



餐饮业复苏势头强劲 消费活力加速回归

餐饮市场持续升温

下午5点左右,位于湖北省武汉市楚河汉街的肥肥虾庄门口,已经坐满了等位的食客。肥肥虾庄楚河汉街店的工作人员表示,门店从上午11点开始营业,基本都是满座的状态,遇到节假日,排队等位更是常态。

武汉餐饮业协会调研数据显示,今年以来,餐饮休闲消费持续火热,“五一”假期武汉仅小龙虾就卖出300多吨。

餐饮市场持续升温,全国各地街头巷尾也呈现出一派火热的烟火气景象。在北京多个商圈发现,节假日期间,拿号排队已是常态,不少餐厅在工作日也座无虚席。延吉餐厅副总经理刘小溪表示,刚刚过去的端午小长假期间,每天排队等位的顾客都超过100桌。

餐饮堂食火爆,线上外卖订单量也不断攀升。刘小溪说,“到用餐高峰时,从前厅到后厨,甚至行政、后勤都来帮忙配菜、打包。”

“得益于一系列促消费政策落地见效,餐饮业开局良好,消费加快恢复。”中国烹饪协会会长杨柳分析,商务部积极开展“中华美食荟”系列餐饮促消费活动,推广餐饮品牌,提振餐饮消费。各地积极响应,陆续开展多项活动提升消费。比如,北京将打造5条左右的“深夜食堂”特色餐饮街区,引进100个左右国内外知名美食品牌,培育约6000家具备较强数字化营销能力的餐饮商户,示范带动全市餐饮业创新餐品、优化环境、提升服务。广东省为提振餐饮消费信心,着力推动“互联网+明厨亮灶”建设,让消费者了解餐饮食品加工关键过程,让消费者安心点餐、放心用餐。

为进一步提振消费活力,6月份以来,成都、泉州、承德等地的政府部门联合美团,通过发放消费券、开展主题营销等各类促消费活动助燃夏季消费体验。“消费者不断高涨的消费热情有助于进一步扩大内需,持续激发消费潜力,助力国内经济向好向稳发展。”美团研究院副院长厉基巍认为,一方面,随着旅游市场的复苏,餐饮业热度将持续上升;另一方面,随着各地夜经济的开展,本地消费者的消费潜力也将进一步释放。

企业信心逐步增强

随着餐饮消费的持续向好,餐饮企业的投资信心也逐步增强。企查查数据显示,今年1—6月份,全国餐饮相关企业新注册量累计达209.6万家,同比增长27.1%。

“我们感受到消费复苏步伐非常快,行业信心大增,必须加速投资布局,提升管理能力,把握消费复苏的大好机遇。”茶饮品牌奈雪的茶董事长赵林介绍,目前,品牌已经跨过全国千店门槛,今年的新开店目标是600家。

餐饮业复苏势头强劲,对于全年消费提振将起到重要的促进作用。“目前,麻六记北京门店销量同比增长约10%。”北京麻六记餐饮管理有限公司CEO安勇透露,麻六记共拥有21家门店,今年还计划新开12家门店。

值得关注的是,商务部发布的《城市居民消费习惯调查报告》显示,我国60%的消费发生在夜间,夜经济已成为餐饮消费的“黄金时段”。进入5月,气温逐渐升高,热浪来袭的同时也进一步催热了“夏日夜经济”。广州市商务局公布的数据显示,广州夜间营业的餐饮店铺已超过15万家,零时仍在营业的餐饮商家占比超25%。

每天营业到凌晨的餐饮企业感触最大。“肥肥虾庄的拓店步伐从未停歇。”肥肥虾庄创始人柴标举例说,截至目前,肥肥虾庄在全国共开设了38家直营门店,拥有2000多名员工。在柴标看来,作为全国最大的小龙虾养殖基地,湖北小龙虾产量连续多年蝉联国内第一,具有发展小龙虾产业的巨大优势。同时,小龙虾具有夜宵属性,是夜经济不可或缺的组成部分。对于未来发展,肥肥虾庄的目标十分清晰:2025年在武汉开到50家门店,与此同时,将西安和深圳两个城市“打通”,再往其他城市走。

“促进夜间经济发展是拉内需、稳增长、促消费的有力抓手,可以满足居民多元消费需求。”杨柳认为,进入5月,餐饮市场持续回暖,夜经济烟火气十足就是最好的例证。美团数据显示,“五一”假期前3天,全国夜间消费规模占比达55%,较去年同期上涨134%。

提高数字化运营能力

今年以来,直播电商、即时零售等新业态新模式蓬勃发展,网络零售保持快速增长。数据显示,1—5月份,全国实物商品网上零售额为4.81万亿元,同比增长11.8%,占社会消费品零售总额的比重达25.6%。

“以前开店靠守,好酒不怕巷子深。现在,没有守的时间和机会。”柴标说,随着互联网时代的到来,做餐饮既要懂产品,又要懂营销,努力做全能手。目前,肥肥虾庄部分门店70%~80%的客流来自互联网平台核销用户。

“餐饮业加速数字化转型,不断提高数字化运营能力是必修课。”武汉餐饮业协会会长刘国梁说,越来越多的消费者习惯于线上搜索、打卡餐厅,传统餐饮必须适应这种趋势,除了用心经营好线下门店外,还要积极打造好线上门店、上线外卖、数字化运营等,赋能餐饮企业数字化转型。以“扫码点餐”为例,“扫码点餐”可以提升消费者的消费体验,提高餐饮运营的整体效率,还可以帮助商家用数字化系统记录下各类餐品的销售情况,再反哺到商家的经营环节。

不过,对于很多中小餐饮企业来说,从传统的线下拓展到线上经营并非易事。“生活服务在线化发展还有很大空间。”美团高级副总裁张川认为,美团长就是利用数字技术帮助餐饮商家拓展到店套餐、自提、外卖、订座、排队等多种服务新场景,以更好地满足当下消费者的消费需求。比如,大众点评必吃榜通过线上流量扶持、数字化经营指导等措施,在实体餐饮门店的确定性经营、服务零售标准化等方面持续发力。据统计,2022年首次上榜的餐饮商户线上浏览量提升了56%,门店线上订单量增长21%。

“目前,餐饮消费日益回归大众化,餐饮企业应转变经营思路,抓准消费定位,研究消费新模式,提升性价比,共同迎接消费新热点。”杨柳说,面对即将到来的暑期,餐饮业有望迎来新一波消费高峰,要持续挖掘特色,提高运营效率。同时还应持续制止餐饮浪费,保障食品安全,以高质量产品促进行业高质量发展。(吉蕾蕾)

北京多家餐企 推出“头伏饺子”

本报讯 李佳 俗话说“头伏饺子二伏面”,一盘热气腾腾的头伏饺子,既顺应时令节气食俗,又承载着市民夏季食养需求。7月11日迎来了头伏,从老字号云集的北京华天了解到,近期华天所属惠丰饺子楼、同和居、鼓楼马凯餐厅、庆丰包子铺、华天二友居肉饼等多个老字号餐厅,入伏饺子消费需求旺盛销量走俏。

为了备战头伏,多家老字号餐厅从馅到皮创新调配,令人耳目一新;主打手工水饺的惠丰饺子楼更是为人伏当天备货面粉800斤,员工提前上岗保证供应。此外,部分华天所属餐厅还为外卖小哥提供防暑降温饮品,为小哥送上夏日清凉。

近日,笔者来到了位于西四北大街的惠丰饺子楼。据了解,往年头伏,该店基本处于“爆单”状态。上午11时许,店内已是座无虚席,服务员忙碌穿梭其中。惠丰饺子楼经理许世鹏介绍,进入七月以来,到店来吃饺子的顾客就多了起来,每天订单如流水般涌入后厨。“要说最受欢迎的还是三鲜、鲅鱼和茴香猪肉。”许世鹏介绍道,“我们的三鲜水饺每个饺子里都有一个虾仁,很多顾客好这口儿。”许世鹏表示,根据往年的销售数据分析,周二入伏当天,惠丰饺子楼饺子销量预计将突破6万个。

据许世鹏介绍,除了菜单上已经有的十几种馅料外,今年惠丰饺子楼还新添加了鲜贝馅饺子,“主要是想让大家换个口味,尝鲜的同时营养也能更均衡。”许世鹏说道。为了备战头伏,店里已备好所需原材料,“头伏是夏季重要节气,我们比平日备货量多3倍。”在庞大的饺子备货量和销量,背后离不开后厨师傅的辛勤付出。据介绍,入伏当天需用到至少800斤面粉,后厨和面点师傅早上4点半就得上岗准备,到了早上5点,40多位员工便已全员上岗,几乎一刻不停才能满足头伏饺子的供应需求。

在惠丰饺子楼外卖窗口,除了堂食吃饺子,还有不少消费者是特意来买速冻饺子的。为减少顾客等待时长,惠丰饺子楼还特意推出了现包打冷的生饺子。来买饺子的顾客王女士说:“超市卖的速冻饺子口感还是差点意思,这么多年每逢重要时令节气,我就特意来买惠丰饺子楼的手工饺子,跟店里吃的一个味儿,买回家自己煮,吃不完就冷冻,好吃又方便。”

除了惠丰饺子楼,北京华天旗下不少老字号餐厅也推出多种口味的头伏饺子。“中轴线上美食明珠”鼓楼马凯餐厅和主打京味小吃的华天二友居肉饼店都推出鲜香味美的猪肉大葱饺子;QF包子铺的入伏饺子有虾仁三鲜、鲅鱼三鲜、牛肉芹菜、猪肉白菜、韭菜鸡蛋等多种馅料,新增了蒸饺,并创新性地以南瓜为料加入饺子皮,金灿灿的色泽令人食欲大开;同和居推出猪肉大葱、猪肉三鲜饺子,满足消费者不同口味需求。

据悉,北京华天所属同和居、同春园、鼓楼马凯餐厅等餐厅、惠丰饺子楼等品牌餐厅还给外卖员免费提供藿香正气水、酸梅汤、绿豆汤、柠檬水等防暑降温饮品,以感谢外卖小哥在酷暑天气的辛勤付出。“餐厅工作人员会提醒外卖小哥多喝水,还可以把柠檬水罐到自己水杯里带走,另外我们也准备了中暑应急药品以备不时之需。”鼓楼马凯餐厅副经理陶然介绍,尤其是现在专门设立了外卖通道,改变了传统送餐方式,等后厨送餐完成后外卖小哥才会到店,基本进来拿了就走,大大缩短了小哥等候时长。