的“中央厨房—冷链物流”的服务体系才能够实现多赢，给更多的企业提供支持，推动提升餐饮行业的现代化、标准化水平，以及服务体系的产业链建设。

冷链产业发展越成熟，才能更进一步支持餐饮的发展。新希望集团旗下运荔枝公司相关人士告诉记者，新茶饮、咖啡、预制菜、烘焙、连锁中西餐等消费新品种餐饮企业在区域或全国的扩张背后，都有冷链供应链产业的助力，冷链的逻辑是品质生鲜食材交付的供应链逻辑。

《措施》中亦提到“稳步推进产地销地冷链设施建设，补齐农产品仓储保鲜冷链物流设施短板，推动城乡冷链网络双向融合。”

在全国特色农产品品类分布中，需要冷链的鲜果蔬菜占比57%。而第三方冷链物流可以推进农产品经销渠道的“同仓货权转

移”，减少经销商分散设仓进行运配的多次货品搬运中转，随即降低货损。因此，大力推动“种养殖基地”的“源头一公里”和到达“餐饮门店”的“最后一公里”物流基础设施建设，解决中小企业“冷链不冷”和“冷链断链”的困境，是推动特色产品进城的举措。

国务院发展研究中心市场经济研究所所长王微表示，数智化社会供应链通过“数实融合”释放数据要素畅通经济循环的潜能，对降低仓储、物流、支付等供应链各环节成本起到积极作用，为增强消费内生动力注入强劲新动能。

国家发展改革委网站8月1日发布的《实施促进民营经济发展近期若干举措的通知》提到，要提升民营企业在产业链供应链关键环节的供应能力，在全国县域范围内培育一批中小企业特色产业集群。

创新消费场景

如何运用数字化科技赋能消费场景创新成行业共同思索的问题。

记者注意到，《措施》还对消费时间、消费场所和消费场景等方面做出新指示，比如因地制宜优化餐饮场所延长营业时间相关规定等。

李志起认为，延长餐厅的服务时间是振兴夜经济的激励措施之一，但延长餐饮营业时间只是其中的一个抓手，今天的夜经济不仅仅是简单的吃喝玩乐，还需要更多的内容供给，这离不开丰富的文化娱乐型消费。

据了解，夜市在中国发展已有几千年的历史，在宋朝时期更是达到鼎盛，成为宋朝商业文化的一个代表。

据《东京梦华录》记载，汴京的“夜市直至三更尽，才五更又复开张。要闹去处，通晓不绝”。可见当时，热闹的夜市已蔚为大观，颇具规模。

针对发展夜经济，海底捞方面告诉记者，其不仅根据消费者画像制定的当地特色产品，推出全新夜宵菜单；还开展多项业务创新，通过举办“演唱会第二现场深夜安可Party”等举措，将门店打造成深夜嗨聚好去处，持续释放夜间消费活力。

多位专家认为，因地制宜优化餐饮场所延长营业时间相关规定等进一步明确了扩大消费的方向和主要措施，为相关部门、企业、商户提升了信心，同时也意味着后续需要相关的政策措施、配套资金和资源支持来进一步推动切实落地。

李志起提到，音乐节、戏剧节以及各种体育赛事的多元化文娱活动，有助于年轻人的消费力得到进一步的释放。目前这类活动与餐饮消费逐渐融为一体，但还要进一步用政策补贴或者发行消费券的方式来支持相关企业。此外，为了帮助提供夜经济的餐饮企业、文娱企业降低运营成本，提高其经营的积极性，国家应该

出台相应的配套补贴措施，为他们提供一些补贴优惠。

而当下，如何运用数字化科技赋能消费场景的创新也成为大消费行业内外共同思索的问题。

记者了解到，“8·8北京体育消费节”期间，京东将开展“线下嘉年华”活动，在北京市北投奥园1314园区举办，激发大众夏日运动活力。同时，在活动期间，京东将推出“线上买”“线上订”“线上学”“线上赛”等板块，通过线上、线下结合，助推全民体育消费热潮，拉动体育产业整体增长。

李志起认为，老字号的复兴并不缺乏与消费者见面接触的机会，更多的创新应该是战术层面的改变，应该更多地考虑用数字技术来丰富体验感和愉悦感。品牌商和科技方案的提供商之间要多牵手，形成合作的桥梁；有关部门需要放松管制，加大对老字号企业开展活动的支持，同时挖掘老字号的文化潜力；政府应该将推动展览馆这类消费场所的科技设施建设执行到位，吸引更多人关注传统民俗，用中华符号讲好中国故事。

新型消费示范区强调了要满足不同群体的改善性需求，比如老年人、农村群体和年轻人。

王鹏指出，是满足不同层级的消费需求，智慧商店、商圈等消费场地要形成高低互补配合，突出特色，避免同质化竞争。此外，还应该更加夯实大消费体系下的数字化基础设施，提高智能化的算力，搭建智慧化的商业平台，建好智慧社区和智慧商圈，比如根据社区周边的消费能力、消费人群画像，提供差异化的服务，实实在在地为商户和消费者提供更优质的服务。

下转 D2

中国经营报
CHINA BUSINESS JOURNAL

提质增效 低碳绿色发展



扫码了解更多