正值三季报集中披露期,同庆楼、全聚德、金陵饭店、奈雪的茶等多家餐饮上市公司相继报喜,前三季度业绩迎来强势修复。在热门商圈实地可以看到,不少餐厅门外大排长龙,餐厅内更是座无虚席。业内人士表示,今年前三季度,随着促消费政策的持续发力,餐饮市场繁荣活跃;展望四季度,餐饮服务消费仍具有较大增长空间。

餐饮行业复苏势头强劲

餐饮消费需求释放

日前,全聚德发布2023年第三季度报告。报告显示,2023年1—9月,公司实现营业收入10.9亿元,同比增长93.15%;实现归属于上市公司股东净利润7174.64万元,同比增长140.90%。全聚德表示,2023年以来,我国餐饮消费需求大幅释放,餐饮市场明显回升。公司抓住机会抢抓创效,开展以“增誉、增收、增效”为主题的“百日攻坚”行动,7—9月实现营业收入4.22亿元,同比增长78.09%;实现归属于上市公司股东净利润4382.97万元,同比增长292.98%。

同样是中华老字号餐企,同庆楼日前也发布公告称,公司预计前三季度净利润为1.76亿元至2.39亿元,相比去年同期预计增加8859.07万元至1.51亿元,同比增长100.88%至171.78%。同庆楼表示,今年前三季度,公司的三轮驱动战略已初步成形,餐饮业务稳步前进,宾馆业务已经驶上发展的快车道,食品业务增长迅速,三个板块业务相互之间正在形成积极的正循环机制,预计公司未来业绩将因此持续攀升。

金陵饭店在业绩预告中也表示,预计前三季度实现归属于上市公司股东的净利润5500万元左右,同比上升82.42%。受旅游酒店市场回暖,餐饮、住宿等消费需求增长的因素影响,公司加强经营创新,酒店板块经营业绩比上年同期增长较大。

不止老牌饭店,作为“新茶饮第一股”,奈雪的茶日前也发布了前三季度

运营情况。伴随餐饮消费强势回暖,其营业门店数量显著增多,扩张步伐明显提速。截至9月30日,奈雪的茶共经营1360间直营门店,今年第三季度净新增166间直营门店。

餐饮收入增幅领先

近日,国家统计局发布最新数据显示,9月,我国社会消费品零售总额39826亿元,同比增长5.5%;餐饮收入4287亿元,同比增长13.8%;限额以上单位餐饮收入1158亿元,同比上升12.8%。

今年1—9月,社会消费品零售总额342107亿元,同比增长6.8%;餐饮收入37105亿元,同比增长18.7%;限额以上单位餐饮收入9702亿元,同比上升18.9%。

国家统计局副局长盛来运表示,今年经济运行恢复常态,出行大量增加,餐饮火爆,服务消费恢复较快。

中国烹饪协会分析认为,9月全国餐饮收入,限额以上单位餐饮收入增速较去年同期分别上升15.5个、12.7个百分点。1—9月,全国餐饮收入,限额以上单位餐饮收入增速分别比上年同期上升23.3个、22.8个百分点。值得注意的是,今年前三季度,餐饮收入同比增幅领先社会消费品零售总额同比增幅11.9个百分点。

今年前三季度,随着促消费政策的持续发力,餐饮市场繁荣活跃,餐饮消费持续较快恢复,拉动内需作用不断增强。餐饮行业复苏走在前列,一马当先。

看好四季度餐饮消费

日前,在热门商圈实地走访发现,不少餐厅门外大排长龙,餐厅内更是座无虚席。

一家街边自助火锅店更是一桌难求。由于空间有限,不少没位子的顾客“看准时机”,待前面客人用餐完毕离位后,还没等服务员收拾桌面,便“抢”好了位置。

相比起来,全聚德的等位顾客则显得更加“从容”一些。下午1点,在北京全聚德和平门店,发现前面还有30桌在等位,预计等位1小时。门店相关负责人表示,近几个月,除非提前预订,不然无论周末还是工作日,客人来了大概率都要等位。为了给顾客带来更好的体验,目前是安排等位顾客到门店七楼的全聚德展览馆休息,客人可以边参观边等候。

实际上,第四季度的餐饮消费热潮在今年中秋国庆假期便拉开了序幕。美团、大众点评数据显示,假期全国餐饮堂食消费规模较2019年增长254%。中秋国庆假期,全聚德全国餐饮门店接待顾客24.9万人次,同比增长67%;餐饮营业收入同比增长95%,创下近年来接待人次和销售新高。

业内人士认为,餐饮消费热度持续走高,进一步推升服务消费需求。展望四季度,餐饮服务消费仍具有较大增长空间,加之上年同期基数较低,中秋国庆假期消费爆发以及相关政策进一步发力,餐饮消费有望延续复苏态势。

(罗京)

镇店名菜剩余原料变身创新菜品

本报讯 王薇 以鱼头泡饼起家的旺顺阁,每天鱼头的点单率超过90%,剩余的大量鱼身都去了哪?葱烧海参和三不粘是华天同和居饭庄的镇店名菜,制作这些菜品后剩余的大量葱叶和蛋清又能做出什么美味佳肴?从旺顺阁和同和居了解到,为将菜品原材料做到物尽其用,他们一直在研发相关菜品。

旺顺阁的鱼头几乎是每桌顾客必点的镇店菜,为了充分利用鱼身,研发团队一直在探索着各种不同的烹饪方法。据旺顺阁相关负责人介绍,部分门店推出了全鱼宴,鱼头做泡饼,鱼肉制作成鱼丸做汤,鱼尾制作成清蒸油泼鱼;还有相当一部分的鱼身被制作成了红烧鱼块进入外卖菜单,成为烧鱼饭;今年,旺顺阁门店还推出了“旺顺椒麻水煮鱼”,鱼身的做法又增添了新品种。

此外,从华天同和居饭庄了解到,葱烧海参和三不粘都是他们的镇店名菜,这些菜品剩余原料的再利用,也需要巧心思。“葱烧海参”以其葱香四溢、海参口感顺滑而成名,主要原料是海参和葱白,大葱的剩余部分也不浪费,葱段烹制菜品、葱叶炸制葱油儿,更加增添了菜品的香气。三不粘的主要原料鸡蛋黄,剩余的大量鸡蛋清如何消化?经过无数次的研发,同和居以鸡蛋清为原料制作出了芙蓉鸡片、海棠滑豆腐等菜品,这两道菜因其鲜嫩软滑,符合中老年人的口味。还有老北京特色菜品芥末墩儿,芥末墩儿为了保持口感,使用的是白菜的中段儿,团队利用剩余的白菜心儿,制作出虾干白菜心,受到好评。

北京“食物驿站”可免费领餐厅未售出食物

本报讯 杨天悦 近日中午,20多位市民和环卫工人在肯德基前门餐厅排成一排,和寻常排队买东西不同,大家伙儿是在等着领取“食物驿站”里的食物。烤翅、鸡排、鸡米花……餐厅未售出的余量食物,被市民带回家中重新加热后就能食用。目前,这样的“食物驿站”在北京已有10家。

“这些都是餐厅未售出的余量食物,只可在领取当天食用,且只可复热1次。”在食物驿站冰柜旁,工作人员耐心地提醒市民,按需拿取。

去年8月,北京首批6家“食物驿站”正式亮相,向周边有需要的市民免费分享炸鸡排、烤翅、油条等餐厅的余量食物,倡导珍惜食物、减少浪费。发展至今,食物驿站已在全国100多个城市开设超过580家,其中北京地区共有10家。

近日,食物驿站也发起了“一起食尽其用,自然更有爱”全国公益行动,联合圣农食品、噢麦力、桂格燕麦、大江食品、金翼、千味央厨、龙大美食7家供应商,把2万份余量食物礼包无偿赠予有需要的人。

活动当日,中国消费者协会、中国消费者杂志和肯德基中国共同发布了《反对食物浪费新餐饮消费主义公益行动倡议》,号召消费者共同践行节约。

经由第三方机构专业测算,截至2023年9月底,全国食物驿站送出的食物在有效减少浪费的同时,为地球减少近764吨碳排放。据介绍,未来餐厅将持续重视按需生产,尽量在生产端避免浪费,同时继续通过包装减量、节能降耗、加强废弃物管理等打造可持续餐厅。

“一老一小”成外卖消费新增量

本报讯 张伟克 日前,2023外卖高质量发展暨健康生活论坛在北京举行。论坛上,美团外卖联合中国连锁经营协会等多方发布《外卖服务健康需求机会点洞察报告》(以下简称《报告》),为外卖餐饮企业提供切实有效的行动建议,助力消费者实现更加健康、美好的生活。此外,主办方还启动了“美好儿童餐计划”,推动儿童膳食往更健康、更品质方向发展。

“一老一小”成外卖消费新增量,中式健康餐呈爆发性增长

《报告》显示,消费者对外卖就餐的接受度和行动力在不断提升。超九成消费者较过去2年更加认可外卖这一就餐方式,逾1/4消费者提升了外卖消费频次,外卖场景延伸至家庭,“一老一小”成为消费新增量。《报告》显示,65%的家庭给孩子点过外卖,25%的家庭为老人点过外卖。58%的消费者给孩子或老人点餐时,会结合其需求及自身判断来做选择。

《报告》指出,“清淡控糖”成为人们饮食的主动需求,2023年“少油”“少盐”“少糖”等关键词在美团外卖的日均搜索频次较2021年同比大幅增长,“少糖”相关搜索词同比增长901%。此外,中式健康餐外卖订单量呈爆发性增长。数

据显示,2019—2022年间,该品类订单量年同比增速分别为:337%、134%、260%。

《报告》指出,数字化在餐饮领域的应用,从消费端看,不仅满足了更便捷、高效的点餐和配送服务,还提供了更多关于食品安全、营养价值和健康选择的信息。从供给端看,在拓展用户半径、提升供给品质、增强信息触达等多个层面,都为餐饮品牌服务健康需求提供了新机遇。

启动“美好儿童餐计划”,推动儿童膳食更健康化、品质化

儿童餐在外卖平台的火热,也让越来越多消费者关注外卖儿童膳食的健康问题。《报告》中指出,据2022年美团外卖数据显示,儿童餐订单量同比增长300%,54%的家长在为孩子选择健康食物时会非常关注“食材多样性”及“蔬果充足”。

为此,在论坛上还启动了“美好儿童餐计划”。该计划将通过美团外卖神抢手直播新工具,搭建品质儿童餐专区;携手营养专家打造健康菜单,开展主题工作坊,为商家开发专属培训课程;多渠道构建儿童健康膳食科普传播阵地等多种方式,推动儿童膳食向更健康、更品质的方向发展。

该计划引起了与会餐饮商家们的响应。眉州东坡表示,眉州东坡在儿童餐配置方面,在专业儿童餐的基础之上做了食材升级。从食材的配比、营养、成分、质量都有更高的要求来保证餐品营养健康的均衡。麦当劳、全聚德、维小饭、cococoon等参会嘉宾分别介绍了在500大卡套餐及开心乐园儿童餐、一人食“小份菜”、数字化饮食等方面的创新举措。

除了发布“美好儿童餐计划”外,美团副总裁开莉介绍,美团外卖近年为了推动外卖健康、品质化发展,在需求洞察、供给升级、健康科普、学术研究等方面开展了持续探索。

“外卖行业的兴起最初是为了让消费者吃得更方便、更快捷,随着国民经济水平提高,我们应该由‘吃得到’变成‘吃得好’。”中国工程院院士,国家食品安全风险评估中心研究员、科技总顾问陈君石表示,可喜的是,外卖行业也在不断优化服务,包括制定了一系列行业服务标准,推出了“外卖封签”、环保包装和无接触配送等产品,这些规范和行动转变,使得外卖行业的服务与消费者安全、健康的消费需求相匹配,让消费者吃得放心、吃得健康。