

夜间经济、预制菜等成为行业增长新动能 餐饮业变革转型趋势加快到来

近日,中国烹饪协会发布的《2021年中国餐饮市场分析及2022年市场前景预测》(以下简称报告)显示,随着我国消费市场稳步改善,餐饮市场也从新冠肺炎疫情严重冲击中稳步恢复。与此同时,我国餐饮业变革转型的趋势正在加快到来。

市场恢复动力较强

在疫情防控常态化下,我国餐饮市场复苏稳中放缓,持续发挥促进经济增长、带动消费回升的重要驱动作用。

2021年,受到疫情反复、汛情发生等因素影响,全国餐饮市场发展一波三折。在总体恢复态势保持不变的情况下,增长势头明显放缓,发展速度逐季降低。但是大型品牌餐饮的引领作用依然不容小觑,恢复动力较强。

此外,分地域看,2021年,我国各省(区、市)餐饮市场增速全部由2020年疫情初发时的负增长转为正增长。广东、山东、四川、江苏、浙江等传统餐饮产业大省复苏态势稳中向好,广东、四川、浙江等地区的餐饮规模接近于或者已基本恢复至疫情之前的水平。海南、湖北、山西、四川、

北京、重庆等地区餐饮市场复苏势头更为迅速,增速达到了30%以上。

2022年春节期间,广大餐饮企业在落实疫情防控措施的前提下,坚持“春节不打烊”,开展多种形式的线上线下促销活动,餐饮消费市场表现活跃,经营数据喜迎增长。在多地倡导就地过年的大环境下,各地餐饮市场进一步复苏。

据中国烹饪协会会长傅龙成介绍,今年在网络平台供应年夜饭套餐的餐饮商户数量相比去年同期增长118%。《2022年淘宝年夜饭报告》显示,今年春节,预制菜销量再次上涨,同比去年猛增超100%,成为年夜饭最火爆菜式之一。美团数据显示,2022年春节假期前四天,北京、成都、重庆、上海、广州到店餐饮线上订单量位列前五。

探索新模式创新发展

在本土聚集性疫情仍有发生、疫情扩散风险持续存在的背景下,餐饮业不断调整发展策略,采取多种措施应对当前困境。同时,行业愈加认识到推进高质量发展的重要性和必要性,实现从量到质的深层次变革,探索新模式创新发展。在竞争不断升级的形势下,具有一定发展潜力、优质的连锁餐饮品牌受到资本青睐。

当前,餐饮业布局向三线及以下城市延伸,日益向连锁化、规模化、品牌化方向发展。一二线城市仍是餐饮连锁门店布局的主要区域,呈现出相对稳定的发展态势。而三线及以下城市具有较大的发展潜力和空间,餐饮连锁化品牌化发展逐步向三线及以下城市下沉。

去年以来,夜间经济的持续升温也推动了餐饮业复苏。随着消费

群体和消费构成不断转变,夜间经济市场规模持续增长,夜间餐饮也以活跃姿态进入大众视野。一方面,受益于从国家到地方的政策驱动,尤其是疫情得到一定程度的控制后,为了提振消费、激发市场活力,各地政府都增强了对夜间经济的扶持力度;另一方面,星巴克、海底捞、和府捞面等品牌餐饮也纷纷尝试新模式进入夜间经济市场,推动其蓬勃发展。

此外,随着新零售成为新时代的消费新趋势,餐饮零售化迅速发展。新零售为餐饮业工业化标准化发展提供了重要途径,有助于行业降本增效、规模扩张,也满足了消费者快捷、便利、标准化的消费需求。餐饮零售化还降低了管理难度,对减少餐厨垃圾、减少餐饮浪费也起到了一定作用。

促进绿色发展变革

作为终端消费产业,餐饮整个产业链条中的碳排放都会影响餐饮业的碳达峰碳中和。越来越多的餐饮企业开始探索有助于环境保护的可持续发展模式,在产业链各个环节践行节能减排、绿色发展。树立低碳理念、引导低碳消费,餐饮业也在高度关注安全健康的烹饪方式。此外,越来越多的可持续食材、生态友好食材开始出现在健康环保食谱里,促进绿色发展变革。

相关政策的出台也推动了餐饮业的绿色发展,提高了商家和消费者节约环保的意识。例如,2021年4月,为了防止食品浪费,保障国家粮食安全,促进经济社会可持续发展,《中华人民共和国反食品浪费法》公布实施。随后,为了深入实施反食品浪费法,政府有关部门相继制定具体工作方案。各地方也开始研究

制定本地反食品浪费的具体办法。

此外,2021年10月,国家市场监督管理总局发布《关于加强连锁食品经营企业食品安全监管的通知》,加强连锁餐饮企业食品安全监管,全力守护“舌尖上的安全”。(蔡佳文)



数据

2021年,全国餐饮收入
46895亿元;

全国人均餐饮消费3320元,同比增速由负转正为18.6%。

其中,限额以上餐饮收入占全部收入比重为22.2%,比2020年大幅提升1.4个百分点,同比增速高于全国4.9个百分点;限额以上餐饮收入10434亿元,首次突破万亿元大关。

全国餐饮收入占到社会消费品零售总额的10.6%,高于2020年0.5个百分点。

展望

数字经济将继续助力餐饮业高质量发展;

新零售有助于餐饮行业提质增效;

经济新增长点将成为市场发展新动力;

贯彻绿色发展理念将更为深入全面;

进一步做好反食品浪费工作;

进一步推进餐饮业质量安全提升。



二月二龙抬头

老字号“龙”美食纷纷上阵

本报讯 每年到了二月二,京城各家老字号“龙”字头的美食纷纷上阵,3月1日在护国寺小吃起源店看到,这家店里不仅有龙胆、龙籽糕等传统二月二龙美食,而且还推出了酸奶腰果口味的龙胆。

护国寺小吃起源店王新梅经理说:“今年龙胆的口味不同于往年,从口感到口味都进行了全新的配方调配,还特别推出了酸奶腰果口味。”据介绍,今年推出的酸奶腰果龙胆,十分受消费者欢迎。

除了护国寺小吃起源店,在护国寺小吃西安门店还有榴莲馅的龙胆。此外在护国寺小吃裕桃园店,创新推出了板栗等新口味龙胆。

每年“二月二”前后,除了护国寺小吃连锁店里的龙胆、龙籽糕热卖,不少老字号饭店户餐饮企业也纷纷推出了各自拿手的“龙美食”,像鸿宾楼不仅推出了龙胆,还用牛肉粒、鸡蛋“画龙点睛”,烹制出了一道美味好吃的“龙眼”。

另外,百年湘菜名店曲园酒楼也迎来鱼头热卖季,今年曲园酒楼为二月二吃鱼头备足了货,可堂食,还提供外卖。

“每份鱼头都是当天清早到货的鲜活鱼,”曲园酒楼经理马东梅介绍:“除了堂食,我们还为外卖的茶油剁椒鱼头配好了汤汁、小料和烹制说明书,也为顾客留了联系方式,可以由店里的大师傅们亲自联线指导。”在老字号砂锅居,这家店不仅推出了“龙”头肉的龙鳞套餐,还由店里的师傅在虎年雕龙首塑龙尾,寓意生龙活虎,祝福大家活力十足。

(北京青年报客户端)

便利蜂发布“吃货”数据

韭菜盒子、糖饼入列“热词”

本报讯 李佳 近日,便利蜂发布的App趣味搜索词显示,冬奥会举办期间,韭菜盒子、包子、糖饼、涮羊肉等不间断出现在App首页“搜索商品”栏的搜索词中。

与此同时,据多位便利蜂门店店长反馈,春节小长假结束至今,在早餐时间段,包子类鲜食非常受欢迎,“除了很多人来问有没有韭菜盒子,一些热销口味的包子,也会早早就售罄”。

据统计,冬奥会期间,除了午餐相关鲜食商品、夜间消费常规商品外,出现在便利蜂App的热门搜索词包括:包子、韭菜盒子、糖饼、涮羊肉等。

冬奥运动员谷爱凌一边等成绩一边吃韭菜盒子的镜头一度成为热议的焦点,这也引爆了社交媒体,进而带动了包括便利蜂在内的各线下门店的询问量或销量。一位便利蜂门店店长说,“2月14日当天下午,就有不少消费者来门店询问有没有韭菜盒子。之后几天也频繁被问及。得知暂时没有销售后,一些消费者会购买馅饼或包子代替。”

另据便利蜂一家社区店的店长反馈,包子是冬奥会期间早餐时间段的热销品,尤其是上新的老虎造型包。

尽管门店无韭菜盒子售卖,但便利蜂的“风味小吃”系列正继续上新。据了解,从2月21日开始,老北京鸡肉卷、鲁菜溜丸子、潮汕牛筋风味肉丸串等已出现在便利蜂华北区域的门店内。

此外,包括玉米火腿沙拉面包、川香毛血旺便当、酸笋肉酱粉粉等,也已在便利蜂近期的上新序列中。便利蜂方面还介绍,以春季为主题,其后续还将陆续推出春季相关的热餐、甜点等新品。