

谁给了餐饮企业报复性涨价的底气？

观点
提要

为什么海底捞敢于明目张胆地涨价？原因其实很简单，那就是很多友商品牌支撑不下去，倒闭了。新的品牌一时起不来，在市场上占据绝对优势的海底捞这个时候不涨价，以后就别想有机会了。其实海底捞的这次涨价，很像一些网购平台的杀熟，真正受影响的是喜欢吃海底捞的人群。毕竟，人家在服务上好好呵护了你，自然可以在价格上轻轻“殴打”你。

大众报业集团十大名牌专栏
诗评画议

继洋说事

王继洋

据《北京商报》报道，4月6日，在消费者发微博称海底捞菜品涨价后，关于餐饮品牌复工后的成本现状与定价选择，成为关注的焦点。记者近期走访看到，除海底捞外，喜茶、新元素、火炉火等恢复堂食的门店内座无虚席，甚至出现等位现象。对于菜品涨价现象，部分餐企表示门店运营成本提升，是复工后涨价的主因。

以海底捞领衔的部分餐饮行业在疫情过后报复性涨价，着实有些意外。毕竟，从相关媒体的调查来看，最近一段时间，蔬菜价格普遍比去年便宜，鸡蛋、奶制品更是频频降价。在社会整体消费力有所下滑的情况下，母鸡不能暂停下蛋，奶牛也没法暂停产奶。所以市场的实情，证明海底捞方面所谓的“成本上升”只是借口罢了。而且这已经是海底捞半年内第二次涨价了，由于2019年冬肉类价格上涨，海底捞也对翻台率

高的热门地区进行过价格调整，上涨幅度3%到5%。

那么，为什么“海底捞们”要逆市涨价呢？很大程度上是因为运营成本占了大头，而且他们很可能也是要找回疫情失去的利润。中国烹饪协会最新发布的一份报告显示，今年春节期间93%的餐饮企业选择关闭门店。以海底捞为例，他们闭店46天，据中信建投的研报判断，海底捞2020年营收因此损失约50.4亿元，归母净利润损失约5.8亿元。

那么，会不会有更多的餐饮企业跟进涨价呢？其实也不好说。但不少餐饮企业面对的残酷市场现实，就是涨价可能是找死，不涨价则是等死。说到底，涨价与否，是餐饮业的市场行为，用网友的话说，“海底捞有涨价的权利，不吃是你们的选择”。这话说得其实很在理。餐饮业的报复性涨价，也许会让越来越多的人选择回家吃饭，或者带饭上班，等到那个时候，“海底捞们”自然会放下身段了。

那么，为什么海底捞敢于明目张胆地涨价？原因其实

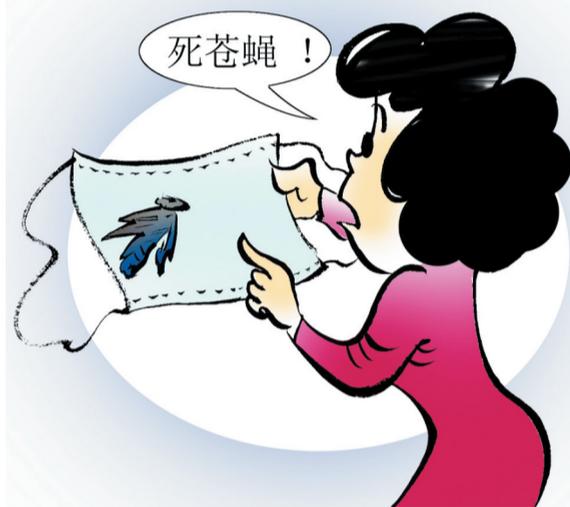
很简单，那就是很多友商品牌支撑不下去，倒闭了。新的品牌一时起不来，在市场上占据绝对优势的海底捞这个时候不涨价，以后就别想有机会了。其实海底捞的这次涨价，很像一些网购平台的杀熟，真正受影响的是喜欢吃海底捞的人群。毕竟，人家在服务上好好呵护了你，自然可以在价格上轻轻“殴打”你。

所以，对于餐饮行业的所谓报复性涨价不妨理性对待。恢复市场业态，各有各的条件，各有各的高招，各有各的策略。只要企业的定价在自主定价权范畴内，且企业在经营过程中依法履行了明码标价、告知等义务，保障了消费者的知情权、自主选择权、公平交易权等权利，不管企业选择涨价、降价还是平价，都应该得到尊重，都应该得到正视，都应该得到市场检验的机会和空间。

说到底，餐饮企业调价是市场的事，具体产生什么样的影响和结果，都应该由市场说了算——适当涨价可以接受，但是如果你涨价了我们就不要吃你家了。

口罩虽小可防病，网购发现有苍蝇。
粗制滥造当严惩，岂可谋财又害命？

绘画 陶小莫 配诗 王继洋



近日，一女子爆料自己网购的口罩上粘有苍蝇等黑色污渍。电商平台采购商鲁先生称，口罩是在河南滑县奥康卫材公司采购的，当时采购了35万个，发现问题后被召回了1.3万个。当地市监局回应称已立案调查，正在协商中。据4月8日中新网

邮箱: czmg668@126.com

来稿请注明联系方式，稿件一经采用，稿酬从优。

广交会网上举办 稳外贸有戏

观点
提要

广交会网上举办既为应对当下疫情影响，也具有为未来探路的价值。办了60多年、100多届的广交会，一直是传统型商品交易会，虽然线下广交会仍有多种优势，但如今已进入互联网时代，传统展会与互联网结合无疑是一种趋势。广交会此次在网上举办，对于广交会转型、完善服务具有探索意义，未来广交会有望线上线下同办。

丰收

4月7日召开的国务院常务会议，推出增设跨境电子商务综合试验区，支持加工贸易等系列举措，积极应对疫情影响，努力稳住外贸外资基本盘。会议决定，第127届广交会于6月中下旬在网上举办。这将是新中国历史最为悠久的贸易盛会首次完全以网络形式举办。

广交会全称是中国进出口商品交易会，由于层次高、规模大、种类全、采购商多、效果好，被誉为“中国第一展”，是观察中国外贸的“晴雨表”和“风向标”。去年春季广交会出口成交额近2000亿元。今年受海外疫情影响，全球人流、物流受到前所未有的物理阻遏，据海关统计，今年前2个月我国外贸进出口4.12万亿元，下降9.6%。从企业角度看，不少外贸企业订单下降明显，有的甚至下降90%。所以，“稳外贸”比较紧迫，既需要出口型企业优化产品结构灵活应对，也需要广交会这样的平台支撑外贸。

“稳外贸”不仅对中国经

济、企业、就业等十分重要，对其他国家的产业、企业、消费者同样如此。虽然疫情阻遏了外贸流通的物理通道，但无法阻遏外贸供需两端的需求。在线下广交会无法举办的情况下，广交会及时移至网上，既避免了疫情影响，又满足了供需两端需求；既降低了参展商、采购商参与成本，又对中国外贸和全球市场起到稳压器效果。

也就是说，广交会网上举办，“稳外贸”有戏了。这不仅是因为网上广交会可以贡献成交额，也是因为此举会给国内外客商带来更多信心。再加上新设46个跨境电商综合试验区，支持企业共建共享海外仓等举措，可以把疫情对外贸的冲击降到最低，“稳外贸”的预期目标更有希望实现。所以我们应为“稳外贸”措施点赞并对此充满信心。

广交会网上举办既为应对当下疫情影响，也具有为未来探路的价值。办了60多年、100多届的广交会，一直是传统型商品交易会，虽

然说线下广交会仍有多种优势，但如今已进入互联网时代，传统展会与互联网结合无疑是一种趋势。广交会此次在网上举办，对于广交会转型、完善服务具有探索意义，未来广交会有望线上线下同办。

据报道，今年北京多个展会将首次网上举办，浙江义乌多个线上展会已经开展。可见，越来越多的传统展会、交易会都在探索网上举办，这既是现实选择，也是为未来探路。任何传统展会网上举办都会面临不少考验，如何才能把参展商、采购商引导至网上，怎样才能更好地服务中外客商，尤其是如何确保网上展会的质量和信誉，值得思考。

成功举办网上展会需要全方位保障，这既需要听取参展商、采购商的意见，恐怕也需要更多“李佳琦”式带货网红的支持。如果每个网上展馆或展厅都有擅长讲解的网红导购，当能引起更多国内外客商关注，网上展会将会更加红火。

共同战“疫”

【工作场所篇】

勤通风 常清洁
戴口罩 少聚集
手勤洗 别大意

特别提示:

积极配合工作场所疫情防控各项要求，如有发热、乏力、干咳等症状，应及时报告并就医。

中宣部宣教局、国家卫生健康委宣传司 指导
中国健康教育中心 制作