商会信息

第8期(总第516期)

中国商业联合会办公室编 2020年4月15日

本 期 目 录

疫情防控 专辑（六）

部委工作

商务部办公厅 国家发展改革委办公厅 国家卫生

健康委办公厅关于支持商贸流通企业复工营业

的通知…………………………………………………………（2）

商会动态

国资委领导充分肯定中商联系统疫情防控工作听

取行业复工复产情况汇报……………………………………（10）

中国商业联合会关于在疫情防控中恢复消费升级

消费的政策建议………………………………………………（12）

母婴产业分会联合中国儿童少年基金会携母婴品

牌为妇幼保健系统捐献物资…………………………………（18）

协会动态

中国烹饪协会助力团餐企业校企联合举办线上招

聘会……………………………………………………………（19）

地方商会

武汉商业总会 武汉连锁经营协会发出保障民生商

品供应倡议书……………………………………………… （20）

信息传真

3月份居民消费价格同比上涨4.3%……………………………（23）

部 委 工 作

商务部办公厅 国家发展改革委办公厅 国家卫生健康委办公厅关于支持商贸流通企业复工营业的通知

为深入贯彻习近平总书记关于统筹做好疫情防控和经济社会发展工作的重要指示精神，毫不放松抓紧抓实抓细各项防控工作，精准有序扎实地推动商贸流通行业复工营业，实现人财物有序流动、产供销有机衔接、内外贸有效贯通，把被抑制、被冻结的消费重新释放出来，把在疫情防控中催生的新型消费、升级消费培育壮大起来，使实物消费和服务消费得到回补，把疫情造成的损失降到最低限度，增强消费对经济增长的基础性作用。3月19日，商务部办公厅、国家发改委办公厅、国家卫健委办公厅就支持商贸流通企业复工营业有关事项通知如下：

**一、总体要求**  
  按照国务院应对新冠肺炎联防联控机制提出的疫情防控要分区分级、精准施策原则，各地要以省域为单位，推动经济社会秩序恢复。在此基础上，根据民生必需、人员集聚、空间密闭程度等划分商贸流通企业和网点类别，稳妥推进复工营业，统筹做好疫情防控和经济社会发展工作。  
   **二、精准划分企业和网点类别**

商贸流通企业和网点主要包括批发、零售、住宿、餐饮、家政、洗染、沐浴、美容美发、家电维修、人像摄影、配送、拍卖等行业的企业和网点。划分为以下类别：  
  **（一）第一类。**主要指保障人民群众生活必需商品和服务的企业和网点，包括农产品批发市场、菜市场、超市、药店、便利店、加油站和社区粮油、蔬菜、水果、食品店以及餐饮（不含堂食）、家政（仅限专业保洁和消毒）、洗染（仅限公用纺织品洗染消毒）、家电维修、配送等服务企业和网点。  
  **（二）第二类。**主要指涉及人民群众日常生活所需商品和服务的企业和网点，包括宾馆、餐饮、理发店、洗衣店、步行街、商场、商业综合体以及家政、人像摄影等服务企业和网点。  
  **（三）第三类。**主要指非人民群众生活必需、人员相对集聚、空间相对密闭的企业和网点，由各地政府根据实际情况确定。

**三、实施分区分级分类精准防控**

**（一）关于第一类企业和网点。**各地政府要指导督促此类企业和网点在严格落实防控措施的前提下全面复工营业。对尚未开业的企业和网点，要为其复工营业提供条件，加快复工营业的进度。  
  **（二）关于第二类企业和网点。**所辖县区均为低风险的省份，要全面复工营业，不得采取审批、备案等方式延缓开工。除湖北、北京以外，对省内仍有中风险县区的省份，各地政府要做好精准防控，有序推动复工营业。  
  **（三）关于第三类企业和网点。**所辖县区均为低风险的省份，要全面复工营业。除湖北、北京以外，对省内仍有中风险县区的省份，此类企业和网点应根据各地方疫情防控职能部门要求决定复工营业时间。  
  **（四）动态调整管控措施。**各地复工营业标准应根据疫情风险级别动态调整。如风险级别下调，可有序、分步扩大复工营业企业和网点范围；如风险级别上调，应科学、精准界定停业的企业和网点范围。  
  **（五）落实企业主体责任。**企业要按照有关规定认真做好各项防控措施，复工营业前要做到责任机制建立到位、防控方案制定到位、员工信息摸排到位、联动防控机制到位、防控物资准备到位、安全生产保障到位；复工营业后落实强化消费者安全管控、强化健康申报和体温监测、强化科学佩戴防护用品、强化场所消毒、强化健康教育、强化通风换气、强化交叉感染风险防控、强化饮食安全等要求。  
   **四、优化公共管理和服务**  
**（一）排除复工营业干扰。**各地要依法依规开展疫情防控工作，不得擅自设置超越疫情防控规定的复工营业条件；对发现的防控隐患，要指导企业迅速整改，及时做好防疫知识的普及和复工营业防疫物资保障等工作；杜绝简单化“一关了之”、“一停了之”的一刀切做法；低风险地区之间的人员和货物流动，必要的健康证明要做到全国互认，不得再设置障碍，不对人员采取隔离措施。  
   **（二）建立诉求响应机制。**各地商务、发展改革、卫生健康部门要依托互联网、电话热线等，积极搭建企业诉求响应平台，密切配合财政、税务、人力资源和社会保障、银保监等部门，及时发布、解释疫情防控期间出台的支持政策措施，认真听取企业在复工营业中遇到的困难和有关诉求，帮助企业依法有序复工营业。  
  **（三）简化办事流程。**在疫情防控期间，各地商务主管部门要对报废机动车回收拆解企业资质认定、成品油零售经营资格许可、拍卖业务许可等事项实行“不见面审批”服务。通过网上办理、快递邮寄、自助服务终端等方式办理业务，建立支持资金审核绿色通道，为企业提供安全便捷的政务服务。

**（四）帮助员工返岗。**各地商务主管部门要会同相关部门通过组织“点对点、一站式”直达运输等方式帮助企业员工返岗。鼓励和引导有条件的住宿企业按照当地政府的统一安排，为外地员工提供返岗前的隔离服务。鼓励运用“健康码”等移动互联网、大数据技术，通过信息共享和信息互认，实现流动人口健康信息管理。对贫困劳动力返岗复工要优先帮助，有条件的地方可给予路费、伙食费、隔离费用等补贴性支持。  
  **（五）支持采取灵活用工政策。**各地商务主管部门要引导暂时无法完全正常营业的餐饮、住宿、家政等企业与员工紧缺的零售、快递、配送等企业，通过“短期用工共享”等模式，解决劳动力短期供需不平衡问题；鼓励灵活制订员工借调、小时工等用工制度，满足特殊时期的用工需求。

**五、促进行业规范运营**

**（一）指导实施运营指南。**商务部针对疫情防控，组织推动并汇总整理了相关行业中介组织制订的零售、餐饮、住宿、洗染、家政、家电维修、人像摄影、美容美发、洗浴等行业疫情期间企业运营指南（可通过商务部网站服贸司子站http://fms.mofcom.gov.cn和“家政信用查”手机客户端下载），从人员管控、经营场所管理、服务流程、物资储备等方面做了较为全面的规范。各地商务主管部门要认真贯彻上述指南类规范，督促企业参照做好疫情防控期间的运营，以提振人民群众安全消费信心。

**（二）倡导文明健康消费理念。**各地商务主管部门要指导批发、零售、餐饮、住宿、配送等行业推广节约、环保、放心、健康理念，杜绝非法售卖、烹饪、食用野生动物行为，发起分餐和使用公勺公筷双筷倡议，通过不断加强自身标准化建设和提高安全健康管理能力来重塑消费信心。   
   **（三）发挥行业中介组织作用。**各地商务主管部门要充分发挥行业中介组织在沟通、协调、促进、自律等方面的作用，使其成为政府与企业之间沟通的桥梁。

**六、扩大传统消费**  
**（一）完善消费基础设施。**加快步行街改造提升，适时推出一批全国示范步行街，启动第二批步行街改造提升试点，优化营商和消费环境，改善消费者购物休闲体验，打造消费升级载体。发展便利店和菜市场，优化便利店网点、菜市场布局，推动品牌连锁便利店发展，充分发挥经营灵活、贴近社区居民的优势，满足居民生活必需品需求，打造“一刻钟便民生活服务圈”。打造城乡便民消费服务中心，推进餐饮、家政、生鲜菜店、便利店、理发、洗衣、代收代缴等生活服务集聚化、便利化发展，满足城乡居民日常生活服务需求。推动新型城镇化发展，加快重点县城农贸市场、配送投递、冷链物流等公共服务设施建设。  
  **（二）稳定实物消费。**稳住汽车消费，各地商务主管部门要积极推动出台新车购置补贴、汽车“以旧换新”补贴、取消皮卡进城限制、促进二手车便利交易等措施，组织开展汽车促销活动，实施汽车限购措施地区的商务主管部门要积极推动优化汽车限购措施，稳定和扩大汽车消费。保障农产品供应，指导农产品批发市场、菜市场等农产品流通企业有序复工营业；加大与相关部门的协调力度，推动农产品流通企业加强产销对接，完善物流配送和网点服务，在继续做好农产品市场保供的同时，促进农产品流通和销售。促进境外消费回流，配合财政部完善免税店政策，做好新增免税品经营资质企业等工作，推动境外消费回流，进一步激发国内消费活力。  
  **（三）恢复服务消费。**振兴餐饮住宿消费，在全国范围内遴选若干知名度高、普及度广、地方政府重视的著名菜系，提升地方餐饮节展赛事，在疫情结束后组织举办“中国味道”系列餐饮服务推介活动，扩大参与范围和规模，提高影响力。鼓励国际国内餐饮、住宿服务评价机构为企业提供评价服务，引导消费者选择高品质特色餐饮、住宿服务。发展社区生活服务消费，开展社区生活服务业发展试点，在管理制度、发展模式、服务载体等方面进行大胆探索，形成一批可复制可推广的经验和模式，引导全国社区生活服务业实现高质量发展。  
  **（四）促进老字号品牌消费。**深入实施中华老字号保护发展工程，建立老字号动态管理机制，培育一批文化特色浓、品牌信誉高、市场竞争力强的中华老字号，适时举办线上线下同步的“老字号嘉年华”，提高老字号品牌影响力，满足“国潮”消费新需求。  
  **七、培育壮大新型消费**  
**（一）推动线上线下融合发展。**充分发挥电商平台企业在应急保障供应中的积极作用，鼓励其与超市、便利店、社区商业中心、商务楼宇和小区物业等合作，不断创新销售模式，提供集约化配送。推广定点收寄、定点投递、预约送餐等方式。鼓励有条件的企业研发线上产品，拓展线上销售，采用“社区团购+集中配送”“中央厨房+线下配送”“无接触配送”“餐饮+零售”等新发展模式进行经营。引导企业在做好疫情防控的前提下积极下沉社区，满足社区团购需求。  
  **（二）推动数字化转型。**支持中小商贸流通企业数字化转型。引导其上云和向线上拓展，通过互联网开展商品销售和服务提供，大力发展电子商务、无人零售、智能超市等。鼓励电商平台企业充分发挥信息汇集、资源调配、异地协同、远程服务等方面的优势，与平台商户共度 难关，多元化满足居民生活服务需要，拓展发展空间。进一步推进“双品网购节”提质扩容。引导电商企业以数据为依托，精准匹配网络消费新需求，大力发展个性化订制、柔性化生产，打造“小而美”网络品牌。高标准吸纳更多商品交易电商平台，推出更多智能化、品质化、绿色化产品。新增服务交易电商平台，加快推广生活服务一体化消费，形成电商促进消费升级的长效机制。提升农产品电商化水平。进一步扩大农产品“三品一标”认证帮扶企业覆盖面，组织电商扶贫联盟成员对接帮扶已获得“三品一标”认证的首批企业，提升农产品电商化水平，推动贫困地区品牌推介洽谈活动落地实施，助力脱贫攻坚。

**（三）完善物流体系。**优化末端配送。推动明确园区、社区、办公楼宇等地智能自助提货柜、末端取货网点的公益属性，允许其继续运营，并为快递员开展业务提供便利。在保证食品安全、不影响交通的前提下，有条件的地方可允许企业采取“店铺外摆”、“露天市场”等方式进行销售。强化电商与快递物流联动。指导电商企业与快递物流企业加强业务联动，推广库存前置、智能分仓、仓配一体化等服务，提高供应链协同效率。推动物流体系创新。商贸流通领域供应链体系建设试点地区的商务主管部门要指导试点企业强化生活必需品供应链协同作用，加强物流配送中心开放共享，推广应用标准托盘、周转箱等单元化物流器具，提高物流配送效率，保障生活必需品及时供应。

各地商务、发展改革、卫生健康部门要以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，增强“四个意识”，坚定“四个自信”，做到“两个维护”，全面贯彻落实党中央、国务院决策部署，紧紧围绕打赢疫情防控的人民战争、总体战、阻击战的目标，勇于担当、迎难而上，积极支持商贸流通企业复工营业，努力把疫情影响降到最低，保持商务健康发展、经济平稳运行、社会和谐稳定。  
 （商务部办公厅） 商 会 动 态

国资委领导充分肯定中商联系统疫情防控工作

听取行业复工复产情况汇报

3月24日，国务院国资委党委委员、副主任赵爱明同志到北京东四办公区对直管协会进行调研，看望行业协会职工，听取疫情防控工作和行业复工复产情况汇报。国资委协会党建局肖宗辉局长、李春梅副局长陪同，中国商业联合会会党委书记、会长、中商联疫情防控工作领导小组组长姜明，党委副书记、常务副会长王民，党委常委、副会长傅龙成和中国钢铁工业协会主要负责同志一同出席调研座谈会并向国资委领导进行了汇报。

赵爱明副主任听取汇报后讲话指出，充分肯定行业协会主动作为，主动担当，发挥主观能动性，在前期疫情防控中所做的大量工作，发挥了很好的联系纽带作用，开展的许多活动受到社会关注，反映的各自行业情况、所提政策建议，得到中央领导同志肯定，充分体现了直管协会党委的政治站位、主体责任和“四个意识”。赵副主任代表国资委主任、党委书记郝鹏同志看望慰问大家，对直管协会及系统各单位广大党员和领导干部表示亲切问候！

赵爱明副主任要求在前一个时期所做工作基础上，进一步认证学习领会贯彻习近平总书记重要指示精神，重点做好推动企业复工复产方面工作。稳就业的前提是稳企业，要加大这方面工作力度，围绕各自行业复工复产进展、存在问题、工作建议，进一步调查研究，建言献策。中商联要对流通领域和商贸服务企业当前复工复产复业复市方面的困难，结合上下游及相关问题，深入分析，分专题提出对策和工作建议，由国资委转报党中央国务院及有关部委。

赵爱明副主任要求协会系统各单位巩固前一个时期疫情防控工作成果，毫不放松防控各项管理措施和工作力度，切身做好自身疫情防控工作，确保全系统各单位和广大职工绝对不出现问题，不发生感染事件，这是当前和今后一个时期做好一切工作的基础和前提；要通过这次疫情防控实现协会系统党建工作新的提升，认真履行党建工作主体责任、第一责任人职责，发挥直管协会党委和各级党组织的政治核心作用，按照《行业协会2020年党建工作要点》切实加强各级党组织的建设，提升党建工作质量；行业协会各级党组织要在疫情防控和今后各项工作中将政治建设摆在首位，坚持政治信仰，坚定政治方向，推动行业协会党组织的作用组织化、制度化、具体化，落实好中央巡视整改工作责任和各项任务完成。

姜明会长表示，感谢国资委领导对行业协会及系统各单位广大党员、职工的高度肯定和亲切问候，要将领导的关心和慰问及时传达下去，并就商贸服务业当前复工复产中突出问题，分专题进行深入调研，评估已经出台的扶持政策，提出深化完善、具有可操作性的建议上报国资委。 （办公室）

中国商业联合会关于在疫情防控中恢复消费升级

消费的政策建议

3月4日，中央政治局常委会议指出，要把复工复产与扩大内需结合起来，把被抑制、被冻结的消费释放出来，把在疫情防控中催生的新型消费、升级消费培育壮大起来，使实物消费和服务消费得到回补。中央应对疫情领导小组和国务院常务会议对恢复消费、升级消费工作做出相应部署。为落实党中央国务院决策部署，中国商业联合会组织宏观经济和商贸流通领域40多位专家学者，以网络和书面等各种形式进行研讨交流，对会员单位和商协会组织、研究机构进行专题调研，征求意见。现就新冠肺炎疫情对我国消费的影响，全年消费品市场形势预估，疫情防控中如何恢复消费、升级消费的政策建议等内容，提出如下建议：

**一、疫情对消费和商贸服务业的影响**

突发而至的新冠肺炎疫情，给我国经济社会各方面带来极大冲击。商贸服务业首当其冲，零售、餐饮及生活服务各业态，损失惨重。据初步统计，2000多家购物中心停业，4000多家购物中心缩短营业时间。餐饮业聚集性堂食消费基本停业，至2月份全国仍有87%的餐饮企业处于停业状态。住宿、洗浴、洗染、美发美容、人像摄影等各类居民生活服务业，均为人与人近距离以至密切接触的业态，门店纷纷关张，业务停顿，营业收入断崖式下降，员工待业。而停业之际，企业仍要承担员工工资、社保缴费、门店租金、各种税费以及库存商品、食品原材料过期损失等项支出，现金流收不抵支以至完全中断，企业生存状况堪忧。

目前，疫情突发期已经过去，防控取得阶段性胜利，即将全面战胜疫情，经济社会步入正轨，全国大部分地区商贸服务业并没有全面复工复产，门店开业恢复经营总体不及半数。消费品市场运行状况和社会消费品零售总额，餐饮住宿业营业额等指标与上年同期相比，下降幅度巨大。预估2020年1、2月社会消费品零售总额下降30%左右，百货业、购物中心等下降幅度更大，餐饮业营业收入将下降50%以上。

**二、2020年消费品市场发展趋势预测及消费行为分析**

市场是经济发展的晴雨表，商业是观察社会的窗口。分析疫情对市场的趋势和影响，主要取决于疫情防控的进展。对疫情趋势的研判，一般有乐观、中性和不乐观三种分析。目前，全国来讲疫情高峰已经过去，防疫取得阶段性胜利。对疫情前景可以持比较乐观的分析，一季度全国大部分地区疫情得到控制，除了境外输入性病例需要严格把控以外，在内防扩散的同时，国内不再发生聚集性感染，部分地区部分企业开工复产；二季度及以后疫情完全得到控制，各行业各地区全面走上正轨。

基于这种情况分析，疫情对商贸服务业的直接影响基本消除，最终消费会有一个恢复性反弹。具体到市场和商品经营上，个人护理、化妆品、母婴、服装鞋帽、家用电器、金银珠宝以及健康除菌型用品等百货类商品，还有部分家居用品销售，预计上半年会有一个明显回升。但礼品、家具及床上用品很难得到补偿和恢复。餐饮、美发美容、洗浴、洗染、人像摄影等生活服务业，也会弥补疫情期间停顿和减少的消费。尤其是餐饮业，随着疫情解除，各种形式、各种层次的聚会、交往、纪念庆祝活动促生各种集中消费，使得餐饮业出现一个较大幅度的反弹性增长。随着疫情防控进展，人们解除隔离，恢复正常生活后，会催生绿色、健康食品，有机、进口食品，生鲜食品、优质农产品、除菌保健用品、智能电器、各类生活家居、厨房用器等类商品的消费，预测这些商品的市场销售将全面活跃，实现一定增长。

分析疫情对消费与市场的影响，要客观认识到疫情对就业、收入预期、社会心理、消费信心的影响和复杂作用，并且势必影响到一定时期的居民消费和市场态势。疫情过后，无论是商品经销商还是服务提供商，都会随着消费者对商品消费和服务消费需求的变化进行相应调整，促使整个行业的创新、转型和升级。如，线上线下加快融合，全渠道更加受到追捧；商业空间环境布置和设施设备改造提升，更加注重绿色、环保、健康、安全，更加依赖科技进步；业态创新多元与跨界进一步发展，消费者全方位体验，人物、商品、场景更加交融；消费者继续重视实体店的同时，更加注重选择线上渠道和平台；消费支付方式更多转向刷卡、手机银行、微信、支付宝等移动支付方式。

综上分析，此次新冠肺炎疫情对市场的短期冲击巨大，从程度和涉及面来讲，明显大于2003年非典的影响。而疫情过后，各类消费会有一定恢复性增长，同时开发催生出一些新兴消费。预测2020年一季度社会消费品零售总额比上年同期下降20%至30%，二季度实现一定幅度的增长，三、四季度平均实现7.5%的同比增速，2020年全年实现社会消费品零售总额41万亿元左右，与2019年持平。如果各方面情况更理想些，争取实现比上年增长1%或以上的水平。

**三、对恢复消费升级消费的建议**

近年来，在拉动经济增长的“三驾马车”中，最终消费一直稳居首位，是拉动GDP增长的“第一引擎”，2018年最终消费支出对GDP的贡献率76.2%，2019年的贡献率为57.8%。流通产业和商贸服务业是国民经济的基础和先导，在稳预期、稳增长、稳就业、惠民生中起到的作用不可替代。最终战胜疫情，全面复工复产，经济社会全局走上正轨后，商业和消费在恢复消费、促进消费，催生新消费和扩大内需等方面至关重要。目前，影响消费恢复和扩大的因素许多，包括，就业、收入政策和经济结构调整问题影响消费的基础，流通效率的提高、渠道的畅通影响消费的实现，还有，实现有利于扩大消费的政策措施，增强消费信心加快开拓新的消费领域和产品、项目，调整改革不利于扩大消费的政策限制，以及关注弱势群体困难群众的保底消费等。这些问题都需要列上议事日程，及早研究，提出应对和促进之策。

综合广大企业、专家学者、商协会组织的意见，提出以下建议。

（一）实施有利于消费的就业、分配政策，稳定消费预期，夯实消费的基础。尤其要重视因疫情影响企业停工停产，一线职工收入短时间内骤然大幅下降，严重影响生活消费的问题。视疫情防控进程，及时安排劳务输出地区农民工返岗复业。扩大就业，增加广大普通劳动者收入。建议个人所得税扣除基数上调至每月8000元，减轻工薪阶层税负，增加消费能力。

（二）尽快改变开工审批“一刀切”情况，对疫情风险为中低等级的地区商贸企业开工开业开市，一律实行承诺告知制，简化程序，有利于活跃经济社会，恢复消费。

（三）稳定社会预期，提升消费信心。在疫情得到完全控制，防控取得最后胜利后，社会经济生活各方面立即恢复正常走上正轨。党和政府要大力宣传各方面建设成就和经济积极向好的信息，传播正能量，稳预期、稳人心、稳消费、稳市场。党和国家领导人，地方党委政府主要领导同志参加节庆促销活动，主动消费、带头消费，起到示范作用。

（四）适时调整汽车限购限用政策。北京、上海以外全面放开汽车限购，有利于扩大石油等连带商品销售，扩大消费规模。如果全国汽车年销售额实现增长10%，即可以拉动社会消费品零售额增幅近1个百分点。

（五）财政出资，对节能家电和新能源汽车实施以旧换新，绿色环保家居家装、5G手机实行消费补贴，扩大这类新兴、升级类商品的消费。

（六）疫情解除后，增加安排小长假，适当安排一定数额的旅游补贴，让居民出门愉快旅游，丰富生活，提升品质，增加服务性消费。

（七）支持商业企业创新转型服务，服务消费、引导消费、开发新的消费领域。增加新兴、高科技、智能化产品消费，扩大绿色环保、健康安全商品消费。重视科技进步在流通和消费领域的应用推广。扶持流通企业线上线下融合，无接触配送，零售到家，社区生鲜和冷链物流，服务消费升级的需要。

（八）扩大服务消费。2019年我国服务业增加值占GDP比重53.9%，居民服务消费占消费总额比重为45.9%，经济发达地区和特大型城市占比更高。适应居民收入提高，消费升级趋势，家庭劳动社会化、生活品质化要求，加大力度，支持大众化餐饮、经济环保型住宿、洗染、沐浴、美发美容、家政等生活服务业加快发展，扩大消费总规模。

（九）出台针对性较强的扶持流通、促进消费的政策，促进消费顺利实现。如批发零售和生活服务业增值税降低2%，增加进项抵扣，房产税和城镇土地使用税优惠，门店租金减免，降低商业水电气价格水平，安排小微企业贴息低息周转金等。

（十）国家发行特别国债，所筹资金用于对低收入家庭和弱势群体发放消费券（购物券），限定换购米面油肉蛋菜奶及其他生活必需品，既保证了困难群众的基本生活需要，也有利于民生商品销售，起到稳定消费的实际作用。

（办公室）

母婴产业分会联合中国儿童少年

基金会携母婴品牌为妇幼保健系统捐献物资

为落实中央决策部署，抗击疫情，维护人民特别是医务工作者、母婴人群的健康，针对疫情期间相关地区妇幼保健医院及专科医院营养物资、防护物资和专业特需物资缺乏的情况，中国商业联合会母婴产业分会与中国儿童少年基金会联合众多母婴品牌一同开展了“母婴产业，为爱守候”公益项目，向全国七个省市近40家妇幼医院捐赠物资。

在疫情防控特殊时期，儿童和孕产妇是新冠肺炎的易感人群，妇幼保健系统压力十分大。一线工作人员不惧困难、迎难而上,以医者的仁爱之心和使命担当，全力以赴为母婴生命安全保驾护航。“母婴产业，为爱守候”公益项目旨在动员社会力量，关爱受到疫情波及地区的医务人员、孕妇及婴幼儿家庭，特别是针对受疫情影响母乳喂养困难、物资缺乏的医务人员家庭，以保障前线医务人员和母婴人群的生产生活。项目首批计划覆盖山东、河北、山西、天津、安徽、上海、山西7个省市，向40家妇幼保健院及专科医院进行定向、定点物资捐赠。物资包括医务人员防护用品、洗护消毒用品、医务人员护肤品、纸尿裤、孕妈妈奶粉、护手霜等。该项目得到了众多母婴品牌和爱心媒体品木传媒的大力支持。参与捐赠饿企业负纷纷表示，全方位解医者的后顾之忧，她们才能为患者和产妇提供更加温情舒心的服务，为特殊时期人口出生提供坚强有力的医疗健康保障，充分折射出母婴产业的大爱精神。

项目发起后，中商联母婴产业分会充分发挥协会优势，紧急动员各成员单位及爱心企业，筹措妇女儿童日常所需物资。中国少年儿童基金会负责项目管理，同时对捐赠物资的标准提出了要求，一是严审捐方资质证明，二是严控捐赠物资生产日期和保质期，三是捐方必须提供产品质量认证证明或产品合格证。物资确认和交接均由深圳市辣妈帮科技有限公司“守护童年·中国辣妈优生计划”公益项目组统一联络及对接。

截至2020年4月7日18时，项目共接收到7家单位捐赠款物34批次，折合人民币超过258万元。 （母婴产业分会）

协 会 动 态

中国烹饪协会助力团餐企业校企联合

举办线上招聘会

疫情期间为助力团餐企业解决用工难的问题，4月9日举办了由中国烹饪协会指导，中国烹饪协会团餐委员会联合四川旅游学院烹饪学院共同组织的“团餐企业线上‘云’招聘会”。此次线上招聘岗位涉及餐饮管理和烹饪技术两类，包括烹饪与营养、中西面点、西餐工艺等4个专业、40多个岗位近300人的用工需求。

在首先举办的“2020届毕业生——团餐企业专场网络招聘”说明会上，中国烹饪协会特邀执行副会长李亚光介绍了团餐产业现状、疫情下团餐企业面临的挑战和对策建议；四川旅游学院烹饪学院院长李想介绍了学校的综合情况及校企合作成果；团餐企业与应聘学生代表分别发言。会议由四川旅游学院烹饪学院党总支副书记刘思奇主持。

线上招聘会为期一天。四川旅游学院烹饪学院2020届毕业生参加了此次线上应聘活动，千喜鹤、快客利、健坤、蜀王、爱玛客、顺心六家团餐品牌企业参加了网上面试招聘会，这是在疫情防控和复工复产期间中国烹饪协会支持餐饮企业和院校实现合作，共谋发展的一次有益尝试。 （中国烹饪协会）

地 方 商 会

武汉商业总会 武汉连锁经营协会发出保障民生

商品供应倡议书

武汉商业总会、武汉连锁经营协会向会员单位，以及广大商业企业职工发出倡议书，号召大家增强战胜疫情的信心，发扬连续作战精神，做好经营场所疫情防控，排除万难，全力做好民生商品供应，为遏制疫情、打赢疫情阻击战继续努力。

防控疫情阻击战打响以来，武汉市各大商超、广大商业企业干部职工，主动承担社会责任，在疫情面前做到了人员不散，货源不断、管理不松、价格不乱，克服重重困难，边营业边防疫，保证了市民的基本生活需要，有效阻止了病源在卖场传播，是保市场供应的坚强战士。

**倡议书原文：**

新型冠状病毒感染的肺炎疫情发生以来，各会员单位，广大商业企业干部职工认真落实习近平总书记的讲话精神，顾全大局，主动承担社会责任，充分发挥市场主体作用，做到人员不散，货源不断、管理不松、价格不乱，克服重重困难，边营业，边防疫，保证了市民的基本生活需要，有效地阻止了病源在卖场传播，你们是在疫情面前无私无畏，保市场供应主动担责的坚强战士，在此，向你们表示崇高的敬意！

目前，疫情防控进入到了关键时候，党中央、全国各地的关心和支持源源不断，抗击疫情的曙光就在前头，全市各会员企业，特别是连锁超市职工一定要发扬连续作战精神，坚守岗位，顽强拼搏，和全市市民一起，为遏制疫情，打赢疫情阻击战继续努力！为此，我们倡议：

一、再接再厉，增强战胜疫情的信心。面对新型冠状病毒感染肺炎疫情关键时期，严格按照党中央和省市政府的部署和要求，一定要坚信有党中央的英明决策，有全国各地的大力支持，有全市民众的同心协力，这场疫情攻坚战一定会取胜！我们要发扬前段时期的战斗精神，担好社会责任，守好主体阵地，维护好市场秩序，发挥好维护社会稳定的独特作用，为彻底战胜新型冠状病毒感染肺炎疫情不懈努力！

二、排除万难，全力做好市场供应。特殊时期要有特别的精神，所有的经营活动本着对社会，对市民极端负责的态度，克服困难，组织货源，保证食品安全，加强物价管理，维护好经营秩序，采取有力措施，防止囤居商品、哄抬物价事件发生。

三、立足自身，做好经营场所的疫情防控工作。经营场所属于人员集聚区，各卖场要做好疫情防控宣传，采取有力措施，坚持做好卖场消毒工作，把好设施设备、运输车辆和购物车（篮）“消毒关”，严格体温检测制，把好卖场“入口关”，切实防止病毒侵入。

四、以身作则，加强个人疫情防控。超市职工要增强个人疫情防控意识，强化自我保护能力，从自身做起，守护小家，顾全大家，坚持戴口罩、清洗手，不造谣、不信谣、不传谣，发现疫情，及时报告。

疫情就是命令，防控就是责任，坚守就是胜利，在大战疫情的重要时期，武汉商业总会、武汉连锁经营协会再次向在辛勤工作在市场供应一线的全市商业职工表示慰问，并做好你们的坚强后盾，和你们携手为取得这场疫情阻击战决胜贡献力量！

（武汉商业总会、武汉连锁经营协会）

信 息 传 真

3月份居民消费价格同比上涨4.3%

　　2020年3月份，全国居民消费价格同比上涨4.3%。其中，城市上涨4.0%，农村上涨5.3%；食品价格上涨18.3%，非食品价格上涨0.7%；消费品价格上涨6.2%，服务价格上涨1.1%。一季度，全国居民消费价格比去年同期上涨4.9%。

　　3月份，全国居民消费价格环比下降1.2%。其中，城市下降1.2%，农村下降1.3%；食品价格下降3.8%，非食品价格下降0.4%；消费品价格下降1.7%，服务价格下降0.3%。

**一、各类商品及服务价格同比变动情况**

　　3月份，食品烟酒类价格同比上涨13.6%，影响CPI（居民消费价格指数）上涨约4.10个百分点。食品中，畜肉类价格上涨78.0%，影响CPI上涨约3.44个百分点，其中猪肉价格上涨116.4%，影响CPI上涨约2.79个百分点；水产品价格上涨2.8%，影响CPI上涨约0.05个百分点；蛋类价格上涨1.9%，影响CPI上涨约0.01个百分点；鲜果和鲜菜价格分别下降6.1%和0.1%，合计影响CPI下降约0.12个百分点。

　　其他七大类价格同比四涨三降。其中，其他用品和服务、教育文化和娱乐价格分别上涨5.3%和2.5%，医疗保健、生活用品及服务价格分别上涨2.2%和0.3%；交通和通信、衣着、居住价格分别下降3.8%、0.3%和0.1%。

**二、各类商品及服务价格环比变动情况**

　　3月份，食品烟酒类价格环比下降2.7%，影响CPI下降约0.90个百分点。食品中，鲜菜价格下降12.2%，影响CPI下降约0.39个百分点；畜肉类价格下降5.2%，影响CPI下降约0.41个百分点，其中猪肉价格下降6.9%，影响CPI下降约0.36个百分点；蛋类价格下降4.3%，影响CPI下降约0.02个百分点；水产品价格下降3.5%，影响CPI下降约0.07个百分点。

　　其他七大类价格环比两涨五降。其中，其他用品和服务、医疗保健价格分别上涨0.4%和0.2%；交通和通信、居住价格分别下降2.5%和0.3%，衣着、生活用品及服务、教育文化和娱乐价格均下降0.1%。 （国家统计局）

报：国资委，商务部，国家发改委，财政部，工业和信息化部，民

政部社会组织管理局，国资委直管协会。

送：会领导、兼职副会长，各省、市、自治区、计划单列市、副省级城市商业主管部门和商业联合会（协会），本会各理事单位。

发：本会各部门、分支机构、事业单位、代管协会。

联系电话、传真：010—85295021

联 系 人：温照红

本刊邮箱：shxxc@vip.sina.com

商会网址：[www.cgcc.org.cn](http://www.cgcc.org.cn)