

北京元旦餐饮消费增势强劲

商场▶▶

**推出400余项活动
销售额25.1亿元**

元旦期间,北京商场交出了2024年的第一份成绩单。

1月1日,北京市商务局发布数据显示,元旦期间,重点监测的百货、超市、专业专卖店、餐饮和电商等业态企业实现销售额25.1亿元。其中,餐饮消费增势强劲,同比增长27.9%。全市60个重点商圈客流量2217.5万人次,同比增长40.5%。

元旦期间,北京市推出了400余项活动,吸引众多消费者来到线下体验、购物,假期消费活力加速释放。笔者从多家商场获悉,元旦期间,通过举办跨年活动、艺术展览及优惠促销,多项目实现了客流、销售额双增长。

从单体项目来看,西单大悦城假期首日销售客流同比增长约5%,跨年夜客流增长超10%;北京荟聚跨年夜当天,客流人数达到全年高峰;2023年12月30日正式开业的王府井喜悦,当天客流突破10万人次;假日前两天,中粮·祥云小镇双日销售同比上涨6.8%,双日客流达13.8万人次,同比上升42.7%。

王府井商圈作为本地人及外地游客的汇集地,据北京市商务局数据,元旦期间客流量达62.9万人次,同比增长77.3%;中关村商圈、前门大栅栏商圈客流量分别达26.3万人次、24.1万人次,同比分别增长92.7%、93.5%。

元旦期间,各大商场为了争夺客流招

北京商业交出了**2024**年的第一份成绩单。元旦期间,北京市推出了**400**余项活动,吸引众多消费者来到线下体验、购物,假期消费活力加速释放。1月1日,北京市商务局发布数据显示,元旦期间,重点监测的百货、超市、专业专卖店、餐饮和电商等业态企业实现销售额**25.1**亿元。

数尽显,不仅有各类满减促销,还有融合多样体验的丰富活动。凯德集团北区在元旦期间开启“凯心季”,推出华北区线下首展“蛋仔派对”,以游戏IP展览吸引相关粉丝客群;大悦城控股北京大区商业发起“共画中国龙”跨年骑行活动,30余位骑行爱好者围绕北京二环完成了一场65KM“龍”字路书骑行;据朝阳大悦城方面透露,元旦期间,黄金珠宝、女装零售及餐饮成为场内的热门业态,同时,卡通形象卡皮巴拉华北首开展以来排队不断。

亮眼成绩单背后,北京商场即将开启新一年的挑战,同时,商业市场也同样充满新机遇、新增长空间。时尚透明度创新中心创始人杨大筠在接受媒体采访时表示,2024年,北京商业市场将伴随着人们消费力的恢复被进一步激活。“人们对于更美好生活、更优质商品的需求持续增长,商业企业、品牌要抓住契机,注重细节、价值,回应市场需求。”杨大筠说。

餐饮▶▶

**营业额增八成
景区餐厅成热门打卡地**

新年首日,出去“撮一顿”成为了许多

此,部分老字号更是受到食客们的青睐,元旦假期,同和居什刹海店销售额比去年同期增长50%,同样位于什刹海景区的鼓楼马凯餐厅中午散座每桌翻台4~5次,一天下来每桌翻台8~10次。

事实上,为了迎接这一跨年假期,餐饮企业更是提前开启了准备工作。在假期开始前,北京新世纪青年餐饮集团相关负责人就表示,旗下青年餐厅、青年公社以及青年星厨元旦三天假期接到预订1300桌左右,预计元旦假期营收较去年同比上涨30%左右。为此,公司在食材准备上相较于平时增加了25%~30%。同样提前规划的还有海底捞,截至2023年12月27日,全国海底捞12月31日跨年日的预订桌数就已突破10万桌,约为平日预订量的5倍以上,部分餐厅还会在等位区准备饺子、汤圆等点心。

元旦假期接近尾声,距离春节仅有5周左右的时间,不少消费者已经开始盘算起了在哪享用年夜饭,部分包厢预订更是进入“余额不足”状态。笔者发现,大董、旺顺阁、花家怡园、港丽餐厅等多家餐饮企业都已开启年夜饭预订,“按照历年惯例,我们在除夕当天的年中饭、年夜饭各开设两堂以满足顾客消费需求,目前每堂都已经订出去九成”。同和居副总经理潘迎军介绍,从国庆节开始,店里的雅间已经陆续被预订,现在仅剩少量席位。如往年一般,针对部分未订到餐位或是想在家“露一手”的消费者,西贝莜面村、同庆楼、同和居、同春园、鼓楼马凯餐厅等纷纷推出成品、半成品套餐礼盒。

(刘卓澜 胡静蓉 张天元)

广告

欢迎订阅《首都食品安全周刊》



内容方向不变
信息含量不变
发行渠道不变
关注首都食安
拥抱健康生活



扫码关注《首都食品安全周刊》微信公众号

全年订价: 144.00元

季度订价: 36元



■ 联合主办 北京市食品药品安全委员会办公室 北京市市场监督管理局 ■ 支持单位 国家食物与营养咨询委员会 北京市食品安全企业联盟委员会 北京市消费者协会 北京烹饪协会 北京农业产业化龙头企业协会