

首店“上新”激发消费新动能

本报讯 郑明珠 近日,湘辣辣华北首店在朝阳大悦城试营业。中午12时,店内已坐满,门口还有大约20桌在排队。“这是湘辣辣走出珠三角地区的第一家门店,早在成立之初,湘辣辣的目标就是全国市场,此次进入北京是计划之中,同时,此时进入北京也是多方因素综合考量的决定。”湘辣辣品牌中心总经理陈思接受媒体采访时说。

近年来,北京成为众多品牌进入亚洲、中国、华北地区的首选之地,众多首店扎堆亮相,几年之间,全球首店、亚洲首店层出不穷,创新概念店、旗舰店、限时体验店竞相落地。

首店扎堆亮相的背后,是一系列利好政策的出台。早在2019年3月,北京市商务局就出台了首店1.0支持政策,此后相关扶持政策不断升级完善。“真金白银”的投入之下,“首店经济”强势起飞。与此同时,2021年北京成为全国5个率先开展国际消费中心城市培育建设的城市之一,首都消费市场“高科技、大平台、多商圈、重品质、强保障”优势特点不断凸显。品牌首店引进将成为北京构建“购物之城”的关键,目前各方面正在齐心聚力,力争到2025年将北京市打造成全球首发中心。

“首店”成餐饮行业重要关键词

“首店”成为越来越多消费者选择逛吃购物地点的关键词,“先人一步”品尝美食、打卡新店逐渐成为一种时尚潮流。

湘辣辣是2021年在广州创立的湘菜品牌,主打分部位现炒黄牛肉,目前已经开了40多家门店,主要聚集在珠三角地区,多次登上大众点评的深圳、广州湘菜好评榜、口味榜、服务榜等前列。

湘辣辣品牌中心总经理陈思在接受媒体采访时表示,湘辣辣在进驻北京之前经过了实地调研,发现北京的湘菜餐饮品牌发展大多不错,生命力旺盛,而且消费者接受度也比较高。“湘辣辣成立的初衷就是迈向全国,北京是我们走出珠三角地区的第一站,此时进入北京市场也是品牌考量多方因素之后所做的慎重决定。”陈思介绍,湘辣辣已经开了40多家店,预计到12月底直营门店数量将超50家。

和湘菜一样,精酿啤酒也颇受北京消费者的欢迎。借助“首店”这把火,众多精酿小酒馆遍地开花。

每逢周末晚上,位于通州副中心大融城商业区的Canal Beer Factory·啤酒工厂就会坐得满满当当,这里已逐渐成为周边年轻人聚会放松的选择地之一。作为北京首店,这家店于今年10月7日在通州副中心大融城商业区开业,是一家集精酿啤酒、餐饮和现场演艺为一体的潮流酒吧。“开业后,来打卡的年轻人络绎不绝,超过六成的客人成为酒吧常客。酒吧面积150平方米,一共有26桌,周五、周末的晚上是高峰期,几乎满座。”啤酒工厂·Canal Beer Factory创始人刘青龙表示,后续他们计划在朝阳、顺义等地区的高端社区开设分店。

仅是过去的4个月,就有多家热门餐饮北京首店开业。8月,茶饮品牌“霸王茶姬”北京首家旗舰店在朝阳合生汇亮相。9月,蛙来哒“超级夜市”在长楹天街开业,这也是蛙来哒在此前5种门店版本之后,再次升级的“6.0”



近日,湘辣辣华北首店在朝阳大悦城试营业。

版。同月,椰子鸡火锅头部品牌“椰妹”北京首店落户朝阳大悦城,这是“椰妹”在包括南宁、广州、成都、佛山等地开出26家直营门店后首次北上,未来“椰妹”计划在北京开出20家分店。

9月5日,2023北京餐饮品牌大会现场发布的《2023北京餐饮业观察报告》显示,“首店”是餐饮行业的关键词之一,北京首店经济发展展现出稳中向好态势。

据选址中国数据显示,2023年前三季度,北京共迎来718家品牌首店落户,新增首店数量比去年同期增加16.6%,首店政策引导效应显著。从首店类型看,全球首店2家、亚洲首店3家、中国(内地)首店68家、北京首店645家;从品牌属地看,国外品牌75家,占比约10.4%,来自欧洲、亚洲、北美洲、大洋洲的17个国家和地区,其中法国品牌最多,有19家;从业态分布看,餐饮业态共428家,占新增首店数量比重约59.6%,是第一大业态;零售业态184家,占比约25.6%。

商圈与首店双向奔赴、相互成就

今年以来,政府、行业、企业协同发力,北京市消费市场加速回暖、持续向好。与此同时,在北京加快推进国际消费中心城市建设的背景下,新消费趋势引领的新业态、新场景层出不穷。品牌首店在京城“多点开花”,既是政府通过多种方式为首店的人驻培育“沃土”,也离不开商业综合体的资源倾斜。

选址中国数据显示,2023年前三季度,CBD、王府井、三里屯等北京三大高端商圈保持“首店收割机”强劲势头,合计吸引150家首店进驻,包含国际品牌首店42家。

国贸商城相关负责人表示,国贸商城一直是国际国内品牌首店、旗舰店的聚集地,商场孵化能力很强,许多品牌首店选址国贸商城后很快就能顺利扩张品牌的开店版图。据介绍,2020—2023年之间有几十家首店品牌进驻国贸商城。截至今年三季度已有多家首店入驻,首店品牌中有户外运动天花板级别品牌攀山鼠,有元古生活为国贸量身打造的中式美学甜品店塘所,还有来自瑞士的国宝级巧克力品牌莱德拉Laderach。据了解,莱德拉巧克力开业后颇受消费者欢迎,60平方米的店铺创造出月销售额超300万元的业绩新高。

“众多首店的开业,为北京消费者

提供了更多的新鲜选择,同时也提升了CBD商圈的国际化氛围,国贸商城将持续努力引进更多的品牌首店,助力北京国际消费中心城市建设。”国贸商城相关负责人表示。

政策不断升级支持力度加大

北京是较早发布“首店经济”政策的城市,早在2019年3月,北京市商务局就出台了首店1.0支持政策,相关扶持政策不断升级完善。今年3月,为进一步加大国际品牌引进和本土品牌培育,着力将北京打造成国内外知名品牌集聚地和原创品牌孵化地,北京市商务局制定了2023年度鼓励首店首发项目申报指南,持续支持在京注册独立法人企业开设品牌首店,加大对零售品牌的支持力度。

该申报指南包含三个支持方向,均是对在京具有独立法人资格的企业:一是在京开设的品牌首店、旗舰店、创新概念店,二是引进在京纳统企业开设的零售类品牌首店、旗舰店、创新概念店,三是在京举办的国内外知名品牌新品发布活动。在支持力度上,零售品牌亚洲首店、中国(内地)首店的最高支持分别为500万元和200万元,北京首店、旗舰店、创新概念店最高可获100万元支持。另外,对于国内外知名时尚消费类品牌在京举办的新品发布活动,最高可支持200万元。

北京市商务局发布的相关数据显示,自2019年起,北京市相继出台首店支持措施并根据首店政策执行情况不断优化项目申报指南,2019—2022年共引进2774家首店,在数量上稳居国内首店经济第一梯队。

今年以来,北京以培育建设国际消费中心城市为主线,以时尚零售作为先行领域,发挥首店3.0措施、促进时尚零售、北京消费季支持政策叠加效应,全力打造“一节四中心”,引进更多国内外品牌总部、首店、旗舰店、创新概念店、中华老字号落地北京,汇聚品牌在京举办新品首发、首展、首秀活动,形成专业集中度高、科技融合度高、品牌转化率高、资源整合力强的时尚消费高地。

从北京市商务局了解到,品牌首店引进将成为北京构建“购物之城”的关键,根据《北京培育建设国际消费中心城市实施方案(2021—2025年)》,力争到2025年,吸引国际国内品牌在京开设超3000家首店、创新店、旗舰店,将北京市打造成全球首发中心。

西城区德胜街道开展餐饮行业职业技能展示活动

本报讯 陈曦 于兰 近日,由北京市西城区德胜街道总工会组织的“德胜地区餐饮行业职业技能展示”活动在皇城老妈火锅店举行。活动吸引了地区8家餐饮企业41名选手报名参加。

本次活动分为两部分,一部分是技能展示,包括工装展示、才艺展示、成品展示;另一部分是技能比赛,包括摆台、刀功、面点。

技能比赛中,刀功比赛最为激烈,比赛要求选手在1分钟之内将黄瓜切片拉花、土豆切丝,评委根据切丝的均匀及美观进行打分。北京永乐饭店有限公司李磊获得刀工比赛一等奖,他激动地说:“刀工的好坏在于平时的勤学苦练和日积月累,只有多加练习,多向前辈请教,才能取得更大的进步,这次活动为我们提供了一个展示风采的平台。”

随后的展示环节,来自北京辽宁饭店的宋光华展示了用不同果汁、调料和香果调出的饮品和含有少量酒精的饮品,得到了现场观众的赞扬;北京德胜门华宇假日酒店的张鹏展示了中式面点,他用一根面拉出又细又长的一盘长寿面条,引得观众连连赞叹;北京蜀国演义餐饮有限公司的李祥兵现场展示了面点食雕和面点小制作,让观众大饱眼福。此次餐饮技能展示比赛的裁判长表示:“今年参赛内容很丰富,像这样的厨艺技能展示赛既提高了厨师技能,也促进了地区餐饮业交流。”

德胜街道总工会相关负责人表示,通过此次促进行业交流,提升企业品牌档次、服务水平,更好地为消费者服务。同时,也为餐饮行业提供一次相互交流、相互学习、提高技艺的机会。

北京信息科技大学举办美食节

本报讯 孙云柯 近日,“Z世代 融味来”2023年北京信息科技大学美食文化节在昌平沙河校区第一食堂开幕。北京大学、中国人民大学、北京师范大学等13所在京院校、17家社会企业和校内服务商共30家单位与信息科大师生共赴美食盛宴。

美食文化节的主会场位于学校第一食堂一层、二层。外焦里嫩的烤鸡腿、口感香辣的烤串、形色诱人的糖葫芦,还有口感丰富的披萨、意面……各类美食琳琅满目、香飘校园。师生们开启逛吃模式,大家三五成群,边品尝、边交流,为自己的“心中最爱”扫码投上一票。

美食节还设有美食文化交流环节。中式象形面果技艺传承人张丽华还为同学们讲授了国宴非遗面点文化,并现场演示制作。北京金丰餐饮有限公司企划部经理徐勇围绕“宫廷细八件美食文化研究”主题,为同学们揭开宫廷美食的神秘面纱,讲述服务北京双奥的美食故事。《科技赋能 智慧餐饮》主题讲座通过对炒菜机器人、智能蒸烤箱、送餐机器人、智慧餐线的展示和讲解,介绍了科技赋能、智慧餐饮发展的现状,体现了北京信息科技大学理科院校的信息特色。

考虑到沙河校区周边社会配套服务相对匮乏,学校在校园生活服务保障上下了大力气,目前在沙河校区两个食堂引进了50余种餐饮品类,包括中西餐、各种风味小吃等。后续学校将对本次美食节的投票进行汇总统计,对广受师生欢迎的美食进行研究制作,或考虑引入校园,满足师生舌尖上的期待。“作为新校区的首批学生,我见证了新校区基础设施逐步完善的过程。多功能教学楼、丰富的文体活动场所,为我们提供了优质的学习环境。此次美食节不仅仅让我品尝到了各具风味的美食,也让我感受到了传统美食文化与现代科学技术的碰撞,体验到了我们学校的‘信息特色’。”北京信息科技大学经济管理学院2021级学生徐哲说。