

第四届西城
时尚美食节开幕

本报综合 近日,第四届西城时尚美食节开幕。作为2021年“北京西单时尚节”的系列活动之一,美食节吸引西城近60家餐饮企业参与,通过“西城消费”平台发起“西城时尚人气美食”的评选,消费者可以点赞助力心仪的时尚人气美食,还可以享受到时尚美食优惠福利。

据悉,“西城消费”是北京市西城区打造的特色促消费平台,截至目前,累计组织开展了25个系列、51轮次、800余场专题活动,累计投放消费券903.2万张,整体撬动区域消费21.62亿元。其中,2021年年内“西城消费”平台直接拉动消费2.17亿元。此次选择“西城消费”平台,使得评选活动的覆盖面更广,活动内容也可以更加直观的展现出来,依靠平台线上宣传,保证西城时尚人气美食评选的顺利进行。

此次西城时尚人气美食评选活动,区域商家参与活跃,目前共57家餐饮企业参与,包括中西文化美食,新潮流老味道,既有新加坡、马来西亚、泰国的经典特色美食,也有实惠亲民的老店,更有网红热门的口碑小店,涵盖西城多个商圈、商业综合体。活动期间,“西城消费”平台发放满减消费券,便于消费者就近就便参与活动。

在美食投票环节,网评点赞日期截至9月24日,经过票选评审后,29日将张榜公布“2021年度西城时尚人气美食”榜单。据了解,“西城消费”平台还开启了此届西单时尚节系列之“造物生活馆”活动,美食之外的更多优惠尽在于此。

北京环球城市大道
打造餐饮品牌新体验

本报讯 作为观众来到北京环球度假区的第一站和必经之地,北京环球城市大道打造了一站式餐饮娱乐中心。北京环球城市大道的店铺包括15家各具特色的餐厅、7家主题零售店铺、1家多功能影院、1家金融服务网点以及多样的零售与餐饮移动售卖车。

置身于酷巧——巧克力商店和美味盛宴厨房,游客可体会浓郁的蒸汽朋克风格,特色金属装置与机械摆件格外醒目,来自世界各地的巧克力糖果和特色中西式菜品让游客赞叹不已。该餐厅是全球环球主题公园范围内规模最大的一家。

首次亮相中国内地的阿甘虾餐厅主打各式鲜虾菜品,游客随处可见电影《阿甘正传》的元素,餐厅门口电影经典画面中的长椅更是成为打卡胜地;皮爷咖啡打造了占地600平方米的亚洲最大规模皮爷咖啡店,游客可在手冲体验区观察咖啡制作过程。

在北京环球城市大道,新店首店和旗舰店云集。三家全新餐饮品牌——蒙牛冰淇淋&牛奶工坊、霓虹街市-东南亚美食、城市大道五杯美食精酿呈现多种创意菜品;城市大道红炉披萨烘焙坊首次在美国之外亮相,游客可品尝地道的意式那不勒斯风情披萨,还能欣赏披萨厨师的传统手工制作技艺。

除了海外品牌入驻,本土品牌以新面孔亮相北京环球城市大道,餐饮连锁品牌外婆家开设北京首家“穿越主题”门店;韩凤楼臻选店专为北京环球城市大道店推出多种创新菜品,各类港式点和凉茶尤其受到游客欢迎。

(京报网)

今年中秋佳节,京城餐饮美食消费异常火热。各大老字号纷纷推出优质创新“京”品,各式月饼和“月色菜”丰富了市民餐桌。北京老字号商品也发挥国潮文化特色,通过线上与线下渠道广推优质创新“京”品,“花式”迎中秋。

节日期间京城餐饮
美食消费异常火热

舌尖美味传承中华文化

北京老字号月饼一直是中秋月饼消费市场的主流商品,除了品质保障,更有文化创意与传承。今年,许多北京老字号率先推出造型设计感十足的月饼礼盒,比如柳泉居饭庄推出配以老五仁、巧克力流心、桃山皮榴莲等传统与新式口味的国品佳月饼礼盒;砂锅居饭庄将中国象棋文化元素融入金月满庭礼盒产品中;鸿宾楼饭庄、又一顺饭庄推出牛肉、玫瑰豆沙、玄米抹茶等口味的民族

月饼礼盒等。

为了满足消费者在家中亲手烤制月饼的需求,许多北京老字号将门店消费场景延伸至消费者家中。北京稻香村今年首次推出了速冻月饼,每袋内含有鲜肉、翻毛五仁、翻毛玫瑰三种口味,消费者回家后稍加烤制即可与家人共享。同时,北京稻香村还推出联名图书《中国传统文化立体翻翻书——中秋节》,传播中秋节日故事,弘扬民族传统食品文化。

“月色菜”齐上市“醉”美中秋

中秋节前,许多京城百姓通过开启预订“月色菜”的模式过佳节。什刹海畔的烤肉季是中秋赏月之美地,在烤肉季堂食和外卖的订单中,几乎每一单都有一道“怀中抱月”的菜品。其他老字号也围绕中秋文化和月色情调下足了功夫,像老字号名店又一顺烹饪出了惟妙惟肖的“玉兔庆团圆”,玉兔是牛奶做成的,搭配了香菇、鹌鹑蛋,小火用鸡汤慢慢煨入味道,将合家团圆的文化融入菜品中;鸿宾楼为中秋推出一道“花好月圆”,不仅用鸡汤、牛骨汤、干贝等原料,还用最适合中秋食用的蟹籽,再经过厨师们的雕琢、塑形,花好人更好,月圆家团圆。

老字号拥抱新零售线上带货忙

告别了单一化的线下销售,今年,许多北京老字号品牌选择通过线上直播或线上推广活动进行销售。茶叶老字号品牌吴裕泰在抖音、快手、爱逛上同时开播,推出“茶润中秋赏‘新’‘月’目”线上优惠活动,带货的同时推广中国茶文化。

北京同仁堂连锁药店在线上推出“连锁20周年庆”等优惠活动;正兴德茶叶、永安茶叶结合“正兴德第二十届茶文化节”在品牌公众号上推出“享茶节文化盛宴、购茶实惠赠礼”;义

聚成百年门框酒在微信小程序上推出“金牛送福、一路金牛”中秋优惠活动,主打品牌国潮生肖酒,简约俏皮的生肖牛瓶身,搭配漆金、青花中式纹饰,为中秋更添一份好礼。

除了食品和餐饮品牌,随着中秋销售季的升温,很多穿戴类北京老字号商品也借此在线上 and 线下市场打出优惠销售牌,布局秋冬零售市场,推广各家特色国潮穿搭装备,抢先吸引主流消费者。

(中国新闻网)

●新闻链接

小长假老字号餐厅
线上消费同比翻番

本报讯 杨天悦 阎彤 中秋小长假前两天秋雨绵绵,却丝毫没有影响京城百姓对老字号美食的消费热情,多家老字号线上消费持续高涨。据悉,中秋小长假前两天,北京华天饮食集团旗下同春园、鼓楼马凯餐厅等餐馆外卖销量同比增长均超50%;聚德华天所属鸿宾楼、峨嵋酒等餐馆外卖销量与平时相比甚至直接翻番。

“中秋小长假的外卖销量大概是平时的3倍,除了日常的酱货和主食,最火的就是店里塑封打包的茶油剁椒鱼头,外卖销量甚至超过堂食。”曲园酒楼经理马冬梅说,这是在往年从来没有过的情况。

同春园饭店的外卖高峰期一般在中午11点到下午1点之间,今年小长假受天气影响,外卖高峰明显提前。“从上午10点左右单子就开始多起来了,一直持续到下午1点多,我们还特意为周边顾客提供免费送货上门的服务。”同春园饭店第三代技艺传承人、行政总厨王鸿庆说。

据王鸿庆介绍,中秋小长假前两天,店里外卖订单量同比增长超150%,整体销售额也取得20%的同比增长。此外,华天延吉餐厅、鼓楼马凯餐厅外卖同比增长均超100%;同和居日坛店、惠丰饺子楼、惠丰门丁肉饼、华天二友居肉饼、庆丰包子铺直营门店、香妃烤鸡外卖同比增长也超过50%。

中秋节当天天气转好,多家老字号餐馆的雅间全部预订完毕,迎来小长假堂食就餐高峰。21日当天,各老字号餐厅至少翻台2至3桌。各家老字号餐馆里食材丰富、寓意合家团圆的全家福菜肴成为消费热点,峨嵋酒家全家福的销量已达平时的两三倍。

中秋小长假期间,不少餐厅还趁势推出螃蟹美食节,用多种多样的烹制技法为食客带来螃蟹盛宴,也在中秋节期间迎来一波客流小高峰。

据了解,9月17日至10月18日期间,蟹老宋将在方庄店和西坝河店举行第20届螃蟹美食节。