

新闻分析

INWENFENXI

品牌餐饮“平价快餐”将成新宠？

近日，海底捞在朝阳区的一家快餐小店受到食客们的关注，平均客单价19元，日前，西贝也传出为定位“国民食堂”的副品牌寻租店铺的消息。4月初，喜茶的平价副品牌喜小茶在深圳开业，最便宜的一杯奶茶只要7元钱。

在不少业内人士看来，面对疫情不确定性带来的消费降级趋势，现在似乎正是大品牌降维下沉的好时机，但大店和快餐之间的天然壁垒似乎也很难跨越。

一线城市卖三线价格

最近几天，朝阳区酒仙桥附近一家名为“十八余”的临街快餐店火了。有细心的食客发现这家店的经营方正是海底捞的子公司，消息一出，引得不少市民特意前来体验。“点了1份炸酱面、一个卤肉瓜和一杯水果茶，总共才花16块钱，不到3分钟就出餐了。”一名消费者惊喜地说。

记者注意到，十八余的店内环境与普通快餐店没有太大差别。消费者自取餐盘选择小吃、茶饮、面条和馒头后，再把餐盘放在自助结账机上，就能快速完成付款。在大众点评上，这家店的客单价显示为19元。对比北京粉面餐饮市场30元左右的平均客单价，不少网友感慨，这是“在一线城市卖出三线价格”。

开始降维下沉的头部连锁餐饮企业不止海底捞一家。就在近日，西贝也传出为旗下中式快餐品牌“弓长张”在北京寻租店铺的消息。据了解，弓长张定位“国民食堂”，将主打“33道



资料图片

现炒下饭菜”，一顿午餐只要15元左右。

4月初，喜茶也在深圳推出副品牌“喜小茶”，杀入平价茶饮赛道。从价格来看，喜小茶主要产品价格浮动在11元至16元间，最便宜的一杯奶茶只要7元钱。品类包括鲜奶茶、果茶、咖啡、冰淇淋、纯茶五大类，与喜茶各产品线相差在十几元左右。

平价快餐加速落地

对于头部连锁企业纷纷入局平价快餐，不少网友感慨“这预示着疫情之后的消费降级”，但实际上，它们并不

是为了应对后疫情时代而贸然布局。

公开信息显示，十八余于2019年11月正式开业，西贝也在平价快餐领域展开多次尝试。

中国食品产业分析师朱丹蓬分析称，推出覆盖不同消费人群的副牌是许多大型连锁企业的战略布局。“从整个企业的中长期发展来说，金字塔形的布局能包括高中低端，覆盖多场景多渠道多消费人群。”

“但不可否认的是，后疫情时代无疑将加速这些平价副品牌的落地。”朱丹蓬表示，不久前，海底捞和西贝相继涨价又迫于压力道歉调价，正体现出

目前消费者对价格更加敏感。

“以前每天吃午餐基本都是30元起步。自从复工以来，一直都是自带午餐。”在双井附近工作的白领小毛说，自己大部分同事也都如此。

“一方面是自己带饭更安全，另一方面也确实省下不少钱。如果单位附近能有品牌的平价店，十几元就能吃好，以后肯定不会像以前一样再选择去人均价格在30元以上的餐馆。”小毛说。

“自降身段”没那么容易

“来我们这儿吃饭的人本来就是图个便宜，现在它们的价格比我们还低，估计以后的生意更不好做。”尽管这些大品牌的平价店还处于试水阶段，一名街边小餐馆店主已经开始担心这会对其它中低层餐饮企业形成降维打击。

实际上，在布局弓长张之前，西贝在过去几年里就一直在试图推广平价副品牌。但从燕麦面、麦香村到超级肉夹馍、酸奶屋，这些快餐店总是难成气候。“主品牌难以快速复制，副品牌更是难以延伸。”朱丹蓬认为，西贝副品牌多次停摆，就是因为没有洞察消费者的真正需求，也没有与现有餐厅形成明显的差异化定位。

据了解，无门槛、无菜系是弓长张的新亮点，“早餐5元就能吃、正餐15元也能吃”，西贝这次快餐项目的定位已经比此前几次尝试更加清晰，但朱丹蓬仍然表示不太看好。“经营大店和快餐有很大区别，转型并不是那么轻而易举的事。” 据《北京日报》

“云游”价值独特，足不出户就能拥有“诗和远方”

“太和殿的窗棂纹样是最高等级的，称作三交六椀菱花窗，三根根条相交，交点用竹钉或木钉固定住……”镜头里，红墙绿柳，春意盎然，故宫博物院的工作人员正介绍着紫禁城鲜为人知的建筑细节及其背后的故事。

这是故宫博物院在今年清明期间推出的“安静的故宫，春日的美好”直播活动，两天三场，受到网友追捧，以新华网客户端直播为例，共有3492万人次观看，收到留言近6万条，“云游”的魅力可见一斑。

此前，为了配合新冠肺炎疫情防控，包括故宫博物院在内的多个景点已暂停开放两个月有余。不少景点开启“云游”模式，创新文旅产品，满足公众“疫”时需求。敦煌研究院和腾讯联合推出微信小程序“云游敦煌”，用户动手手指便可以360度探索全景数字洞窟；马蜂窝旅游

与快手短视频联合推出“云游全球博物馆”系列，以直播形式带领观众游览全球著名的博物馆和美术馆……

从语音、图文到VR，再到直播——“云游”的表现形式不断升级，给公众带来全新的视听体验，赢得了好评。以故宫博物院直播为例，网友纷纷留言：“太赞了，看到了许多曾被忽略的美景”“原来还有这么多故事，长知识了！”也有网友表示：“等疫情过去，一定要再去一次！”

“其实好几年前就有‘云游’这一概念了，但直到今年才受到追捧。”中国旅游研究院景区研究专家战冬梅指出，一方面，长时间“宅”在家的公众积攒了较强的出游意愿，却无法成行，“云游”把握住了市场需求；另一方面，科技的进步和互联网的快速发展，为景点开展云服务提供了较为成熟的技术支持，推动“云

游”从概念走向现实。

不过，也有意见指出，“云游”的虚拟体验无法替代线下旅游的真实感受，“云游”将随着新冠肺炎疫情的结束而“离场”。对此，战冬梅认为，两者或以互补的形式存在。

“云游”有不可替代的独特价值，例如节省时间和经济成本，突破天气、交通、客流量等传统旅游形式的局限，游客足不出户就能拥有“诗和远方”。战冬梅表示，“云游”不仅是“疫”时之需，疫情之后，人们在出行前，可以通过“云游”的方式提前了解目的地，做足攻略，以获得更好的游览体验。

从市场角度来看，直播等“云游”方式有助于景点“揽客”，提升知名度，加快旅游业“疫”后复苏进度，除此之外，还有“带货”之效。2月23日，中国国家博物馆、敦煌研究院、甘肃省博物馆、三星堆

博物馆等国内八大博物馆集体上线淘宝直播，通过“实景直播+主播讲解+科普讲座+现场带货”的形式，在线开馆迎客，为博物馆文创产品提供了新的营销渠道。

目前，有越来越多的景点加入“云游”行列。文化和旅游部产业发展司司长高政表示，下一步，文旅部将“狠抓线上”，加快发展数字文旅产业，推动文化旅游与数字经济深度融合，创造多样化产品，改善供给结构。

“要保持‘云游’热度，就不能盲目跟风、止步于‘云’的形式。无论线上还是线下，最重要的是不断丰富文旅产品，保持差异化、细分化、创新性，适应用户的多元需求，不断延长、扩展产业链，实现旅游业的高质量发展。”战冬梅建议。

曾诗阳

内蒙古专利保险个人第一单落地生效

本报讯(记者 张鑫)在“4·26”世界知识产权日来临之际，内蒙古自治区发明人侯永昌购买的专利保险也正式生效，标志着内蒙古专利保险个人第一单落地生效。

侯永昌出生于1950年，多年来一直利用业余时间从事发明和创造。目前，共拥有授权专利14件，其中，发明专利5件、实用新型专利9件，而且大部分专利文件撰写和申请均由自己完成。在今年的知识产权宣传周之际，侯永昌为

自己的专利——“电磁式隔膜增氧气泵”购买了专利执行保险，为自己的智慧劳动成果穿上了“防护服”。

中国人保财险呼和浩特分公司工作人员介绍，该保单生效后，在保险期间内，若发生未经专利权人授权而使用其专利的情况发生，保险公司将按合同约定，赔付投保人因该事故在承保区域内首次提起诉讼、仲裁或行政处理而产生的律师费、诉讼费、鉴定费、公证费等法律费用，从而有效降低发明人的维权成本。除中国人保财

险外，平安财险等内蒙古部分财产保险公司已陆续推出专利侵权责任保险、侵犯专利权责任保险、知识产权海外侵权责任等专利保险，综合保障发明人的各项权益。

随着内蒙古知识产权侵权纠纷案件日益增长，2019年，内蒙古自治区市场监管局(知识产权局)为降低企业及发明人的知识产权维权成本和侵权损失，通过开展专利保险工作座谈会、对接会等多种形式，广泛宣传、扎实推进专利保

工作，使内蒙古各类创新主体的知识产权保护意识和维权意识不断提高。为专利保险工作开展打下了基础。2020年4月，在疫情防控期间，为助推企业复工复产，内蒙古自治区市场监管局(知识产权局)联合内蒙古银保监局印发了《关于开展全区知识产权保险助推企业复工复产工作的通知》，以“政府引导、市场运作、自愿参保”为原则，共同推动内蒙古专利保险工作，帮助企业及发明人有效提升抗风险综合能力水平。

电子商务促消费升级：每天快递量超2亿件，基本恢复到正常水平

4月25日，国务院联防联控机制召开新闻发布会，介绍电子商务促进消费等情况。

商务部电子商务司副司长蔡裕东表示，疫情期间，电子商务发挥了独特而重要的作用。根据国家统计局数据，一季度网络零售规模较去年基本持平，实物商品网上零售额增加了5.9%，这说明网络零售对消费的促进作用有进一步提升。在促进电子商务线上线下融合方面，商务部主要做了4方面工作，一是开展数字经济服务企业创建，培育一批能提供数字化服务的平台；二是开展电子商务示范基地、数字服务出口基地建设；三是引导电商平台加强与中小企业企业的供需对接；四是提高数字化人才储备，加强产学研联动。

蔡裕东介绍，商务部、工信部、国家邮政局、中国消费者协会将举办“双品网购节”，4月28日正式开幕，持续到5月10日。参加活动的平台及企业超过109家，综合电商、垂直电商、服务类电商都会积极参与，把优质、物美的商品和服务推送给广大消费者。

国家邮政局市场监管司副司长边作栋认为，电子商务与快递物流是互相促进、紧密联系的，目前快递业所支撑的实物商品网络零售额已经占到社会消费品零售总额的1/5。现在，每天快递量已超过2亿件，基本恢复到正常水平。

农村快递物流方面，全国已有96.6%的乡镇设立了快递服务网点。今年一季度，农村地区收投的快件量超过30亿件，支撑工业品下乡和农产品进城超

过2000亿元。国家邮政局近期还启动了“快递进村”工程，力争用3年时间推动符合条件的建制村基本实现村村通快递。

近年来，信息消费一直保持高速增长，拓展了人们的数字生活新空间。工信部信息技术发展司一级巡视员李颖说，疫情期间，在线医疗、网络教育、生鲜配送、新零售等消费需求爆发式增长，越来越多的人享受到信息消费的便利。一季度，我国移动互联网累计流量同比增长39.3%，今年3月户均移动互联网接入流量达到9.5GB，为近12月以来的最高点。

相比消费电子商务，工业电子商务是企业间的、数字化的供应链。近年来，我国工业电子商务加速成长。李颖介绍，

工信部持续推进工业电子商务创新发展，截至3月底，我国重点行业骨干企业的工业电商普及率达62.5%，在原材料、装备等领域培育了一批交易规模达到百亿元、千亿元的工业电子商务平台。疫情以来，工业电子商务企业在解决防疫复工难点、痛点、堵点方面，发挥了支撑和赋能作用。

据介绍，截至4月24日24时，31个省市区和新疆生产建设兵团现有确诊病例838例，其中重症病例49例。新增无症状感染者29例，其中境外输入4例；当日转为确诊病例1例，为境外输入；当日解除医学观察24例；尚在医学观察无症状感染者983例，其中境外输入150例。

据新华网

通向大山深处的“扶贫公交”

清晨六点，818路公交车在川道村村委会门口发车了。发动机启动的声音，是川道村人一天开始的“讯号”。

“就跟一种约定似的，我早上送他们下山，晚上接他们上山，虽然不知道人家叫什么，但都面熟。”818路公交车驾驶员刘万平说。

刘万平是这个深山穷村里少有的“客人”，自从开上这趟车，他便在村委会找了间屋，晚上收工后直接住在山里。川道村位于山东省济南市南部山区柳埠街道最南端。想出村子，就必须走4公里左右的山路，步行要用四五十分钟，如果谁家有事，只能打电话从山下叫出租车上来，那就要花30多块钱。

2018年12月，818路公交车将这个省级贫困村与仲官镇连了起来，一天4个班次，票价2元，65岁以上可以免费乘车。

“谁能想到，俺在村里还能听到公交车的喇叭声呐！”川道村村民杨盛芬说。

55岁的杨盛芬有了第一张公交卡，“以前感觉被困在了山上，只能守着自己的两亩地过日子。现在我坐公交车去镇上的饭店干点零活，每个月能给家里多挣1000多块钱。”杨盛芬说。

公交通了，老百姓致富的路子也通了。在川道村，像杨盛芬一样每天坐公交车出门打工的还有10多人。村民们说，看病拿药，走亲访友，置办货物都方便太多了。

人走得出去了，山里的东西卖得顺畅了，村子也“活”了。

川道村是林果大村，年产山楂100万公斤。往年大伙只能等着别人上门收山楂，“当时人家就出6元钱一公斤，你也要不上价格，还不能不卖。”川道村党支部书记张传君说。

去年丰收时，村民每人一根扁担、两个果筐，扛着二三十公斤山楂，坐公交车“送货”到镇上卖，每公斤能多卖四五块钱。各家种的核桃、板栗也都卖出去了。

818路公交车有31个站，以途经31个村的名字命名。“站与站之间的间隔500米，近的也就200米，车上11个座位每趟都坐得满满当当。”刘万平说。

山路难跑，开车不能分心，刘万平还来不及仔细看沿途的风景，山上又是绿油油的了。

“一个人、一辆车、一条线”，刘万平就这样在大山与“外面的世界”之间，当村民们的“摆渡人”。

为了贯彻推进精准扶贫和城乡一体化建设，济南公交集团南部公司已相继开通了10条“扶贫公交线”，将公交车通到了10个贫困村，越来越多的老百姓在家门口坐上了公交车，偏远的村庄和城市的联系愈发紧密。

川道村已经实现全面脱贫。天气渐暖，村民们最近商量着结伴去城里的商场购买服装。 据新华网

新能源汽车免征车辆购置税政策延长两年

新能源汽车免征车辆购置税政策将于今年年底到期，该项政策是否延续备受各方关注。

日前，财政部、国家税务总局、工业和信息化部联合发布公告明确，自2021年1月1日至2022年12月31日，对购置的新能源汽车免征车辆购置税。此举是对3月31日国务院常务会议部署的促进汽车消费举措的一项具体落实。

据了解，免征车辆购置税的新能源汽车是指纯电动汽车、插电式混合动力(含增程式)汽车、燃料电池汽车。免征车辆购置税的新能源汽车，通过工业和信息化部、国家税务总局发布《免征车辆购置税的新能源汽车车型目录》实施管理。

自《目录》发布之日起，购置列入《目录》的新能源汽车免征车辆购置税；购置时间为机动车销售统一发票(或有效凭证)上注明的日期。今年12月31日已列入《目录》的新能源汽车免征车辆购置税政策继续有效。

财政部经济建设司司长孙光奇日前介绍，为了促进汽车消费，今年3月31日国务院常务会议确定，将今年年底到期的新能源汽车购置补贴与免征车辆购置税这两项优惠政策延长两年，主要是有以下考虑——

一是助力解决问题，推动产业高质量发展。我国新能源汽车产业起步早，开局好，发展快，但当前存在一些现实的困难，主要表现在新能源汽车制造成本还比较高，难以与传统燃油车竞争，需要继续给予支持，巩固和扩大来之不易的发展成果。

二是顺应发展趋势，提高综合竞争能力。从国际汽车产业发展趋势看，电动化是汽车产业转型升级的方向。欧美等汽车产业发达国家都在加大对新能源汽车的支持力度，在此情况下，有必要继续对新能源汽车的财税政策支持，保持产业良好发展势头，提升产业竞争力。

三是对冲疫情影响，促进汽车消费。新冠肺炎疫情对新能源汽车市场冲击比较大，前两个月新能源汽车产销量同比分别下降了63.8%和59.5%，延长优惠支持政策，有助于拉动汽车市场消费，对冲疫情影响。同时，也有利于支持相关行业和企业加快复工复产。 据《经济日报》



据新华网