

伴随春节的临近,目前年夜饭市场已进入火爆状态,餐饮消费热度持续上升。北京多家知名餐厅的年夜饭预订已经趋近饱和,餐企推出的年夜饭半成品礼盒、预制菜礼盒的销售纷纷上涨。据了解,全聚德、西贝、北京华天旗下多家老字号、松鹤楼等知名餐饮企业的年夜饭礼盒近期销量持续走高。多家餐企预计今年春节销售将上涨。

## 餐饮板块走强 多家餐企年菜礼盒热销

### 多家餐企上线“年夜饭礼盒”

1月10日收盘,惠发食品、全聚德等涨停;西安饮食、桂发祥等涨超5%,板块整体收涨1.83%。港股方面,1月10日海底捞涨超8%,呷哺呷哺、海伦司均涨超3%。有股票交易平台针对全聚德涨停解读称,近期多家餐厅除夕年夜饭已经订满,同时全聚德新推出了预制菜年夜饭家宴系列。

笔者从全聚德方面了解到,在今年元旦假期,全聚德各餐饮门店再现火爆场面,多家门店出现堂食排队等位情况,用餐高峰时段“一座难求”。餐饮营业额较2023年同比增长87.8%,接待人次同比增长107%,堂食和美团、饿了么外卖双平台销售额均实现了“开门红”。

目前,全聚德已经推出“臻品家宴”系列龙年新款家宴礼盒,以及镇桌盆菜“全家福佛跳墙”、丰泽园“蒸蒸日上”等年货产品。相关负责人表示,全聚德“臻品家宴”系列新款龙年家宴礼盒主打菜系融合,涵盖了全聚德、仿膳、丰泽园和四川饭店四大品牌。所有菜品均由全聚德集团烹饪名厨打造料理,保证食材新鲜、口感美味。在价格方面,全聚德龙年家宴礼盒的价位包含低中高档,满足多种需求。在全聚德集团线上商城全记货铺可以看到,全聚德家宴礼盒从398元至1888元不等。

在西贝商城小程序上,目前也上线了年菜礼盒专区,其中主打的“一桌年夜饭”礼盒包含6道菜品,售价569元。同时西贝还推出了针对性较强的“步步糕升”礼盒、宝贝年夜大礼盒、西贝杂粮面点礼盒、零食大礼包以及牛羊肉礼盒等。

同和居、同春园、鼓楼马凯餐厅等老字号已在门店醒目位置贴出年夜饭半成品套餐礼盒的宣传单。同春园饭庄的工作人员表示,同春园推出了3个系列共7款外带礼盒。其中售价699元的半成品礼盒包含了干烧黄花鱼、狮子头、淮扬煮干丝、葱烧蹄筋、养生虾球等8道同春园的家宴菜。北京华天相关负责人介绍,半成品礼盒由各家老字号烹饪大师组成的研发团队制作,顾客只要按照操作流程加热、浇汁,菜品的味道就能还原堂食的90%以上。

### 龙年年饭预订加速“升温”

半成品年夜饭礼盒和年菜预制菜开始销售上涨的同时,北京多家餐饮企业的年夜饭堂食预订出现“一厢难求”。多家餐企负责人认为,按照2024年元旦假期的趋势,春节的营收情况大概率会好于往年。

西贝方面相关负责人在接受媒体采访时表示,从去年中秋节开始,就有顾客预约西贝的年夜饭,元旦前后顾客预约迎来高峰期。“以西贝夜

面村北京六里桥旗舰店为例,在元旦前夕全部包间就基本预订完毕。”除六里桥旗舰店之外,西贝夜面村北京其余门店也反馈,今年春节预订情况较往年有较大涨幅。

据了解,今年的除夕相较以前时间较晚,但是年夜饭的预订热度却“升温”更快。西贝相关负责人表示,和往年的预订相比,今年顾客预订年夜饭周期更早、速度更快,并且更加积极。北京萃华楼餐饮集团总经理王培欣表示,目前,萃华楼各门店除夕年夜饭的包间已经全部订满,只剩下大堂部分散座。北京同和居饭店有限责任公司行政督导张晓静介绍,预计春节期间的备货量将达到平日的3至5倍。“目前,门店的包间预订基本达到九成,有很多顾客都是一下子预订了3年、5年的年夜饭,还有顾客预订年夜饭一下就是10年。”多家餐企负责人认为,按照2024年元旦假期的趋势,春节的营收情况大概率会好于往年。

今年的除夕是工作日,但是除夕年当天的“年中饭”并未受到影响。目前,萃华楼各门店的“年中饭”的两轮时段全部订满。青年餐厅、青年公社、青年星厨还针对除夕为工作日的特点,采取专人跟进每一桌客人,负责餐前沟通、餐中服务,同时支持年夜饭到店享用和自提到家。

### 餐企加码预制菜及食品制造

2023年12月29日,工信部官网公布对十四届全国人大一次会议第4152号建议的答复,其中提到下一步,国务院有关部门将持续加强预制菜产业培育力度。一是加强政策指导,工业和信息化部将落实支持传统产业改造提升的政策文件,引导预制菜产业高质量发展。二是加强标准体系建设,有关部门将进一步强化部门协同,加强预制菜标准体系研究,引导龙头企业、科研院所、行业组织等共同参与标准制订,推进预制菜相关标准不断完善,基本构建预制菜产业发展的标准化框架。三是推动差异化发展,工业和信息化部将会同



关部门指导地方落实《关于培育传统优势产区 and 地方特色食品产业的指导意见》,充分挖掘各地特色饮食文化和独特资源优势,打造一批全国知名地方特色食品产品品牌和地方特色小吃工业化典型案例,加大预制菜产品的市场推广力度,助力形成“百花齐放”的食品产业竞争格局。

目前,多家餐企纷纷加码预制菜及食品制造。去年11月,从中国全聚德集团方面获悉,全聚德启动了休闲食品项目,以全新副品牌“零研所”进入休闲食品赛道。全聚德集团党委书记、董事、总经理周延龙表示,全聚德已经从过去依赖旅游市场的模式转变为拥抱本地消费者,通过品牌的年轻化战略、装修风格的个性化、菜品的创新等方面的努力,不仅保持了餐饮业务的增长,还打开了食品业务的第二增长曲线。

广州酒家此前在投资者互动平台上表示,公司会根据发展规划与市场需求,结合自身资源禀赋与优势,加大技术研发投入,适时推出满足市场需求的产品。同时,各餐饮门店会根据消费者的需求推出多种外卖新菜式及组合优惠套餐等,全力满足市场需求。1月2日晚,广州酒家发布公告,其全资子公司广州酒家集团利口福食品有限公司(以下简称“利口福”)与广州市番禺区投资促进中心达成合作意向,利口福将在番禺区选址投建肉制品(精)深加工基地项目。

据中国连锁餐饮报告数据显示,2023年我国预制菜市场规模将达5434亿元,2026年将突破万亿元,年复合增速超20%。东兴证券研报认为,因预制菜能够降低餐饮的成本,提升出餐效率,预制菜的渗透率将随着餐饮工业化和连锁化率的提升而提升。随着我国餐饮连锁化程度的逐年提升,餐饮工业化是必然趋势,预制菜B端的需求将逐年增长。

(王萍)

## 年夜饭“最低消费” “套餐”成订包厢门槛

本报讯 张楠 王琪鹏 龙年春节临近,京城年夜饭预订场面火爆,年夜饭包厢更是“一间难求”。据了解,有的餐馆设置了最低消费标准,人均消费需达到数百元才能订包厢;有的推出了各式各样的套餐,大多在2000元起步,选套餐才能有包厢。有消费者指出,年夜饭预订设“最低消费”,间接助长了舌尖上的浪费。

笔者走访发现,为满足市民预订年夜饭的需求,大多数餐馆都推出了各色套餐。在西城区“四世同堂”烤鸭店,一桌年夜饭价位从1288元到6888元不等,可以满足6到14人的需求。但要想坐得宽敞些,订大一点的包厢,就必须要点2388元以上的套餐。

“2388元的套餐是10位的,8个人也可以用。”服务员表示。据了解,这份标价2388元的“吉庆有余”套餐菜单相当丰盛,包括烤鸭在内,一共是11道热菜6道凉菜,除此之外还有主食和汤羹。服务员表示,包厢虽然只能点套餐,但套餐的价格要比单点菜品加起来还要优惠些。“我们推出套餐只是为了方便备菜和制作,客人并不会吃亏。”

这种看似“不吃亏”的优惠,却让许多消费者无福消受。究其原因,随着家庭越来越“小型化”,大家族式的聚会越来越少。在年夜饭聚会中,常常出现小包厢坐不下,大包厢坐不满的尴尬。

北京市餐饮行业协会秘书长安少宁表示,餐饮企业在春节期间推出年夜饭套餐,是因为春节期间人手少、接待量大,餐饮企业不得已而为之。“因为出菜慢的问题,消费者投诉一直居高不下。”相比之下,可以提前备餐的套餐就成了餐饮企业的选择。事实上,除了逢年过节、婚宴这种特殊情况,餐饮企业一般都不会推出套餐服务。

安少宁建议餐饮企业推出更多档位的年夜饭套餐,满足小型化家庭的需求。同时,餐饮企业也要做好服务,提前进行沟通,了解消费者的口味、偏好,避免食物因为不适口而浪费。“现在很多餐饮企业推出的年夜饭套餐是根据人数多少来制定菜单,有多少人就准备多少菜品,从而避免浪费。”

笔者发现,一些餐馆在平日里其实并未设置最低消费,也并不强制要求消费者必须购买指定套餐方可预订包厢。“过年了嘛,大家放假,我们属于加班。”对于为何在春节期间设置“最低消费”,一位餐厅服务员这样解释。

“为了更好的就餐环境,多花点钱倒没什么,就是看到食物被浪费,有些不忍心。”市民于先生表示。

餐饮场所设置“最低消费”,一直为人所诟病,并引发不少消费纠纷。早在2014年,商务部和国家发改委就曾联合颁布《餐饮业经营管理办法(试行)》,明确规定“禁止餐饮经营者设置最低消费”。2021年,《北京市反食品浪费规定》提到,“餐饮服务经营者应当明示服务项目及其收费标准,不得设置最低消费额,不得诱导、误导或者迫使消费者超量点餐。”

近日,北京市地方标准《餐饮业食物减损技术指南》征求意见稿正公开征求意见。据了解,本次征求意见稿中也同样提到了禁止设置“最低消费”的内容。征求意见稿要求,包厢不设置最低消费,同时不强制消费指定套餐。

“设置最低消费肯定是不应该的。”对于预订包厢的消费限制,安少宁认为,餐饮企业可以收取适当的包厢服务费。“毕竟,使用包厢就相当于享受了包厢的服务,收取一定的费用,这对双方都很公平。”不过,因为餐饮企业地段、档次的不同,包厢服务费没有统一标准。安少宁建议,餐饮企业应当在明显位置注明包厢收费标准,让消费者明明白白花钱,从而避免纠纷。

“从控制成本的角度来说,餐饮企业也要减少浪费。”安少宁说,随着反对餐饮浪费深入人心,一些大的餐饮企业已经作出了表率。许多企业根据年夜饭的预订量预订食材,从而在源头上减少浪费。同时,消费者也要量力而行,做到不铺张浪费,吃不完的饭菜要打包。安少宁表示,政府、企业、消费者三方要共同努力,才能让年夜饭充满“烟火气”,同时又能最大限度地避免浪费。