

“北京消费季—国际美食荟”启动 美食助力北京国际消费中心城市建设

本报讯 11月1日,由北京市商务局主办,北京烹饪协会和北京国际和平文化基金会承办的“国际美食、京彩荟萃”2022北京消费季国际美食荟餐饮文化交流活动正式启动。北京多家餐饮企业带来了美食技艺展示和技艺绝活,多个国家的驻华大使、使节和国际组织代表一起体验了包括片烤鸭、拉面、捏面人、卷寿司、冬阴功汤、西式烟熏三文鱼等菜品的制作过程,“零距离”领略美食魅力。北京烹饪协会和北京国际和平基金会将打造“和苑国际美食长廊”品牌项目,以多种形式与世界各国加强交流、合作互动。

为增进国际交流搭建“美食长廊”。2022北京消费季·国际美食荟餐饮文化交流活动旨在为加强北京国际消费中心城市建设,促进北京餐饮消费,全面提升国际美食的交流与融合,向世界展示中华饮食文化的博大精深和无穷魅力。特别是希望通过该活动,突出新时代北京国际餐饮文化特色,振兴繁荣北京餐饮市场,让更多国际友人零距离体验国际美食,塑造北京国际美食之都新形象。

作为活动的重要内容之一,北京烹饪协会和北京国际和平文化基金会将联合打造一个品牌项目——“和苑国际美食长廊”。长廊位于有“大使村”之称的和苑博物馆,未来,将通过多种形式持续开展交流活动,缔结中外餐饮友好餐馆,培育一批餐饮名牌企业;开展美味品鉴推广活动,推出培育一批标准化的菜品和一批名

厨师。总结出中外餐饮交流互鉴的好经验和好方法,开启与驻华使馆的合作互动。

中餐文化受到国际友人热捧。活动现场,国家非遗北京烤鸭代表全聚德、中国川菜代表眉州东坡、“一带一路”丝路美食代表哈马尔罕、北京小吃代表南来顺的厨师带来了各自企业的“拿手绝活”,这些特色美食共同拼摆出了“京彩”二字,寓意“世界美味精彩北京,国际美食京彩荟萃”。格鲁吉亚大使、塞浦路斯大使、特莫洛大使、巴勒斯坦参赞、海地参赞、也门参赞等来宾参与了互动体验,在大厨的指导下饶有兴致的学起了抻面、烤鸭摆盘。北京烤鸭、川渝美食、京味小吃,丝路特色都让大家赞不绝口。

北京烹饪协会会长云程表示,在2022北京冬奥会上,中华美食得到了各国运动员和工作人员的一致称赞,特别是像北京烤鸭、饺子、豆包、麻团等美食和小吃享誉世界,美食成为了中国文化的“大使”。北京烹饪协会、美团还联合发布了首批《餐饮热词看中国》,16个餐饮热词成为冬奥会期间的热门话题。

足不出京,亦能吃遍全球美食。除了中国美食、京味小吃,现场进行展示的还包括Kin Khao吃饭泰餐厅、菲律宾餐代表梅萨妈妈、日餐代表江户前、诺金酒店西餐厅等多家国际风味美食。“足不出京,亦能吃遍全球”是很多食客对于北京餐饮的真实评价。2021年,北京市印发《北京培育

建设国际消费中心城市实施方案》,提出“力争到2025年,率先建成具有全球影响力、竞争力和美誉度的国际消费中心城市”。

今年7月以来,随着餐饮消费券及各种纾困政策的落地,全市餐饮消费明显向好。8月,“北京年份餐厅榜”“神州美味大全榜”“国际美食荟萃榜”三大特色榜单发布,最终从超15万家餐厅中推选出123家餐厅,涵盖了京味特色、驻京办餐厅、异国美食。值得一提的是,首批“国际美食荟萃榜”主打特色为:距离大使馆最近的异国餐厅,汇聚了包括德国、法国、俄罗斯、马来西亚、日本、土耳其、希腊、西班牙、印度、泰国、越南、菲律宾、格鲁吉亚、意大利等20多个国家风味特色餐厅,这些餐厅分布在东直门、三里屯、工体、国贸、望京、朝阳公园、簋街等地标性美食街区商圈。手机搜索大众点评榜单,成为消费者打卡地道国际美食的“数字地图”和“美食消费指南”。

云程表示,在“北京消费季”推广和带动效应下,餐饮业在助力消费增长、培育首发经济、打造美食商圈、创新消费模式、服务便民惠民等方面,成为生活服务消费领域的排头兵。北京餐饮业将进一步挖掘“中国京菜”的魅力以及北京餐饮文化的多样性,并以美食文化促进本地餐饮消费,为支持北京建设国际消费中心城市、助力北京建成荟萃全球风味的美食之都作出贡献。

(据《中国日报》)

海底捞推出11款新品 满足多元化顾客需求

本报讯 张鑫 日前,海底捞在抖音举行2022年秋冬新品线上发布会,推出了包括爆浆奶酪鱼条、泡菜鸭肉锅底、魔芋素毛肚、红薯苕皮等11款新品,并开启直播带货。据悉,线上发布会开播3小时后,海底捞在抖音平台的当周全国品牌团购带货榜位列第5名,在川渝火锅品牌中排首位。

海底捞此次上新涵盖了锅底、菜品、小吃、饮品4大品类11款产品,于11月1日正式上市。其中,泡菜鸭锅底不仅将火锅品类继续扩充,也是此次发布的核心产品,其灵感来源于“泡菜鸡”。这是一款流行于四川东部、重庆以及苗家人的特色美食。海底捞还为这款锅底研发了专属味碟,顾客点餐后由服务人员进行配置。

此次已经是海底捞今年第3次全国上新。据悉,2021年年底,海底捞发布“区域上新+全国上新”双轮驱动的全新产品规划,2022年,海底捞推出的多款爆款新品在提升拉新和增强复购方面作用明显。资料显示,在今年元旦,海底捞在全国上新了真香锅、沙葱羊肉、一口脆嫩豌豆尖、酥酥嫩嫩炸牛奶等7款产品,在今年6月份,海底捞又全国上新了新一代番茄锅、海底捞椰、高山青笋、海带苗等8款新品。数据显示,今年1月和6月的2次产品上新,均助力海底捞全国门店整体翻台率较去年同期有明显拉升。

海底捞执行董事、产品委员会主任宋青表示,除了不断以出彩的新产品满足更加多元化的顾客需求。海底捞也在数字经营阵地上不断开拓,触达和影响新一代年轻消费群体。此次在线上平台以新品发布会的形式带动产品销售,创造了不俗的成绩,也给餐饮行业数字化转型带来了启发。

肯德基北京推出首家 程序员主题餐厅

本报讯 王萍 近日,肯德基在北京推出首家“1024程序启动中”肯德基程序员主题餐厅。

据介绍,“1024程序启动中”主题店融入时下IT职场人士的圈层文化和社交属性,并结合像素风跨次元潮流元素。10月23—29日活动期间(除10月28日外),在门店中设有3项打卡任务:任务一是对指定工作人员说出“自在厨房,自在程序员”暗号,可获得娃娃机游戏币1个,可用于在现场抓取“虎虎生威程序员”主题公仔;任务二是下载肯德基App成为新用户并点餐下单成功即可参与“找你味”任务,餐厅桌面装饰上隐藏多个酸辣粉图案以及BUG(程序漏洞)图案,将其展示给任务店员,即可获得肯德基自在厨房酸辣粉1份;任务三是到店顾客在活动期间消费翘翘,可向店员申请游戏币参与“自在扭蛋机”,有机会赢得自在厨房5份装的意面兑换券或其他奖励。

肯德基北京方面表示,此次肯德基北京与BOSS直聘联合面向互联网从业者圈层推出的程序员主题店是以关怀为主旨,为程序员群体打造特别的“自在厨房”体验,呈现一系列温情有趣的内容与互动。

第三届火锅美食节“暖动”京城

本报讯 陈琳 寒露已过,秋风渐起。这个时节,热气腾腾、风味各异的火锅无疑是最能体现烟火气的美食。

日前,“2022北京消费季·第三届火锅美食节”启动,多家知名火锅企业在活动现场设置火锅美食展台,同时通过线上直播的方式,将不同种类的特色火锅的美味带给网友,与大家“云吃火锅”。

此次活动由北京市商务局主办、北京烹饪协会承办。活动以“政府主办、协会搭台、企业唱戏、市民参与”的形式,搭建沟通餐饮企业与消费者之间的桥梁,促进火锅餐饮全产业链的交流与合作,增强企业的品牌影响力,让利消费者,释放消费潜力,助力企业增效。

此届火锅节将线上线下联动40多个火锅品牌近千家门店,为首都市民奉献暖暖的火锅味道。

活动现场,东来顺、京门老爆三、新辣道鱼火锅、京南第一涮、云海肴、燕京啤酒等知名品牌通过视频直播的方式,展示了各具特色的火锅美食、火锅容器、火锅文化、火锅非遗技

艺。百年老字号和火锅新品牌携手让现场的气氛也随着火锅一起沸腾。同时,展台上的各种火锅食材、预制菜类火锅、火锅到家产品,也向大家展示了更多的火锅食用场景,让新鲜、美味和便利、便捷一起触达不同需求的消费者。

火锅节上,各火锅代表品牌,以圆桌对话方式,共话火锅江湖。涮羊肉在北京有着悠久的历史文化渊源,一到秋冬季节,最解馋的当数一顿热气腾腾的火锅,一锅清汤,搭配经典手切鲜羊肉、各类细分的牛羊肉卷,再配上糖蒜、芝麻酱小料,彰显老北京涮肉的“京腔京韵”。一锅川味麻辣火锅,配上沸腾的鸳鸯锅底,吃的是热辣过瘾。而近年来兴起的潮汕牛肉火锅,牛肉讲究现宰现卖,把“鲜”字发挥到极致。精品小火锅、特色鱼火锅、云南风味蒸汽石锅鱼火锅、广式打边炉、日式火锅,在京城都能找到心仪的代表品牌。

传统京味涮肉品牌,如东来顺、鸭儿李记、老门框爆肚涮肉、壹条龙等,均有不同应季新食材、诱人的手切鲜

羊肉等新鲜上市;旺顺阁经典和牛火锅、呷哺呷哺台式火锅、黄记煌三汁焖锅等,均将推出不同程度的主题活动,以火锅“食”力塑造美好新生活。

火锅新店、首店也迎来开业迎新高峰,阳坊胜利朝阳北投购物公园“阳坊胜利·顶店”,阳坊胜利门头沟区中骏世界城店将于近期开业迎客。东来顺朝阳公园店近期开业,将传统文化氛围和“新京味”饮食文化体验于一体,精心打造“沉浸式”美食体验。

火锅节期间,将开展“百家火锅企业回馈消费者”进店享优惠。“建行生活”平台与参与活动商户共同为消费者提供包括满减优惠、积分抵现、有价券等多重福利。多个平台纷纷推出火锅节活动,多重福利享受订单到家服务。

在活动启动仪式上,由火锅品牌企业、消费者代表共同签名倡议《火锅美食节——光盘节约、从我做起》,倡议全市火锅企业勤俭节约不忘本,点餐提示要适量,品质服务守初心,菜品搭配讲科学,食材选购须安全,公勺公筷更放心。