

《中国餐饮大数据2021》发布

餐饮企业全年注册不降反升

本报讯 近日,《中国餐饮大数据2021》正式发布。报告显示,尽管2020年因为新冠肺炎疫情影响,餐饮业市场受创严重,但餐饮企业全年注册量不降反升,达236.4万家,同比增长25.5%。

中国烹饪协会会长傅龙成表示,中国餐饮市场连锁化进程不断加快。

报告显示,2018年中国餐饮市场连锁化率为12.8%,2019年增长至13.3%,2020年连锁化率加速提升至15%。对比美国50%的餐饮连锁化率,中国餐饮连锁化仍具有非常广阔的增长空间。

从连锁品牌的不同门店数规模分布来看,百家以内规

模的餐饮连锁门店数占比最高,100家至500家规模的连锁门店数次之,这两个规模区间中的餐饮门店数量占比在2020年都呈现明显增长:分别从2018年的3.8%和4.0%增长至2020年的4.7%和4.4%。除了这两个规模区间外,万店以上规模的餐饮连锁门店数占比从2018年的0.7%增长至2020年的1.4%,3年时间占比翻倍,连锁餐饮正在走向“万店时代”。

“从报告看,近几年快餐、小吃、饮品等多业态陆续涌现万店连锁品牌,这体现了餐饮行业已经进入到规模化、品牌化、标准化的发展新节点。”中国连锁经营协会常务副秘书

长王洪涛表示。

2020年,活跃在一线城市的餐饮品牌加速发力下沉市场,布局三四线城市。以百胜中国控股有限公司为例,将开设大约1000家新店。

值得关注的是,餐饮业线上线下融合发展已成大势所趋,并对供、需两侧都产生重塑性影响。数据显示,2020年5月以来,餐饮整体线上订单量快速恢复到上年同期水平,并在随后的7个月持续增长,至12月实现同比增长107.9%。外卖平台、小程序、餐饮平台与品牌自建订单协同等线上点单方式,进一步打开了餐饮品牌企业数字化发展想象空间,加速向线上转移。

同时,一人食、预制菜、自热食品等新消费需求呈现井喷式增长,推动了餐饮服务向家庭化延伸。比如,2020年3月,海底捞正式推出半成品菜品牌“开饭了”;随后,西贝旗下新零售品牌“贾国龙功夫菜”落户天津开发区,采取线上线下全渠道的方式进行推广。

可以说,对餐饮商户而言,如何拥抱线上线下“双主场”,让服务不再受线下餐馆面积所限,可以面向海量线上客源提供服务,服务范围从周边几百米延伸到几公里、十几公里乃至更大范围,已成为餐饮行业新的命题。

(据《经济日报》)

新消费催生 宠物友好餐厅

本报讯 杨天悦 在三里屯太古里南区三层,意库、意角、墨圈儿、达屋等餐厅的室外就餐区域里,常能见到宠物犬、宠物猫的身影。近日获悉,这几家餐厅都已经将自家门店打造成“宠物友好餐厅”,为携带宠物出门的消费者提供就餐便利。

据意库餐厅工作人员介绍,店里不光会为带宠物前来就餐的消费者提供室外就餐座位,还会为宠物提供水盆、专属小零食,并且在每一次就餐完毕后对桌椅进行消毒杀菌。“希望在照顾好大家的胃的同时,也招呼好大家身边可爱的‘小家伙’。携带宠物到店就餐需要提前电话预约,我们也鼓励顾客全程牵好绳子。”上述工作人员说。

对于不少养宠人士而言,带宠物出门时吃饭总是一大难题。“周末休息时要想带着宠物出门一起玩,吃饭基本上就是去便利店买些零食来凑合。”市民王女士说,自从家里养了只小柯基犬,周末假期出游的活动半径越来越小,频次也越来越低。“最近经朋友推荐知道了还有宠物友好餐厅,真是解决了一个大麻烦。”

随着人们的消费观念不断升级,越来越多宠物友好餐厅也开始出现。大众点评此前发布的《全国宠物友好餐厅口碑报告》显示,北京市的“宠物友好餐厅”数量已经超过1700家。除了允许宠物入内,有些宠物友好餐厅还为宠物提供专属菜单。

老字号餐厅集体 推端午新菜

本报讯 王萍 端午节临近,从北京多家老字号餐饮企业了解到,目前特色粽子热销,同时具有端午节特色的新菜品已上线。

在峨嵋酒家,宫保鸡丁粽子受到消费者热捧。峨嵋酒家总经理张玉明表示,宫保鸡丁粽子每天限量500枚,几乎到下午就会断货。护国寺小吃起源店的牛肉板栗、高粱蜜枣、黄米藜麦等口味的粽子每天销量可以达到上千个。经理王新梅预计,到本周末端午前夕,粽子的销量有望实现目前的3倍。同和居、同春园、鼓楼马凯餐厅等售卖的玉米豆沙、黍米蜜枣、桂花蜜藕、五谷杂粮等口味的粽子目前已基本卖完。

除了粽子,不少老字号名店还推出了粽香菜,同样成为端午节的消费热点。烤肉季推出了粽香煨牛肉、粽香虾球,烤肉宛推出了粽香荔枝虾球、牛腩迷你粽。鸿宾楼今年推出了粽香牛腩、冰梅香粽等新菜,从目前端午节预订情况来看,鸿宾楼新菜订单达到一半以上。

虽然端午小长假只有三天,但各家老字号的包间预订十分火爆。据了解,目前包括同春园、同和居、鼓楼马凯餐厅等的包间基本预订完毕,只有部分散座还可接受预订。

6月8日,全国食品安全宣传周拉开序幕。作为国家层面重点活动之一,由国务院食品安全办指导、中国烹饪协会携手联合利华饮食策划共同主办的“2021 餐饮质量安全提升行动宣贯推广会暨餐饮百强食品安全峰会”在北京举行。国家市场监督管理总局、国家卫生健康委员会等部门领导,中国烹饪协会会长傅龙成,联合利华饮食策划中国区总裁张海涛以及国内百强餐饮企业的代表出席了宣贯推广会。

2021 餐饮质量安全提升 行动宣贯推广会举行

餐饮业恢复势头强劲 市场呈多元化趋势

餐饮业作为在疫情中受到冲击最为严重的领域之一,恢复动力强劲。餐饮行业在逐步恢复发展的过程中更要应对好疫情管理常态化所带来的新要求。会上,与会专家现场解读了最新的餐饮业发展趋势与食品安全的规范要求,并围绕《食品安全量化分级评定规范》等内容,分享后疫情时期餐饮食品安全管理的新特征与应对措施。同时,中国烹饪协会发布了《2020 餐饮业百强企业和五百强门店分析报告》。

此次发布的百强企业名单中,不仅有海底捞、呷哺呷哺、和合谷等知名连锁餐饮企业,也有全聚德、老城隍庙、广州酒家等餐饮老字号,还有湊湊等深受年轻人喜爱的新锐餐饮品牌。随着经济复苏,在餐饮市场越来越活跃的过程中,也呈现出多元化发展的新趋势,这也对其食品安全管理提出了差异化要求。

食品安全建设离不开一线从业者的不断实践。为了更好地分享餐饮企业的成功经验,来自餐饮企业的代表与专业食品安全特级咨询师围绕着“后疫情时代,餐饮食品安全管理的升级”“减少浪费促发展,健康营养筑未来”两个备受关注的热点话题展开了讨论。现场的精彩对话内容也展现出了餐饮企业在助力行业发展方面所做出的努力。

中国烹饪协会会长傅龙成在致辞中指出,“‘餐饮质量安全提升行动宣贯推广会’的召开是落实‘实施食品安全战略,让人民吃得放心’等一系列指示精神,践行餐饮业食品安全工作,满足人民对美好生活需要的重要活动。推进餐饮业食品安全工作,是政府、企业和行业协会的共同责任。在体现‘严’字当头、实行严厉监管的同时,也要树立诚实守信的道德标杆,增强企业主体责任意识,激发高质量发展的内生动力。作为服务于全国餐饮业的行业组织,中国烹饪协会一直努力引导行业尚俭崇信、诚信自律,不断推

动餐饮业质量安全工作可持续发展。”

强化从业人员培训 提升餐饮质量安全

餐饮食品安全是百姓舌尖安全的重要保障,疫情防控让人们对于餐饮食品安全、原材料安全和健康饮食等诸多方面都更为重视。为了落实餐饮服务提供者主体责任、加大规范指导和监督检查、强化社会共治,2020年9月,国家市场监督管理总局发布了《餐饮质量安全提升行动方案》,安排2021年作为“餐饮从业人员培训年”。

政策引导和市场需求双重驱动着餐饮企业在标准化管理、供应链能力、人员管控能力方面全面发力,而在如何推动出品标准化、供应链规模化、管理科学化、后厨透明化等专业领域,餐饮行业从业者亟待掌握更多具体方法与措施。此次宣贯推广会上,联合利华饮食策划作为执行副主任单位,与中国烹饪协会共同发布了《餐饮服务量化分级评审员认证培训

教材》,并正式启动了量化分级评定工作评审员培训工作,成为在未来一段时间深入企业推动餐饮质量安全提升行动的重要措施。

持续专注塑造优势 践行使命促行业发展

作为中国烹饪协会食品安全工作委员会执行副主任单位,联合利华饮食策划凭借对厨师需求的深入洞察以及自身厨房顾问团队所具备的专业优势,持续为餐饮行业从业者提供专业课程与培训服务。

联合利华饮食策划中国区总裁张海涛表示,“我们非常庆幸,在过去的十余年中持续关注餐饮食品安全这一课题,积累了宝贵的知识与经验,成为我们与餐厅携手共同应对食品安全新课题的有利手段。”

在未来,面对餐饮企业逐步清晰、不断升级需求,联合利华饮食策划也将推出不同渠道的专场食品安全培训,助力餐饮质量安全提升和行业可持续发展。

(记者冯文亮)