



北京餐饮强势复苏领跑全国

部分餐企客流量已回到疫情前八成水平

□ 阎侠

“门口等位的很多，我们前面还有29桌。”北京市民陈晓于2022年12月24日当晚5点钟抵达一网红火锅店，门口就已经排起了长龙，她感叹道“久违的烟火气，感觉这次餐饮真的‘活’了”。

伴随着“新十条”等政策出台，疫情防控政策的持续优化，以及在圣诞节和元旦假期的带动下，大家开始走出家门，北京等地都迎来了客流的回归，烟火气持续升腾。

“大概是从2022年12月17日那个周末开始，来店里堂食的人越来越多。”多位北京的餐饮店老板表示，“我们对客流量的猛增也有点意外，复苏的启动时间点比预想中要早”，甚至有些措手不及，“因为当时店里有些员工也阳了，在大概一周的时间内出现了人手不足的情况。”

有商家运营经理表示：“周末两天（2022年12月17—18日）的销售额突破10万元，接待了近1000位消费者。”

这是北京餐饮业升温的真实写照，也是全国餐饮复苏的一个缩影。

“消费复苏让人心情愉悦。更让人欣慰的，是向前的每一步都算数，再不必担心哪一天又得从头再来。”2022年12月28日，某餐饮品牌创始人在自己的朋友圈记录下这一刻，背后是餐饮业三年的艰难时光，评论区引发诸多餐饮界人士共鸣。



餐饮业反弹轨迹 北京领跑全国 有店铺周末两天销售额破10万元

2022年12月24日，家住北京朝阳区，已经“阳康”5天的赵女士，终于踏出了家门，“出门第一件事就是要大吃一顿。”

赵女士和男友驱车来到了位于华贸购物中心的南京大牌档，“人是比往常多了，但也没有特别多，我们是中午到的，午饭点上座率有80%吧，不用排队，好几桌都是一个人来的，估计也是和我们一样憋坏了。”

据了解，火锅店和烧烤店是大多数消费者恢复堂食的“首选”。

“我现在就想吃点辣的。”祖籍四川的北漂彭先生，属于比较晚的“阳康”队伍的一员，因此在居家半个月之后，元旦当天他才出门堂食。

2022年12月21日，呷哺集团华北市场迎来恢复堂食的首个消费小高峰，部分餐厅客流迅速回暖，重现排队等位的场景。

“周末（2022年12月18日）当天，就餐高峰期从上午11点持续到晚上9点半最后一单堂食结束，外送订单量也持续上涨。”呷哺呷哺朝阳大悦城店运营经理胡延旭表示：“周末两天的销售额破10万元，接待了近1000位消费者，外卖单量也

近300单，奶茶更是销售了500杯。”

从全国视角来看，呷哺集团相关负责人表示：“我们的餐厅是北京市场和河北市场最先恢复人气，随后是广东、山西、河南等，均在元旦期间迎来消费高峰，江浙沪市场在这次元旦假期启动恢复，这或和每个城市消费者‘阳康’的时间节点不同有一定关系，相信不久将迎来全面复苏。”

海底捞的客流同样在全国范围内开始复苏。据海底捞相关负责人介绍，2022年19—25日，海底捞北京部分门店客流量较上周增长五成左右；海底捞广州部分社区类门店，较上周增长近20%；冬至（2022年12月22日）当天，海底捞上海打浦桥路堂食迎来近一周的消费小高峰，客流较前一日增长40%。

从北京开始，全国各地餐饮店客流量都在逐渐攀升。这个复苏轨迹也得到了一绪寿喜烧市场部总监罗懿的认同。罗懿表示：“我们的大部分门店都开在上海，是在圣诞节（2022年12月25日）当天迎来堂食高峰，那天多家门店都出现了排队的情况，客流量最高的一家门店一天接待了数百位顾客堂食。”

烟火气回归 年夜饭预订已开启 有餐企称客流量回到疫情前近85%的水平

元旦假期餐饮消费大幅回暖后，不少门店已经开启年夜饭的预订，这期间的几个星期聚餐需求仍会不断增加，消费预计能有更好的释放。

“火锅温馨热闹的聚会氛围，让海底捞成为不少人跨年过节的首选，2023年元旦期间，海底捞各地翻台率较2022年12月恢复显著。跨年夜迎来近期消费高峰，假期第二天较去年同期基本持平，其中北京、上海、杭州、西安、郑州、合肥、深圳、成都、重庆、广州、南京等地区的门店表现强劲。”海底捞相关负责人表示，海底捞位于城市热门景点、重点商圈的门店和部分社区门店，在元旦消费复苏尤为明显。

2023年1月3日，西贝餐饮集团相关负责人表示：“西贝莜面村北京地区62家门店，元旦首日客流超万人次，较圣诞节当日客流增长达70%，其中蓝色港湾、合生汇、朝阳大悦城、龙德广场等热门商圈门店的用餐人数增多，已出现等位情况。”

来自呷哺集团的统计数据也显示，疫情全面放开后，从全国门店业绩数据来看，率先恢复和爆发的是京津冀市场，大概从三周前逐步启动复苏，在元旦假期达到高峰，不少门店的营收和客流创近3年来的新高。数据显示，北京、河北、天津市场较疫情放开前同店增长320%、500%、300%以上，总体恢复无疫情前近85%的水平。

2023年餐饮业 已行至黎明破晓前 整体上越来越好是确定的

餐饮行业的复苏得益于防疫政策的调整，而这背后也离不开所有餐饮人三年的艰难求生和苦练“内功”。

作为一家在疫情中成长起来的企业，罗懿表示：“我们的首家门店是在2019年3月开业的。疫情的确对餐饮业提出了更高挑战，但和大多数餐企一样，这三年，我们在维持生存的同时，也在积极修炼内功，在供应链、仓储物流、菜品研发创新等方面全面提升自己，满怀信心迎接疫情后的春天。”

在罗懿看来，做餐饮本就不可能一成不变，永远是在不确定性中寻找确定的东西。“保持对消费者的洞察一直是我们在做的事情，比如，当下的消费环境已经发生了很多变化，消费者的消费习惯也在改变，他们更加理性，也更有目的性。而我们则会随之调整研发方向和运营模式。”

罗懿说：“2023年依然存在很多不确定性，但是，餐饮业整体上会越来越好是确定的。”

“防疫政策的明朗给餐饮行业带来了‘确定感’，但这并不意味着挑战的结束。未来一段时间，随着国家防疫政策的不断优化及人们对疫情心态的放平，今年年中前后市场或将恢复到2019年疫情之前的状态。在我们看来，餐饮行业已行至黎明破晓前，市场将不断回暖，也必将迎来新的发展机遇。”西贝餐饮集团相关负责人表示。

中国饭店协会副会长徐国华分析指出：“2022年是疫情形势最为复杂多变的一年，加速了饭店行业的升级与更替。这一年里，饭店行业呈现出诸多新特征，数字化、绿色化、标准化等要素多形式深度嵌入传统饭店行业，不断适应市场变化；拓展培养上下游产业链，产业持续向多元化方向发展。当前，疫情防控政策逐步放开，饭店行业正在迎来新一轮的发展与变革，随着社会经济的逐步恢复，2023年饭店行业必将迎来全面复苏。”