

春节餐饮消费恢复至疫情前水平

刚刚过去的春节小长假再次带火京城餐饮消费。象征蒸蒸日上又热气腾腾的火锅成为不少消费者的聚餐首选,老字号餐饮消费也基本恢复到疫情前水平,年货外卖销售增长超过50%。“就地过年”趋势下,宅家经济、单身经济成为春节经济的新增长点,外卖年夜饭也成为越来越多消费者选择的过年新方式,外卖年夜饭菜品销量同比增长超140%。

家庭聚餐火锅成首选

近日,赶在春节假期的“尾巴”,不少消费者选择出门“吃顿好的”。中午12点半,凑凑北京合生汇店已开始排队等位,许多食客正悠然自得地在门口喝着奶茶。“今天这已经算人少的了,初三中午的时候排了100多号,我们就打算错峰吃火锅。”在朝阳工作的白领王芳今年留在北京过年,正等着和朋友们打卡这顿一早就约好的“火锅局”。

这家门店店长丁佳文说,今年春节期间,不只就餐高峰期等位排号突破百桌,非饭点时间就餐人数仍不少。

数据显示,春节期间,呷哺集团旗下

呷哺呷哺和凑凑品牌千家直营餐厅均正常营业,共接待消费者近150万人次,销售近100万份牛羊肉和80万杯茶米茶,不少门店的外卖销量环比增长2至4倍。此外,呷哺呷哺“单人套餐”也销售近30万份套餐,同比增长30%。

另一家连锁火锅品牌海底捞同样成为不少消费者的聚餐首选,春节期间接待顾客超800万人次。为了满足消费者的居家就餐需求,全国170多座城市超过400家外送站点参与春节保供,为近6万个家庭提供了外送服务。北京门店的“彩饺”也受到不少消费者的欢迎,春节期间售出超2万份。

老字号销售恢复疫情前水平

不少市民愿意追寻传统“年味儿”,老字号餐饮消费也基本恢复到疫情前水平。从北京华天集团了解到,腊月二十八至正月初五期间,集团旗下老字号销售额同比增长超过10%,除夕当天同比增长40%。聚德华天旗下鸿宾楼、烤肉季、柳泉居等老字号的年货外卖销售也增长超过50%,比平时增加两到三倍。

华天集团数据显示,今年春节期间线上销售额同比增长35%,与疫情前相比增幅达到169%。其中,老字号同和居外卖销售同比上涨约50%,华天二友居外卖销售也翻了一番。

虎年春节期间,不少饭店大厨都绞尽脑汁为食客研发出应景儿又有创意的“虎年菜肴”,不过,最受消费者欢迎的还是各家老字号的“看家手艺”。“鲁菜泰斗”同和居的“三不粘”和干烧大黄鱼、“八大春”之首同春园的清炖蟹粉狮子头

和松鼠桂鱼、鼓楼马凯餐厅的东安鸡和双味鳊鱼等各家老字号的镇店非遗名菜几乎桌桌必点。

“像松鼠桂鱼和蟹粉狮子头,平时一般每天能卖出四五十份。春节期间,松鼠桂鱼总共卖了接近1500条,清炖蟹粉狮子头销量还要更多一些。”中国烹饪大师、同春园饭店副经理王鸿庆说。此外,庆丰包子铺仅直营门店在春节期间就售出包子近百万只,华天延吉餐厅的冷面即便是反季销售,也在春节期间卖出近5000碗。

在今天的疫情防控形势之下,消费者更加依赖线上渠道采买年夜饭和成品、半成品菜肴。按照不少老字号的要求,年货必须鲜制现售,春节期间,柳泉居负责酱肉的师傅早上5点多就开始忙活;中国烹饪大师、曲园酒楼行政总厨张景严也是带领员工,早上6点多就开始为消费者烹制、分装、安排外送,比往年提前一两个小时到岗又提早不少。

外卖年夜饭销量增长143.25%

就地过年趋势下,宅家经济、单身经济成为春节经济的新增长点,外卖年夜饭也成为越来越多消费者选择的过年新方式。美团外卖数据显示,今年春节期间,“年夜饭”“春节”关键词搜索量比去年增长17%。消费者的需求也带动了商家的经营热情,提供年夜饭外卖的商家比去年春节增加2倍,年夜饭菜品销量同比增长143.25%。

为了适应更多留京过年消费者的需要,不少大牌商家都推出2到4人等不同规格的小份年夜饭套餐。从菜品上看,春节

期间的外卖订单比平日里更加丰富,消费者越来越倾向于过节点外卖“吃点好的”,烤鱼、海鲜、小龙虾等成为外卖年夜饭的“新爆款”。

从饿了么方面获悉,过年期间外卖单价比平日提高不少,有些顾客会在同一家店订购上千元甚至更贵的年夜套餐。骑手一趟送不完,一单年夜饭还需要其他骑手帮忙共同配送,或是多跑几趟。此外,预制菜也受到越来越多消费者的青睐,春节假期订单量同比增长超过70%。

(北京日报客户端)

春节餐饮消费较 去年同期增长29.6%

央行数据

中国人民银行2月7日发布的2022年春节假期支付业务监测数据显示,2022年春节期间(1月31日至2月6日)餐饮类商户支付金额较去年同期增长**29.6%**。

地方数据

●1月30日至2月5日,上海餐饮业线下消费支付金额**39.2亿元**,同比2021年增长**8.7%**,同比2019年增长**9.7%**。

●据无锡市商务局监测数据,春节黄金周重点监测的24家餐饮企业七天累计营业额达**1.13亿元**,较去年同期增长**6.1%**。

●从河南省商务厅获悉,春节期间,河南省320家重点零售和餐饮样本企业实现销售总额**23.1亿元**,同比增长**6.5%**。

平台数据

●美团外卖公布的数据显示,“年夜饭”“春节”关键词搜索量同比增长了**17%**。提供年夜饭供给的外卖商家同增加了**200%**,年夜饭菜品销量同比增长了**143.25%**。

●盒马预制年菜销售同比2021年春节增长**345%**。

●每日优鲜预制菜品类销售额较平日增长**2.7倍**。

●叮咚买菜春节期间高端预制菜销量同比增长超过**3倍**,7天卖出**300万**份预制菜。

●京东小时购、京东到家数据显示,馄饨、饺子、面条、冷藏泡菜、熟食礼盒、微波炉食品等销售额同比增长均超**10倍**,调理肉串同比增长**8倍**;半成品净菜同比增长**2.6倍**;寿司、炸薯条、烤肠、沙拉、热狗等西式口味也有同比**3.5倍**及以上增长。

(中国经济网)

老字号邀市民 包汤圆摇元宵

本报讯 杨天悦 和面、搓条、切剂、包馅、收口、揉圆……近日下午,十几名来自前门西河沿社区的退休职工和儿童来到全聚德和平门店,兴致勃勃地在面点师傅的指导下包着汤圆,准备把亲手制作的这独一份美食带回家。

“咱们北方主要吃元宵,这汤圆是南方人爱吃的。我们自己家里也摇过元宵,动手包汤圆这还是头一回。”陈大爷满脸兴奋地说。据悉,社区居民包汤圆使用的是“DIY礼盒”里现成的馅料,有黑芝麻、花生、豆沙和榴莲几种口味。不过,把干糯米粉和成面团的步骤颇费一番功夫。

“水不能一次加太多,得慢慢往糯米粉里加水慢慢揉,面皮也不能太软,这样包好的汤圆煮起来才不会破。”面点师傅边说着边对居民进行指导。不一会儿,几个大瓷盘上就摆满了居民亲手包制的汤圆。

既能普及美食文化,又能调动起人们的参与热情,元宵节前,还有不少老字号为市民提供现场观看摇元宵的互动体验。

据惠丰门钉肉饼店经理杨志刚介绍,店里每天早晨7点半就开始供应元宵,为了保证质量和口感,元宵都是现摇现卖,一天下来要摇制六七百斤。护国寺小吃红莲店、广外店等几家门店也供应传统现摇元宵。

北京同仁堂创新 推出产后营养餐

本报讯 近日,医养集团北京同仁堂餐饮管理有限公司(以下简称“餐饮公司”)经过创新研发和不断改进,正式推出了专门针对产后女性身体健康调理的北京同仁堂粹和-产后营养餐。

据悉,北京同仁堂粹和-产后营养餐立足于同仁堂粹和药膳,针对女性生产阶段的营养需求,依据百年传统中医养生理论,融合现代营养学知识,以“药食同源、健康四控、应时应季、辨体施膳”为立餐原则,辅以“排、调、补、养”的四步食补法,秉持合理饮食、均衡营养的宗旨,由中医师、营养学专家和养生宴大厨共同研发,粤菜、谭家菜和现代料理为基底,融合打造出了专属于产后女性的健康营养餐。

为保证品质,产后营养餐由北京同仁堂中医临床专家、中国药膳营养专家、餐饮业国家级评委把关;由五星级母婴护理中心大厨、中餐高级烹饪技师择选应季新鲜时蔬,遵循药理,精心烹制,在保证产妇每日所需膳食营养的同时,调剂口味、热量均衡,遵循药理,调理体质。

在贴心服务方面,餐饮公司还将根据需要提供全程热链配送服务,一日三餐三点,早中晚三餐为主,辅以餐与餐之间的三次加餐,三餐配三点,每餐配送一餐一点,现吃现做现配,全程热链,确保营养不流失,口感美味。(中国网财经)

