

部分高档酒店开始亏损

市商务局调查显示,公务型餐饮企业收入普遍下降,经营困难

□记者 孙芳芳 报道
qlwbsff@vip.163.com

本报3月13日讯 节俭风劲刮,餐饮业犹如遭遇寒流,尤其是公务型高档酒店经营困难,整体销售下滑较大。记者从市商务局了解到,今年1月份,烟台市限额以上餐饮企业营业收入同比增长1.4%,增幅较上年同期下降22个百分点,部分高档酒店甚至在亏本经营。有一家餐饮企业的日保本收入为23万元,现在日收入仅为14.9万元。

“每天的销售额比之前下降

三成以上,主要就是高档食材以及白酒消费减少了。”莱山一家高档海鲜酒店的事务经理叫苦不迭,他介绍,营业额上不去,酒店正在想方设法搞促销等优惠活动来增加人气。“包桌的标准降了很多,一个家庭聚餐差不多两三百元就能搞定,跟小饭店一样实惠。”

近日,烟台市商务局对烟台餐饮行业经营情况调查发现,由于受严格控制公务消费影响,个别餐饮企业公务、商务接待下降超过50%,营业收入普遍比去年同期下降20%左右,一些企业下

降幅度超过30%。

市商务局调查结果显示,目前部分高档酒店处于亏本经营状态。莱山区迎宾路一家高档酒店日保本经营收入为4.7万元,而现在日收入仅3.3万元;市区一家连锁餐饮公司日保本经营收入23万元,现在日收入仅14.9万元;莱山一家海鲜酒店日保本经营收入9.7万元,现在日收入仅5.6万元;开发区一家高档酒店日保本经营收入4.7万元,现在日收入仅2.1万元,大中型公务型餐饮企业经营面临困难。

调查显示,仅有20%左右的

企业认为当前形势对企业经营没有影响,近80%的企业受到波及。其中,41.2%的企业客流没变化,但客单消费在降低,更有38.2%的企业客流和消费都在降低。

大多数餐饮企业对2013年的市场状况不太乐观,约30%的企业认为增长速度将下滑到10%以下,32.4%的企业认为将维持2012年的水平,另有约30%的企业认为有待观察,仅有8%左右的企业认为,行业将以超过15%的速度继续快速增长,而这部分企业几乎都是快餐企业。

烟台2月CPI 同比上涨2.4%

食品类消费成主要推手

□通讯员 宫连杰
□记者 秦雪丽 报道

本报3月13日讯 从国家统计局烟台调查队获悉,2月份,烟台市居民消费价格同比上涨2.4%,涨幅比1月份扩大1.5个百分点,是自2012年5月份以来涨幅最高的月份,但与去年同期涨幅相比,回落了0.7个百分点。食品价格继续上涨,是拉动居民消费价格总水平上涨的主要因素。2月份食品类价格同比上涨5.6%,比1月份涨幅高出4.4个百分点,拉动居民消费价格总水平上涨1.74个百分点,占居民消费价格总涨幅的72.5%,是拉动居民消费价格上涨的决定性因素。但与去年同期涨幅相比,回落了2.0个百分点。

烟台菜价连续 4个月上涨

2月环比上涨15%

□通讯员 柳进岭
□记者 秦雪丽 报道

本报3月13日讯 2013年2月份,烟台鲜菜价格承接上月价格上涨趋势继续上涨,这是烟台鲜菜价格自2012年11月份以来第4个月呈现上涨特点,调查的25种鲜菜品种中,有21种鲜菜价格上涨,13种鲜菜价格环比涨幅回落。2月份鲜菜价格涨幅回落。2013年2月份,烟台鲜菜价格环比上涨15.0%,比上月回落5.8个百分点;同比上涨11.6%,比上年同期回落1.2个百分点。调查的25种鲜菜品种有21种鲜菜价格上涨,占全部调查品种的84.0%。



一家酒店内,厨师正在点菜区备菜。记者 孙芳芳 摄

发会员卡、入驻团购网…… 高档酒店自降身价 掉头瞄准大众消费

□本报记者 孙芳芳

节俭风劲刮,很多高档酒店吃不消。很多高档酒店开始发力大众消费,以发放会员卡、入驻团购网等各种方式来增加人气。

一家高档海鲜酒楼的事务经理介绍,为增加人气,拉动消费,酒店推出了会员卡,持卡消费不光打折,还能返券。“之前根本不会搞这么多活动,简直就是自降身价。”

除了发放会员卡增加人气,一些高档酒店也开始推出团购活动发力大众消费。

“现在团购网站上的美食档次越来越高了,很多大酒店也开始团购了。”烟台本地的团购达人小林,是个地道道的“吃货”,哪里有口味正宗、风味独特的美食,从来都逃不过她的眼睛。通过团购网站订餐,价格要比店里点菜便宜

不少,所以各大团购网站就成了小林经常挖掘美食的地方。最近,小林发现,中心大酒店、东方海天、巴江水、碧海饭店等一些比较高档的酒店也推出了团购活动——以前通常都是一些家常风味的中低档酒店在做团购。

在窝窝团烟台站上,俏江南、巴江水、喜来登等也都推出了团购订单。窝窝团一位杨姓经理介绍,越来越多的高档酒店开始青睐团购网站,并且逐渐成为一种趋势,有一些高档酒店甚至主动找到网站合作。

“现在各个酒店都在想方设法放下架子。”烟台市烹饪餐饮行业协会常务副秘书长荣风光认为,危机面前,高档酒店首先要从意识上改变,放下架子,然后转变经营方式,发力大众消费。“高档酒店的上述变化,正是转型的一个表现。”

详解理财投资风险,细分5类家庭25套理财方案

华夏银行帮老百姓做“理财达人”

在当今“你不理财,财不理你”的全民理财时代,老百姓如何打理好手中的钱、找到最合适自己的理财产品,成为每个人、每个家庭日益重要的必修课。华夏银行以3·15消费者权益日为契机,推出了10万册《做个银行理财达人》理财知识手册,一方面以漫画等方式深入浅出地介绍理财知识,提示投资风险,另一方面细分5类家庭,提供了25套理财方案。据悉,该《理财手册》在华夏银行全国范围内网点统一摆放,供广大客户查阅使用,因内容生动、知识全面、提示贴心受到了客户的广泛欢迎,大家争相收藏。

华夏银行负责人介绍手册撰写和发放初衷时说:“授人以鱼,不如授人以渔”,借老百姓一双“慧眼”,真正让他们做个“理财达人”,他们就能自己权衡投资理财的风险与收益,让自己手里的钱得到保值增值。”

学知识辨风险 看图练“内功”

理财产品有哪些类型?哪些产品最安全?哪些产品收益最高?什么样的理财产品是银行自己的?在银行买的基金、保险、信托赔了,银行管赔吗?……老百姓关于理财产品的问题也有“十万个为什么”。

针对理财生活中常见的疑问,《理财手册》采用了漫画、图表、假象与真相“辨析”等方式解读,深入浅出地让老百姓看懂、学会。例如,针对理财产品的类型,手册用漫画解释了“银行买的”和

“银行出品”的区别;针对如何看“银行理财产品说明书”,手册总结了五大窍门;针对理财风险,手册除了解析信用、市场等六大风险,还提供了“顺口溜”式的五大对策——“认准人、找对门、开专户、会查账、留凭证”。

“菜单式”25套方案 教您“慧眼识财”

为了让客户可以轻松找到适合自己的理财产品类型,《理财手册》根据投资者的年龄、收入、家庭结构等因素,将所有家庭分成单身男女、二人世界、三口之家,事业有成、颐享天年5种类型,每一类家庭再根据风险承受能力进一步细分为谨慎型、稳健型、平衡型、进取型、激进型5种,共划分出25种投资类型,基本覆盖了绝大多数投资者的真实情况。

同时,针对每一种类型,华

夏银行的“龙盈理财”团队都提供了相应的资产配置方案和推荐产品,共“量身定制”了25套理财方案。“客户如果要寻找合适的理财产品,可以在这本手册的25个菜单中匹配和选择,这可以使投资者在投资前更了解自己的定位,也避免了理财经理随意推荐产品和老百姓自行把握的不确定性。”华夏银行理财经理说。

据悉,这10万册《理财手册》在华夏银行全国近500个营业网点统一摆放,供广大客户查阅使用。这是该行践行企业社会责任,全面加强投资者理财风险教育的重要举措。正如该行所秉承的投资理念:“在产品的设计上,我们不是一味地追求高收益,纯粹的比拼价格,只会将理财业务带人一个误区。我们更多的是关注不同价格和期限下,产品风险的匹配问题。我们强调的是安全、稳健、可持续的回报。”

相关链接 华夏银行推出 一站式“龙盈理财”

华夏银行于2012年1月10日推出的个人理财品牌“龙盈理财”,定位于“大众理财”,传递“以服务大众为己任”的理念,为投资者提供一站式的金融服务。“龙盈理财”整合了目前华夏银行所有的个人产品和服务,包括华夏银行自主研发的稳盈、增盈、创盈、慧盈系列理财产品;代销的基金、券商集合理财、保险等产品;个人住房贷款“安居”、个人经营性贷款和个体工商户贷款“乐业”、一般消费型贷款“易生活”等业务;ETC卡、丽人卡、商旅卡、贵宾卡、金融IC卡,以及代发工资、第三方存管、代理黄金交易等服务。《理财手册》中25套不同的理财方案是“龙盈理财”品牌的部分服务。