

春节将至,筹备年夜饭成了人们重要的团圆主题。1月17日上午,飞猪平台发布消费趋势显示,选一家酒店吃团圆饭正成为越来越多人期待的“年味儿”。

随着春节临近,低风险地区的酒店年夜饭预订渐入高峰。近一周,酒店年夜饭相关商品预订量环比增长超2倍。北京预订热度全国第三,广州、上海热度最高,杭州、南京、青岛等一二线城市的酒店年夜饭市场也较为活跃。值得一提的是,除了经典的桌餐形态,酒店自助餐、自提式服务、预制菜等成为虎年年夜饭新趋势。

自助餐、预制菜、自提式服务成新趋势

北京年夜饭预订热度全国第三

本地消费占主流

往年春节期间酒店的主流客群大多是前来越假的外地游客,而在疫情防控常态化的背景下,外地游客减少,本地客成主角。尤其在二线城市,春节将呈现出不同于往日的景象——“空城”不再,但过年仪式感不减。

因此,本地深度玩法更受消费者关注,酒店过年或将成为新年俗。由于今年过年时间提前,在低风险地区,多家五星级酒店的年夜饭套餐比去年更早启动,部分五星级酒店已经“一桌难求”。

北京第二外国语学院旅游科学学院副院长、副教授李彬认为,酒店年夜饭主要针对本地市场,以本地客消费需求为主,预计虎年春节的酒店年夜饭市场较去年将有更好的表现。酒店与在线旅游企业需要在餐饮产品和服务的本地文化特色主题、时尚创意的产品设计和组货包装上做出创新,捕捉年轻消费群体、中小规模家庭群体的新消费需求,有助于提振春节旅游消费市场。

自助餐、自提式、预制菜走红

随着过年方式的更新,酒店年夜饭市场也衍生出细分的新特征。

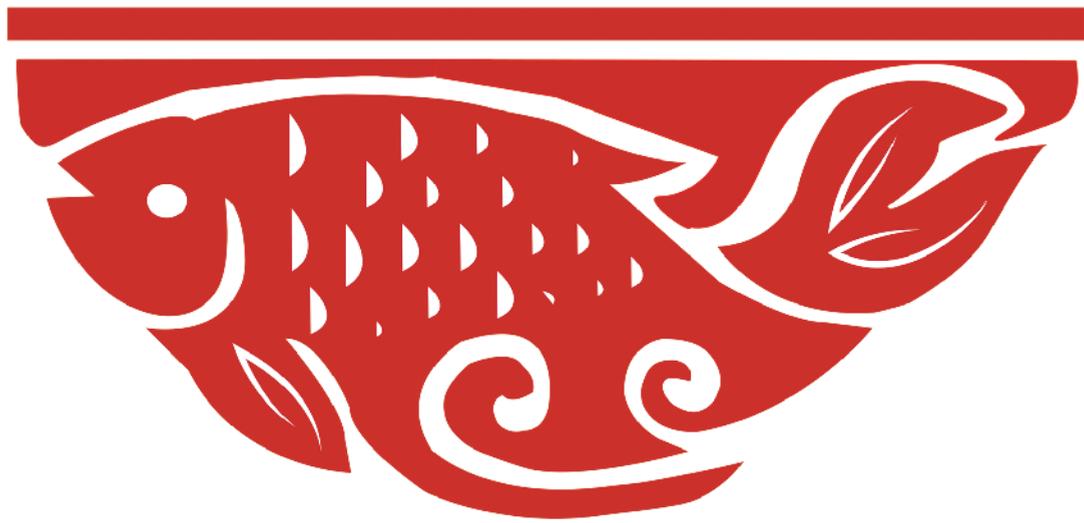
除了围坐在圆桌前的传统风格,种类丰富、用餐时间灵活的自助餐成为更多年轻人春节聚会或放松休闲的新选择。此外,少聚集、更安全的体验需求,使得“无接触自提式年夜饭”也在平台蹿红,这意味着除了到店体验外,到家场景也成为酒店服务消费者的一个支点。不少五星级酒店推出年夜饭自提或外卖服务,各家酒店推出的预制菜、盆菜,也因快捷方便的特点迎来新增长。

“酒店+X”成为酒店新战场

飞猪大住宿事业部总经理张嵘表示,后疫情时代,随着出游半径缩短,旅游消费走向本地生活化。酒店功能已从“一张床”进化到了“目的地”和社交空间,消费者不仅是以“住”为目的,而是以酒店为场景,在酒店实现更加个性化、内容丰富的度假体验。

除了春节场景下的“酒店+年夜饭”、“酒店+下午茶”、“酒店+景点玩乐门票”、“酒店+SPA”等也是“酒店+X”的表现形式。这也意味着在严峻的行业环境挑战下,酒店正在积极拓宽经营思路,把更多的体验性服务推荐给消费者,以获取客源特别是本地客源,提升综合收益。公开资料显示,多家五星级酒店的餐饮等相关增值服务产生的销售额占酒店整体的四成以上。

华美顾问集团首席知识官、高级经济师赵焕焱表示,“酒店+X”已成为后疫情时代旅游度假消费的显著趋势。在虎年春节,在线旅游企业与酒店推出多元化的“酒店+X”商品,既可以帮助酒店拓展经营边界,同时也能丰富消费者的过年活动。(北京日报客户端)



今年京城将引进300家餐饮首店

本报讯 马婧 本市生活性服务业已开启转型升级新篇章。近日,从市商务局获悉,目前本市已实现社区基本便民商业服务功能全覆盖;每百万人拥有连锁便利店(社区超市)达310个,便利店发展指数居四个直辖市第一。2022年,本市将加快打造一刻钟便民生活圈,吸引300个左右餐饮品牌首店进京,进一步提升生活性服务业品质。

便民服务模式日趋多元,京城生活性服务业品质不断提升。截至2021年,全市共有蔬菜零售、便利店(社区超市)、早餐、家政、美容美发、末端配送(快递柜)、洗染和便民维修等8类基本便民商业网点超9万个,实现社区全覆

盖。市商务局相关负责人介绍,本市已累计培育1万余家生活性服务业标准化门店、12条生活性服务业示范街区和20条“深夜食堂”特色餐饮街区。东城区东花市、石景山区古城南路等成功入选商务部全国首批城市一刻钟便民生活圈建设试点。在餐饮数字化升级行动中,提升靠前的近6000家商户单周交易额增长近25%，“互联网+生活性服务业”快速推进。

2022年,在巩固基本便民商业服务功能社区全覆盖基础上,本市将加快打造一刻钟便民生活圈。市商务局将优化资金支持方向,将连锁药店、前置仓、咖啡馆等纳入资金支持范围,优先支持在

便民设施不足区域新建亟需业态网点,突出精准补建,打造业态齐全、功能完善、智慧便捷、服务优质、便民利民的一刻钟便民生活圈。同时,开展生活性服务业数字化升级行动,培育一批数字化生活性服务业门店,提高企业数字化运营水平,为小店发展引流赋能。

市民用餐也将有更丰富的选择。本市将打造一批特色餐饮小店,鼓励多业态搭载早餐,丰富便民早餐体系。同时,深耕细作“中国京菜”,推动“餐饮+文化”“餐饮+科技”“餐饮+体验”融合发展,培育200个左右“米其林”“黑珍珠”等特色门店,吸引300个左右餐饮品牌首店落地京城。

康师傅私房牛肉面 国粹旗舰店亮相京城

本报讯 李佳 历时两个多月的改造,在北京长安街南侧真武庙经营14年的康师傅私房牛肉面以国粹旗舰店风格重装亮相,并以首家完成改造的门店服务周边市民,迎来品牌重磅升级阶段。

“店面漂亮多了,整体环境提升后,都快认不出来了。”在附近上班的苏先生是康师傅牛肉面的忠实粉丝,“工作十年了,几乎每周都会来吃一碗面,有时候朋友聚会也约在这里。改装后的新中式风也让人感觉更加舒适了。”

据了解,店内以绛红正色缀点山水墨画,国色之牡丹融于方圆天地。与此同时,直射而进的通透光线与大理石地面彼此映照,更显精致感、品质感。

更新后的菜单继续沿用古法配比秘方,据店方介绍,以至臻金腩面系列为例,端上桌前的每一碗汤底,都由牛筒骨久煮熬制。以讲究肉质而闻名的至臻金腩红烧牛肉面,选用红烧酱汁浸润精选肋骨嫩肉,酥嫩软烂,深得消费者青睐。“考虑到周边居民客户群体以中老年人居多,我们在食材方面,精选牛三宝搭配浓郁醇厚汤头,多重口感碰撞。”据介绍,菜品在传承康私房经典特色产品的同时,也增加了国粹特选系列的两款大菜产品。例如,该店新推出的国粹特选系列,选取星级原切带骨牛小排,充分焖制特选肋骨带骨牛肉,多汁更耐嚼。

据悉,康师傅牛肉面未来统一的定位形象以打造“新中式国粹风味”为主,2022年将开设更多门店不断满足消费者生活品质需求。

肯德基北京举办 新春美味与冰雪盛会

本报讯 新岁迎冬奥,日前,肯德基携“虎虎生金桶”乘兴而来,祝福冬奥健儿勇登魁首,齐天大圣、雪孩子等经典国漫人物也伴肯德基一同前来“助兴”,在冰雪中与冬奥会热力联动。与此同时,缤纷多味的“肯德基大满足套餐”“趁热”上线,用丰富的美食温暖新年。

近日,肯德基北京35周年序曲活动在北京肯德基前门餐厅举行。肯德基WOW会员们和肯德基共同回忆与肯德基之间的“尽情自在”快乐故事,感受冰雪运动的美好。

在活动现场,会员们进行激烈的桌上冰壶对抗赛,一起探秘创意冰箱打造的迷你冰雪世界,倾听前国家女篮队长宋晓波女士分享奥运故事与运动员精神。

与此同时,缤纷多味的“肯德基大满足套餐”“趁热”上线,用丰富的美食温暖大家的新年。随着北京冬奥会即将开幕,肯德基大满足套餐给力助阵——XXL的黄金脆皮鸡、汁多到爆的经典肉酱汁厚牛堡,还有秘汁全鸡和黄金虾酿翅一起“热闹”,此外推出新春金桶——“虎虎生金”,让美味火力全开,预示整年“大满足”。

此次新春美味与冰雪盛会活动现场,参与活动的肯德基WOW粉丝兴奋地表示:“在肯德基新春活动中感受冰雪运动的乐趣,让我感到惊喜。我们也期待和肯德基一起见证北京成为‘双奥之城’,也共同为冰雪赛场的运动健儿们加油打气。”(北京青年报客户端)