

# 特色美食推动 京城消费“新潜力”

逛商圈体验特色活动、打卡餐厅品时令美食……在刚刚过去的国庆黄金周期间,北京消费市场缤纷多彩,为市民和游客呈现节庆“消费大餐”。北京市商务局监测数据显示,在各类主题活动和消费券的带动下,消费规模稳中有升,不少商圈实现了客流量和销售额的双双提升。

## 新消费体验激活商圈人气

假日期间,各大商圈人气颇高,各类让人耳目一新的消费体验,为出门逛街的市民带来度假的乐趣。

在朝阳区蓝色港湾的广场上,一场黑胶艺术市集吸引了众多音乐爱好者到访,位于停车场的后备厢市集则颇具烟火气,在这里可以淘到各种小物件。三里屯太古里在假期举办首届“潮玩青年咖啡节”,让消费者一站式感受咖啡文化。前门大街也带来了国风市集,各类国潮文创产品吸引游客驻足。

除了特色市集,各类文化、体育活动也在各大商圈轮番上演。国贸商城携手华纳兄弟构建沉浸式线下魔法场景,上演魔法世界大狂欢,吸

引影迷们打卡。中粮·祥云小镇持续上演户外艺术季,带来音乐快闪、互动小丑戏、戏剧巡游等街头表演。

数据显示,假日期间,中粮·祥云小镇超60场公共艺术街头表演吸引了超35万人次沉浸式感受艺术盛宴,带动客流同比提升11.53%,多家顺义首店在十一前开门迎客,带动小镇销售同比提升超25%。北京望京麒麟合生新天地客流和销售同比提升超20%。蓝色港湾单日客流超9万人次,高于平时周末客流。荟聚中心客流同比提升近4%。

## 老字号经典美食受热捧

对于不少老北京人而言,老字号品牌的各类美食是假期必不可少的仪式感之一。

从假期第一天起,护国寺小吃店里的预订电话就响个不停。“今年重阳节赶在国庆假期里,正好得空好好给老人过个节。”市民李先生介绍,自己早早就给家里老人预定好了重阳节的特色小吃。

护国寺小吃起源店经理王新梅介绍,今年国庆期间除了到店领取,

还有不少顾客会托店里闪送小吃,单日最高销量超过4000盒,“这种情况在往年还没有出现过。”

随着气温陡降,市民们也开始青睐于热气腾腾的各式炖菜,砂锅居的砂锅菜、老西安饭庄的羊肉泡馍等经典美食也迎来热销,日销量超过千份。

据统计,今年十一期间,北京华天所属直营门店线上营收比平时增长18.4%。其中,同和居月坛店外卖单量比平时增加19%,实收比平时增长76%。

## 假日服务消费稳步升温

除了特色美食带来的消费热潮,在今年国庆假期期间,北京服务消费也稳步升温。1200余场文艺演出、1300余场文化活动,以及“奋进新时代”“我眼中的红色香山”等主题展,丰富了假期文化资源供给。

乡村主题消费业态也进一步升级。“2022年中国农民丰收节金秋消费季”“爱上昌平 骑妙之旅”“南宫农耕文化体验园”等,让游客深度接触自然,有效拉动了京郊休闲消费。

(马婧 杨天悦)

# “味道北京”活动 助力生活消费升级

本报讯 李洋 近日,“味道北京”系列活动正式启动。未来四个月,活动将围绕味、道、城三个关键词推出“味道北京”美食节、“北京味道”美食榜、“味道北京”年度美好生活盛典三大活动单元擦亮北京美食文化名片,助力生活消费升级。

古都北京的历史文化底蕴不仅体现在古城格局、经典建筑、手工技艺、传统书画、节日习俗等物质和非物质文化遗产中,也体现在千家万户的餐桌美食中。“味道北京”抓住美食这一中华文化重要载体,既是一场大型消费促进行动,也是一场惠及百万消费者的美食嘉年华。活动将线上线下联动千余家京城优质餐饮企业,以月度、季度、年度不同量级的活动进社区、入商圈,面向全市消费者放送海量优惠,为餐饮企业聚焦引流,助力北京餐饮行业。

系列活动主阵地为16区的大型美食节。“北京味道”美食榜评选将发动公众和美食达人等群体力量,采取网络票选和实地探店试吃相结合的方式选出优胜者,参与美食榜评选的餐厅均将发放专属优惠。“味道北京”年度美好生活盛典将于美食榜评选结果出炉后举办,上榜餐饮企业将共同奉献一场美食盛宴。

据悉,在活动期间,中国银联将联合部分餐饮商家开展支付优惠或美食套餐优惠。云闪付App将上线“上菜”小程序,为商家提供展示平台、满足消费者投票所需,同时提供餐饮优惠和消费支付服务。“北京味道”美食榜评选现已启动,市民可通过“上菜”小程序、“扎堆儿生活”微信公众号等进行投票,选出自己心目中最能代表北京的味道。

广告

## 欢迎订阅《首都食品安全周刊》



内容方向不变  
信息含量不变  
发行渠道不变  
关注首都食安  
拥抱健康生活



扫码关注《首都食品安全周刊》微信公众号

全年订价: 144.00元  
季度订价: 36元