

构建品质生态 我国餐饮业破局

清晨,一家社区餐馆的后厨已升腾起烟火气。操作间的切配、烹饪场景,正通过网络系统实时传输到店外电子屏;前台,店主打开APP,用AI工具分析昨日“小份菜”销量数据,精准调整当日采购清单……这一日常场景,折射出当下餐饮业聚焦品质与效率的转型。

当前,我国餐饮业正经历从规模扩张向高质量发展的关键转型。与此同时,餐馆数量持续激增,供需关系快速从“供不应求”转向“供过于求”,同质化竞争加剧,部分商家陷入低价困境,如何跳出短期营销依赖、实现长效经营,成为行业共同面临的课题。

在此背景下,“品质”逐渐取代“低价”成为行业破局的核心,食品安全、服务升级、效率优化共同构成餐饮品质生态的基石,推动行业从“靠流量”向“靠实力”转变。

“消费趋势开始转向,餐饮行业进入超级性价比时代。”美团核心本地商业CEO王莆中在近日举办的第八届餐饮产业大会上表示,顾客对超级性价比的需求,正在重塑餐饮业,性价比需要商家发挥结构性成本优势,实现全方位经营水平提升。

在构建品质生态的过程中,业界各方积极行动,形成协同发力的良好态势。从供给侧创新入手,通过店型优化、模式升级、技术赋能实现降本增效,成为共识。

不少餐饮品牌探索“小而精”的卫星店模式,适配社区、商圈等不同场景,缩短回本周期;在渠道创新上,拼好饭等模式帮助商家订单增长30%、运营成本降低20%,实现规模与利润的平衡。

会上,美团还宣布餐饮商家“繁盛计划”再次升级,推出四方面举措,追加28亿元帮

商家守住利润、健康发展,具体包括:追加20亿元助力金;3亿元支持店型模式创新,5亿元推动“明厨亮灶”新基建;推出市井烟火榜、升级商家评价评分体系;免费开放全场景AI经营工具等举措,助力百万好店生意长红。

美团还发布最新推出的餐饮商家AI决策工具——袋鼠参谋,该产品目前已向行业所有商家免费开放。

专家认为,从优化评价体系到推动AI赋能,从创新服务模式到坚守食品安全,行业企业持续探索构建品质生态环境。随着各方持续发力,餐饮行业正逐步迈向以品质为核心的健康发展新阶段,不仅为消费者带来更优质的用餐体验,也为商家实现长效经营提供坚实支撑,推动整个行业在高质量发展道路上稳步前行。

来源:人民网



田鹏

将心仪已久的冰箱加入购物车,半小时后刷新页面,发现产品价格居然涨了200元;向同事吐槽这种“瞬时调价”的离谱时,对方随手掏出手机查询同款,显示的购买价格竟比笔者低出50元……“双11”购物节期间,这种“不同时不同价”的套路、“不同人不同价”的区别对待,让这场本该普惠大众的消费福利打了折扣,也让消费者的信任度悄然下滑。

乱象背后,是技术算法滥用、商业策略跑偏与监管衔接滞后的多重失衡。

从技术层面看,一方面,电商平台会通过抓取用户数据,将消费者精准划分为不同价格敏感度群体。消费能力强、复购率高的用户往往被标注为“溢价接受者”,在相同商品上支付更高价格。这种隐性的算法歧视,正是“不同人不同价”乱象的核心症结。

另一方面,电商平台普遍采用动态定价系统,即通过API(应用程序编程接口)实时抓取数据,运用机器学习模型动态调整价格。这种算法的调整频率可达分钟级,导致价格频繁跳动,成为“不同时不同价”的元凶。

尽管监管层面已明确亮剑,如今年4月份北京市市场监管局发布的《关于规范网络销售、直播带货领域不合理经营行为的若干措施》中就明确,通过算法实施的大数据“杀熟”行为,列为重点治理的违法违规类别。但从实践效果看,平台常以“新老用户权益差异”“会员等级不同”为由规避监管,导致执法中对是否构成“杀熟”的判定难度加大。

从商业策略上来看,“双11”的价格体系本质上是多层优惠叠加的数学游戏。平台通过满减、优惠券、定金膨胀等“组合拳”,人为制造价格迷雾。而预售机制的设计缺陷,进一步加剧了价格乱象。部分商家设置“预售期高价、现货期低价”的差异化定价策略,消费者支付定金后常发现实际优惠低于预期,商家却以“市场价格正常浮动”为由拒绝降价。

消费是经济增长的重要引擎,而消费信心是市场繁荣的基石。要让消费潜力充分释放,需从监管、平台、企业三方发力,构建透明可预期的消费环境。

监管层面需强化精准治理,通过大数据实现价格波动实时预警与证据固定,对价格欺诈、大数据杀熟等行为“零容忍”,同时加快完善监管规则,明确动态定价边界与“同等交易条件”判定标准,让监管有章可循。

来源:证券日报

打造新业态 业界探索体育消费新场景



悬空桥等设施填补了室内高端探险业态空白,虫世界科普馆通过千余种标本展陈实现自然教育普及,VR安全实训基地则让应急知识学习更具实效。

业内人士分析指出,作为国企转型项目,既响应了扩大体育供给的政策要求,也通过“运动+文化+趣味”的活动设计,将政

策红利转化为群众可得消费实惠。

从苏超联赛带动的全域消费,到恒探界的新业态探索,体育消费新场景的价值不断凸显。未来,随着公共资源向体育活动进一步开放,数字化赋能持续深化,更多融合业态将加速涌现,激活万亿级体育消费市场。

来源:人民网

攀岩墙上,青少年们系着安全绳奋力向上攀爬,加油声此起彼伏;隔壁VR体验区里,市民正通过仿真设备学习灾害避险技巧,在沉浸式互动中掌握自救知识……如今,融合探险、科普与娱乐的多元业态,印证了体育消费新业态的蓬勃发展。

政策东风为体育消费新场景培育提供了坚实支撑。《关于释放体育消费潜力进一步推进体育产业高质量发展的意见》明确提出,到2030年体育产业总规模要超过7万亿元,并鼓励打造沉浸式体育消费场景,推动体育与多业态融合。

当前,体育消费市场的核心需求正在发生变化,随着生活水平提升,群众已从“看体育”转向“玩体育”,对高品质、多元化的体育体验需求日益旺盛,单一运动场景早已难以满足消费升级诉求。

在政策指引下,体育产业正加速突破传统边界,形成多领域融合发展的新格局。数字技术成为场景创新的重要引擎,从服贸会上备受关注的虚拟现实体育设备,到能实现运动数据分析的智能系统,“体育+科技”的融合模式不断催生新商机。与此同时,“体育+科普”“体育+文旅”等跨界形态持续涌现,为产业发展注入新活力。

以近日开业的恒探界综合体验中心为例,这个占地4.3万平方米的综合体,以“探险+科普+娱乐”为核心,构建起“消费-教育-产业”的闭环生态。12米攀岩墙、飞拉达

以旧换新政策持续激发居民消费潜力

从家电到汽车,从数码产品到绿色建材,多地在扩大补贴范围、优化流程环节、强化金融支持等方面不断创新举措,持续激活消费潜能。

国研新经济研究院副院长朱克力在接受《证券日报》记者采访时表示,以旧换新政策为消费增长和相关行业带来多方面积极影响。从消费端看,补贴降低了居民购买新品的门槛,特别是家电、汽车等耐用消费品,价格优势促使消费者提前换购或升级产品。从行业端看,政策效应沿产业链传导,推动零部件制造、物流回收等环节同步扩容,带动了就业和投资增长。

据国家统计局数据,前三季度,最终消费支出对经济增长贡献率达53.5%,比上年全年提升9.0个百分点。

中信证券首席经济学家明明对《证券日报》记者表示,今年以来各地区各部门深入实施消费品以旧换新政策,对稳定消费增长发挥了关键作用。

“去年全年社会消费品零售总额同比增长35%,今年前三季度达到4.5%,政策拉动效应十分显著。今年以旧换新政策扩围至数码产品,有效带动了通讯器材零售高增长。”明明表示。

今年,国家发展改革委同财政部,分四批向地方下达了3000亿元超长期特别国债资金支持消费品以旧换新加力扩围,以“真金白银”助力居民消费需求释放。

朱克力表示,从长远看,需构建市场主导、政策辅助的长效机制。例如,可探索将补贴与碳积分、绿色消费认证结合,建立多层次激励体系。同时,要强化回收体系建设,推动形成良性循环。

对于如何进一步提升政策效能,中央财经大学副教授刘春生对《证券日报》记者表示,一方面要增强居民收入预期和消费信贷支持,稳定消费信心;另一方面,要进一步完善产品更新、回收体系及金融配套,提升企业参与积极性。

朱克力认为,以旧换新政策实施应更加注重结构优化,将资源向绿色智能等重点领域倾斜。通过强化部门协同和市场联动,消费增长的内生动力将更强、更可持续。

“总体来看,前三季度消费市场稳中有进,结构优化趋势明显。随着年末消费旺季到来,消费品以旧换新政策将继续发挥积极作用,为全年经济稳增长提供有力支撑。”刘春生表示。

来源:证券日报



“最近趁着国补和节假日活动,给家里换了一台扫地机器人。”家住北京的李女士告诉《证券日报》记者,享受“国补+门店补贴+旧品抵扣”优惠后,大约省了1700元。

这是今年以来我国加力扩围实施消费品以旧换新政策,持续促消费、惠民生的缩影。国家统计局最新数据显示,今年前三季度,以旧换新政策涉及的限额以上单位家用电器和音像器材类、文化办公用品类、家具类、通讯器材类商品零售额均保持两位数增长;此外,截至9月10日,今年全国汽车以旧换新申请量已突破830万份,相当于每天有超过3万人申请换新车。



平台应打破算法“黑箱”,公示定价依据与优惠规则,落实合规管理体系并设立专门机构审核价格策略,同时推广在线纠纷解决与先行赔付机制,简化价保流程。

企业则需摒弃价格套路,建立稳定价格体系,将精力聚焦于提升产品质量与服务体验,通过真实优惠和品质保障赢得信任。

当“双11”的价格回归透明真实,当消费者不再为标价虚高而纠结,当每一笔消费都能获得稳定的价值预期,消费市场才能真正焕发活力,为经济增长注入持久动力。毕竟,真正的消费狂欢,从来都不是价格游戏的胜利。