

企
竞
中
心
每
日
资
讯

2022年6月7日

星期二

第1665期/共1665期

【参考信息】

上海市人力资源和社会保障局 上海市财政局 上海市商务委员会 上海市教育委员会 上海市交通委员会 上海市文化和旅游局关于给予本市相关用人单位就业补贴应对疫情稳岗保就业的通知……………p2

4个月开超1500家店,疫情都挡不住连锁咖啡品牌们扩张的心……………p6

多地水泥价格持续下滑 企业静待下半年需求企稳……………p10

企业文化不是一层不变的,而是要随社会大环境变化和企业发展不断创新和变革。目前我国政治、经济和社会环境与过去相比,都发生了明显而深刻的变化,企业发展面临着诸多新机遇、新挑战和新任务,这都要求企业要高效开展企业文化创新和变革,保持企业文化先进性和引领性。

客 观 冷 静 中 性 实 证

上海企业竞争力研究中心

地 址: 上海浦东浦电路489号由由燕乔大厦409-411室

电 话: 021-51313680 4000092877

传 真: 021-51313688 邮编: 200122

E-mail: info@shecs.org

【参考信息】

上海市人力资源和社会保障局 上海市财政局 上海市商务委员会 上海市教育委员会 上海市交通委员会 上海市文化和旅游局关于给予本市相关用人单位就业补贴应对疫情稳岗保就业的通知

沪人社规〔2022〕18号

各区人力资源和社会保障局、财政局、商务委、交通主管部门、文化和旅游局，市就业促进中心，各高等学校：

为积极应对疫情影响，进一步贯彻落实党中央、国务院和市委、市政府关于助企纾困稳就业的决策部署，支持企业稳定岗位，促进重点群体就业，根据《国务院办公厅关于进一步做好高校毕业生等青年就业创业工作的通知》（国办发〔2022〕13号）、《上海市人民政府关于印发〈上海市加快经济恢复和重振行动方案〉的通知》（沪府规〔2022〕5号）相关要求，经市政府同意，现就给予本市相关用人单位就业补贴应对疫情影响稳岗保就业有关事项通知如下：

一、对受疫情影响较大的困难行业企业给予稳就业补贴

（一）补贴对象范围

餐饮、零售、旅游（指旅行社及相关服务、游览景区管理两类）、交通运输、文体娱乐、住宿、会展七类受疫情影响较大行业中2022年1月1日之前成立并按规定缴纳社会保险的本市企业。企业2021年裁员率应不高于2021年度全国城镇调查失业率控制目标。

（二）补贴标准

按照企业申请时的上月应缴城镇职工社会保险人数计算，标准为600元/人。每户企业补贴上限为300万元，限申请一次。

（三）资金渠道

由企业注册地所在区从市级财政转移支付各区的中央就业补助资金和各区就业补助资金中统筹安排。

（四）申请审核

1. 符合条件的企业应在2022年12月31日前（含2022年12月31日）向企业注册地所在区人力资源和社会保障局提出补贴申请（申请表见附件）。逾期未提出申请的，视作自动放弃。

2. 区人力资源和社会保障局审核企业申请条件时，应以企业参保登记时自行申报的行业类型为依据。现有信息无法满足划分行业类型需要的，应由区行业主管部门出具意见。

3. 区人力资源和社会保障局于收到企业申请后15个工作日内完成审核并将申请材料报送区财政局，区财政局于10个工作日内将补贴资金核拨至企业社会保险缴费账户或企业指定的银行账户。

二、对吸纳重点群体就业的用人单位给予一次性吸纳就业补贴

（一）补贴对象范围

自 2022 年 3 月 1 日至 12 月 31 日期间，吸纳在本市登记失业 3 个月及以上人员或本市 2022 届高校毕业生就业，并签订 1 年及以上劳动合同，按规定缴纳社会保险的本市企业、社会组织和个体工商户等用人单位。

（二）补贴标准

补贴标准为 2000 元/人，吸纳同一名失业人员或高校毕业生只能享受一次就业补贴。

（三）资金渠道

由单位注册地所在区从市级财政转移支付各区的中央就业补助资金和各区就业补助资金中统筹安排。

（四）申请审核

对符合条件的用人单位实行“免申即享”方式发放补贴，区人力资源社会保障局于每月 10 日前通过系统比对就业参保信息，形成符合条件的补贴单位名单，于 5 个工作日内完成审核并报送区财政局，区财政局于 10 个工作日内将补贴资金核拨至补贴单位社会保险缴费账户。

三、工作要求

（一）各区人力资源社会保障局应根据本通知要求制定补贴操作办法并会同区行业主管部门做好申请审核工作；各区财政局应做好资金保障并确保补贴资金及时发放；市就业促进中心应做好业务指导和经办管理工作。各部门要加强协调配合，实现各环节有效对接，提高工作效率，确保政策落到实处、发挥实效。

（二）各部门要通过多种渠道加大政策宣传力度，告知企业申请渠道及补贴办法，做好企业申请享受补贴的指导工作。

（三）各区应通过适当方式对发放补贴情况向社会进行公示，并加强对补贴资金的管理和监督，防止弄虚作假、欺骗冒领行为。对有骗取补贴行为的单位和个人，要严肃查处；情节严重、构成犯罪的，依法移送司法机关追究有关单位和人员的法律责任。

四、其他

（一）本通知中裁员率的计算，按照《关于实施失业保险援企稳岗“护航行动”的通知》（沪人社规〔2018〕20 号）相关规定执行。

（二）相关行业企业 2021 年裁员率情况以及本市高校 2022 届毕业生名单，由市人力资源社会保障局、市教委、市就业促进中心统计汇总后提供各区人力资源社会保障局。

（三）专门承担公益性岗位安置职能的用人单位不属于本通知的补贴对象范围。各劳务派遣公司应遵循公平、诚信原则，与劳务派遣用工单位协商使用补贴资金。

（四）各区可参照本通知规定，对其他受疫情影响较大的用人单位和重点群体制订稳就业补贴政策。对象范围由各区结合实际确定，所需补贴资金由各区财政统筹安排。

(五) 本通知自 2022 年 6 月 1 日起施行, 有效期至 2022 年 12 月 31 日。《关于给予本市相关企业就业补贴应对疫情影响稳定就业岗位的通知》(沪人社就(2020)87 号)同时废止。

上海市人力资源和社会保障局

上海市财政局

上海市商务委员会

上海市教育委员会

上海市交通委员会

上海市文化和旅游局

2022 年 6 月 1 日

附件

困难行业企业稳就业补贴申请表

企业基本信息	企业名称			
	统一社会信用代码			
	上月参加本市城镇 职工社会保险人数			
	所属类别	<input type="checkbox"/> 1. 餐饮业 <input type="checkbox"/> 2. 零售业 <input type="checkbox"/> 3. 旅游业 <input type="checkbox"/> 4. 交通运输业 <input type="checkbox"/> 5. 文体娱乐业 <input type="checkbox"/> 6. 住宿业 <input type="checkbox"/> 7. 会展业		
	联系人		联系电话	
企业账户	开户银行			

(补贴发放账户)	账号	
<p>本单位承诺所提交的申请材料真实有效，已充分了解并清楚知晓《关于给予本市相关用人单位就业补贴应对疫情稳岗保就业的通知》的有关规定；如有虚报、冒领、重复申领补贴的情形，本单位将退回补贴资金，并承担相应的法律责任。</p> <p>经办人（签字）：</p> <p>承诺单位（企业公章）_____年___月___日</p>		
<p>区人力资源 社会保障局 审核意见</p>	<p>经审核确认，该企业符合补贴申请条件，上月参加本市城镇职工社会保险人数为_____人。</p> <p>拟同意核发补贴资金人民币_____元。</p> <p>经办人：_____年___月___日</p>	
	<p>负责人：_____（单位公章）_____年___月___日</p>	

【参考信息】

4 个月开超 1500 家店，疫情都挡不住连锁咖啡品牌们扩张的心



前四个月，连锁咖啡品牌们“杀”疯了。

2022 年 1-4 月，国内主要的 17 家连锁咖啡品牌共开新店 1545 家，门店存量达到 16840 家。17 家咖啡品牌在 2022 年 1-2 月新开门店数量为 834 家。3-4 月，这些咖啡品牌们新开门店数量减少为 711 家，虽然相比 1-2 月略有减少，但在疫情的影响下，咖啡品牌门店势头不可小觑。

而且，咖啡赛道的火热程度不止如此，除了这些专注于咖啡领域的品牌外，中国邮政、李宁、唐久便利店等不少企业也宣布开始跨界卖咖啡。

01 瑞幸稳居榜首

2022 年 1-4 月，瑞幸新开门店达 824 家，位居榜首，主要开店城市为北京、上海。其中，3-4 月新开门店为 435 家，相比 1-2 月的 389 家，增长幅度为 11.82%。

位居其后的为星巴克，同期新开门店数量为 177 家，主要分布在浙江、广东。值得注意的是，不止新开店数量，截至当前，瑞幸咖啡的总门店数量也超过星巴克，为 6521 家，成为国内咖啡赛道的新“榜首”。

新开门店数量位居第三的 Nowwa 挪瓦咖啡，在同期新开店达到 130 家，与瑞幸相比相距甚远，但较星巴克相差并不算太大。值得一提的是，Nowwa 挪瓦咖啡在 3-4 月的开店数量为 81，相较于 1-2 月的 49 家增长幅度高达 165.3%。

在 2022 年前四个月内，新开店数量超过 100 家的品牌，仅为以上三家。而西西弗矢量咖啡、太平洋咖啡、漫咖啡、Peet's Coffee 皮爷咖啡在同期新开店数量仅为个位数。Double Win Coffee 甚至无一家新开门店。

回到瑞幸咖啡上，5 月 24 日，瑞幸发布了 2022 年第一季度财报。财报数据显示，瑞幸在 2022 年第一季度实现营收 24.046 亿元，同比增长 89.5%。净利润方面，瑞幸在今年一季度转亏为盈，营业净利润为 1610 万元，而 2021 年同期营业亏损 3.64 亿元。

从门店方面来看，数据显示，在 2022 年一季度，瑞幸门店数量扩张至 6580 家，其中自营门店数量为 4675 家。另外，净新开门店为 556 家，其中多数为联营门店。

值得一提的是，瑞幸在一季度的快速扩张，为其业绩增长提供了不少动力。瑞幸在财报中表示，一季度净收入的增长主要是因为产品销售数量的增加、门店面积增加、每月交易客户数量的增加及产品的平均销售价格提高所推动。

但尽管如此，在今年疫情的反复侵袭下，瑞幸同大多数企业一样也面临着经营上的压力。2022 年一季度中，瑞幸逐渐增加临时门店关闭，其中，3 月份所受影响最大，平均每天关闭约 700 家门店。财报中表示，发展至 4 月，因上海疫情影响，导致其平均每日门店关闭数进一步增加。

总体来讲，瑞幸今年一季度业绩的好转，表明出了其发展势头的向好。但与此同时，疫情的反复又给瑞幸带来了一定程度的经营压力，而至于今年此后时间的发展趋势，在诸多因素影响下仍不明朗。

02 星巴克退居老二

星巴克，终于被“后浪”拍在沙滩上。

星巴克在 2022 年前四个月，新开门店 177 家，主要分布在浙江、广东地区。截至 4 月底，星巴克在中国区域拥有门店数量为 6128 家。就此来看，星巴克在新开店数量、总店数量两方面均落后于瑞幸，退居为咖啡赛道“老二”。不仅如此，在开店速度上，星巴克也落后于瑞幸和 Nowwa 挪瓦咖啡。具体来讲，星巴克在 1-2 月开店数量为 120，3-4 月仅为 57 家，下滑幅度达到 52.5%。

而排名第三的 Nowwa 挪瓦咖啡，虽然扩店速度在增加，但在同期拥有门店数量仅为 1009 家，远远落后于星巴克。或许，在未来的很长一段时间里，咖啡赛道中竞争最为激烈仍是星巴克和瑞幸。

在今年前几个月的发展中，星巴克的风评一直不好。2 月，星巴克被曝驱赶在其门店附近吃饭的民警；3 月，星巴克被网友爆出在咖啡中喝出活蟑螂；4 月，据新浪科技报道，北京一网友反映在星巴克外卖拿铁中喝出咖啡机零件。另外，伴随着涨价争议，星巴克一度被行业人士唱衰。

另外，在业绩上，星巴克也没有出色的表现。5 月 4 日，星巴克发布了 2022 财年第二季度（截至 4 月 3 日）财报。单从中国区域来看，财报数据指出，从去年第三季度起至今，星巴克中国约三分之一门店仍临时关闭或仅提供专星送和啡快业务。大部分营业门店也需执行严格安全标准，对客流及运营产生影响。因此，中国市场净收入下降 14%。受同店交易量下降 20% 及平均客单价下降 4% 的影响，中国同店销售额下降 23%。

门店扩展方面，财报中表示，星巴克在 2022 财年第二季度净新开门店仅 97 家。相比瑞幸的净开店 556 家相差甚远。

至于其他品牌，Nowwa 挪瓦咖啡自 2019 年成立，在仅 3 年左右的时间里便将门店扩张至超 1000 家。在运营方面，Nowwa 挪瓦咖啡更看重线上销售，有数据表明其线上外卖渠道的收入占比超过 75%，轻资产运营是该品牌的特色之一，目前已入驻饿了么、美团等线上平台。

另外，幸运咖、Manner 咖啡、COSTA COFFEE、太平洋咖啡等几家咖啡品牌门店数量在 400 上下，相差不算太大。门店数量最少的为 Double Win Coffee，仅为 32 家，门店主要分布在华东地区。

03 上海、北京为咖啡新店聚集地

在 2022 年前四个月中，17 家连锁咖啡品牌主要在上海、北京落地的品牌分别有 8 家、7 家。其次，主要在浙江、广东、和江苏三地落户的分别有 4 家、3 家、3 家。另外，其余品牌新开门店集中在武汉、天津、山东、成都等地。和 1-2 月相比，上海和北京地区仍为咖啡品牌新开门店最多的地区。

截至 2021 年 11 月，大众点评平台上收录上海咖啡门店共 7200 家。2021 年新开门店数达 951 家，同比增长 41.5%。相比于伦敦 3233 家、东京 3826 家、纽约 1591 家，单从咖啡门店来讲，上海称得上是“断层 C 位”。

究其原因，一方面是因为上海作为海派文化的摇篮，商业发达、文化包容性强，吸引了不少咖啡品牌们首先落户。比如，今年 2 月份，被称为“咖啡界 apple”的 Blue Bottle Coffee 蓝瓶咖啡在进入中国内地市场后，便将第一家门店开在上海。

另一方面，上海市的咖啡文化繁荣，消费习惯也是关键所在。艾媒咨询 CEO 张毅在接受中国新闻周刊采访时曾表示，“上海是改革开放的窗口，曾经众多的外资企业员工以及侨居在上海的外国人，也引领了咖啡消费的潮流。”除上海市外，北京也受到了咖啡品牌的青睐，有数据显示，目前北京区域拥有超 4000 家咖啡店。

事实上，除了北京、上海两大城市外，也有一些咖啡品牌另辟蹊径，积极探索其他城市的可能性，比如，幸运咖和不眠海。

公开资料显示，目前幸运咖旗下的门店主要集中在河南省的新乡、泰安，而这一选址与其总部位置、自身定位有很大关系。据悉，幸运咖是由蜜雪冰城总经理张红甫带领创建，品牌总部位于河南省。在品牌定位上，幸运咖继承了蜜雪冰城的“便宜”属性，主打低价咖啡。据悉，最便宜的一杯手捣冰柠咖也仅 5 元。

除在价格上追求差异化外，便利蜂旗下的不眠海咖啡则在运营上追求不同。公开资料显示，不眠海咖啡自 2021 年上市，目前主要分布在北京、天津两地。在运营上，不眠海采取的是“店中店”模式，即在便利蜂门店内，设置咖啡台，价格大多在 10—20 元之间。以此类模式运营的，还有唐久便利店在今年 5 月份推出的独立子品牌“样咖啡”，亦是在便利店门店基础上，增加“咖啡”业务。据悉，样咖啡目前已在 200 多家西安门店开售，预计 6 月份将在西安地区的 300+家门店全面上市。

另外，从目前咖啡品牌的门店分布来看，大多品牌喜欢在华东地区布局。据壹览商业不完全统计，这 17 家连锁咖啡品牌中，有 15 家连锁咖啡品牌在华东地区广泛布局，尤其是上海。其次，华南、华北地区位居第二。再次，则是西南地区、华中地区、港澳台地区。

04 咖啡新风向

不得不说，近两年来咖啡赛道发展势头着实迅猛。艾媒资讯数据显示，2020年中国咖啡市场规模为3000亿元，到2025年有望突破万亿元，总体呈持续扩大趋势。但与此同时，各品牌之间的竞争程度也越来越激烈。品牌们除了在产品上打造差异化外，也愈发开始贴切消费者的生活习惯。

比如，在露营热的当下，星巴克正先后在全国多个城市开出“移动咖啡车”，以快闪的形式运营。据悉，此前在深圳万象天地、福田咖啡生活节开出的咖啡车分别以车站、露营为概念，在现场搭建了候车亭、天幕。

瑞幸则是在产品方面追求差异化，数据显示，在2021年度，瑞幸上新的新品数量达到113款。另外，瑞幸在营销上也没有落下，今年4月份，瑞幸和椰树牌椰汁的联名产品“椰云拿铁”迅速走红，上线仅一周就售出了超过495万杯。

至于其他品牌，2022年初，200+新店齐开的Manner曾推出过自带杯免费喝咖啡的活动；代数学家咖啡在售卖传统意式咖啡和手冲咖啡的同时，还推出了以咖啡为基础，加入酸奶、咖啡花蜂蜜等多种元素的潮流风味咖啡饮品。

从跨界咖啡赛达的情况来看，今年以来有不少企业宣布跨界咖啡领域。比如，天津狗不理、邮政、李宁、唐久便利店等。

今年2月14日，全国第一家中国邮政直营咖啡店Post Coffee在厦门正式营业，5月15日，邮政的第二家咖啡门店仍旧在厦门开业。

至于李宁和唐久便利店，则是选择在原有门店中增加咖啡业务。天眼查APP显示，5月初，李宁体育（上海）有限公司申请注册“宁咖啡 NING COFFEE”商标，目前该商标状态还在等待实质审查中；5月21日，唐久便利店则宣布“样咖啡”作为独立子品牌正式对外发布。

【参考信息】

多地水泥价格持续下滑 企业静待下半年需求企稳



稳住经济大盘，一系列政策在发力。在低谷徘徊的水泥行业嗅到了复苏的信号。不过在此之前，水泥企业仍然要经历阵痛。

上周全国水泥市场价格 472 元/吨，环比下滑 9 元/吨，价格回落地区主要在华北、华东和中南。最新全国水泥价格指数（CEMPI）报收 156.6 点，环比下跌 2.71%；长江流域水泥价格指数（YRCMPI）报收 147.41 点，环比下跌 4.85%。目前水泥企业库存较高，库满逼停企业生产的现象不在少数。

多地下调水泥价格

4、5 月份本是传统的水泥旺季，但是受疫情等多种因素影响，涨价窗口已经错过。3 月中旬，随着上海防控措施升级，长三角水泥需求呈现断崖式下跌。中国水泥网数据显示，4 月份上海市场几乎停摆，当月水泥产量仅 1.52 万吨，同比下滑 96.23%。沿江多个省份受到影响，江苏同比下滑 35.06%，浙皖两省也有大幅下降。

长三角是非常重要的水泥销售市场，牵一发而动全身。以武汉为例，当地部分水泥没法外销到长三角之后，只能挤压内销空间，尽管采取了错峰停产等措施，企业库存仍然保持高位。伴随上海全面有序复工复产，水泥行业前期压制的部分需求会得到释放。但是，6、7 月份又将迎来下游施工淡季，雨季、农忙、中高考等因素都会对施工产生影响，需求拉动作用需要慢慢显现。

目前来看，进入 6 月初，下游需求表现仍然显得有些疲软。天风证券指出，企业出货量维持在 6-7 成水平，部分地区企业为增加出货量，竞争开始加剧，价格出现大幅回落。前期价格能够维持更多依

靠于各大主导企业的维护，但在此过程中，销量损失也十分明显。进入淡季后，部分地区大企业为维护自身市场份额，价格或将出现阶段性探底走势。

进入6月，华东多地下调水泥价格，合肥、安庆、芜湖等地累计降幅接近110元/吨。浙江的杭州、嘉兴等地下调水泥价格30元/吨，5月以来的累计降幅达到80元/吨。此外，湖北、河南、湖南等地，相继有企业下调水泥价格20-50元/吨。

面对市场对于价格下滑的担忧，水泥产品价格一般随市场周期性波动及淡旺季影响浮动，各区域差异也较大。需求方面，阶段性来看基建产业链、建材产品需求刚性而稳定，复工复产对水泥产品阶段性需求会有较快恢复。

寻求新的产业增长极

市场的担忧是，一季度业绩已经承压的水泥企业，能否在二季度寻找到突破？数据显示，今年一季度，水泥行业上市公司的净利同比减少16.95%。以水泥龙头海螺水泥（600585.SH）为例，今年一季度实现营业收入、净利润分别为254.62亿元、49.25亿元，同比分别下降26.07%、15.21%。不仅双双下降，且今年一季度的净利润明显不及2019年同期。

对于二季度表现，市场普遍持谨慎态度。陈柏林认为，从施工进度、需求量来看，下游房地产行业对水泥的拉动作用尚需观察。虽然基建预期较好，但是受部分地区物资、人员管控等影响，目前的市场发展还没有达到年初预期。

由于价格回落和销量疲软，二季度水泥公司盈利同比降幅或进一步扩大，整个行业有望在四季度旺季迎来供需格局改善。天风证券则更为乐观一些，认为三季度表现值得期待，受煤价影响同比减亏、去年销量低基数等影响，业绩恢复弹性较大。

值得注意的是，水泥企业一直在“困境”中进行产业升级的转型探索。6月2日晚间，海螺水泥发布公告，公司计划通过在二级市场上增持等方式取得港股公司海螺环保控制权。海螺水泥称，通过本次收购，布局水泥主业相关的新兴产业，打造新的产业增长极和利润增长点。

海螺环保主营业务涉及水泥窑协同处置工业固废及危废、飞灰水洗、油泥处置等。目前，海螺环保是我国最大的水泥窑废物处置服务供应商，2021年营收达16.98亿元，净利润6.47亿元。光大证券分析称，海螺环保主营业务是与海螺水泥主业具有高度协同效应的新兴产业。

更早些的5月30日，华新水泥（600801.SH）罕见地“反向”操作，在A、H股同步公告，拟以自有资金10亿元投资入股黄石市国有资产经营有限公司（下称“黄石市国资公司”），投资后持有黄石市国资公司5.2173%股权。华新水泥表示，黄石市国资公司在绿色矿山投资、砂石集并中心、清洁能源、高新技术产业投资等业务发展上具有丰富的经验及良好的业绩表现，与公司产业发展方向契合。

此外，水泥企业依然热衷于在砂石骨料等产业链进行延伸。据中国水泥网水泥大数据研究院不完全统计，2022年至今，国内砂石骨料拟建项目近百个，合计产能预计将超过3亿吨/年。建筑类、砂石类和水泥类企业争相布局砂石业务，其中水泥企业拟建产能占比预计达到30%左右。

想要了解更多资讯，请关注上海企业竞争力研究中心公众微信：

