

元宵、汤圆火热开卖 今年什么口味受欢迎?

本报讯 元宵节将至,近两日北京市内不少老字号、超市里的元宵、汤圆已经火热开卖。传统口味和低糖款很受老年人喜爱,一些年轻人则钟情新口味和新样式。

“现金支付的排一队,手机支付的排一队……”刚一走出北京市磁器口地铁站,就听到锦芳小吃年货大棚里传来喇叭“吆喝”的声音,现场共有四五十位顾客在排队等候。店门口显眼的绿色招牌上写着不同口味元宵的价格,什锦、黑芝麻、可可、山楂、桂花……各种传统口味一应俱全。除了半斤装、一斤装的散装元宵,还有礼盒装、15粒封套款,供有不同需求的顾客选择。

“给我来一斤黑芝麻的,一斤什锦的,散装的。”家住珠市口附近的曹大爷每年都来锦芳买现摇的元宵,“就是吃惯了味道。现在人还少的,等到正月十五跟前儿,那得排好几个小时队才能买上。我这提前先备上两斤。”

大棚内,工作人员一刻不停地忙着,有人负责拿散装的,有人负责装礼盒。“这几天来买元宵的渐渐多了,半斤装的黑芝麻的、可可的、桂花的已经卖没了。还有低糖款的,很受老年人欢迎。”一位工作人员边忙边说。

在位于东四北大街的北京稻香村第一门店,进门处就摆着几大筐现摇元宵。“现在现摇元宵都是混合口味的,黑芝麻、五仁、可可、山楂的混在一起卖,您来一斤?”工作人员热情地招呼着。“现摇的卖得快了,一般下午就差不多能卖完,要来得早。”

除了现摇元宵,一旁的冷柜里,还摆着各种口味的稻香村速冻汤圆,精制黑芝麻、桂花山楂、玫瑰豆沙、奶油可可……还有黄米榴莲、金沙奶黄等新奇口味,很受年轻顾客欢迎。

超市里,各种新口味、新品类的元宵、汤圆也火热上市。在新世界百货超市崇文门店,卖元宵、汤圆的冰柜已经摆到了进口处,“这是来自天津的现摇元宵,好多人专门来买这个钙奶口味的,想尝尝新鲜。”店员介绍道。一位顾客则挑选了一盒“柿柿如意”黑芝麻汤圆,里头的汤圆做成了柿子的形



状,好看又喜庆。“这款在网上特别火,大家都想比拼一下能不能煮出完整的柿子形状,我也买一袋回家试试。”这位顾客说。

在物美超市国瑞购物中心店,除了传统口味,新上市的元宵、汤圆里,厂家在皮儿和馅料上也下了功夫,更注重健康,不仅讲究零蔗糖,还在皮儿里加了富含膳食纤维的糯玉米、大麦苗等,馅料也推出了混合黑芝麻、黑麦、黑枸杞、黑豆、黑米的“五黑”款和混合了红小豆、红皮花生、红枣、红枸杞、红米的“五红”款。

(据《北京日报》)

本报讯 桂小笋 春节过后,生猪价格仍在艰难爬坡过程中。卓创资讯监测的数据显示,全国多数地区养殖企业陆续开工,市场生猪供应增加,但节后终端需求疲弱,叠加部分屠宰企业仍有休假,猪价以跌为主。

卓创资讯生猪分析师李晶介绍,2月19日,全国瘦肉型生猪交易均价为14.04元/公斤,较节前最后一个工作日跌0.90元/公斤。春节过后,终端需求跟进乏力,宰量恢复缓慢。但随着养殖方节日期间压栏生猪的集中出栏,市场呈现供大于求态势,导致猪价下跌。

猪价旺季不旺

从2024年以来的情况来看,生猪养殖端的状况不容乐观。

多家公司此前已经发布了1月份销售数据,从数据中看,销售单价相较2023年1月份下降明显,出现销售旺季价格疲软的现象。

大北农的公告显示,今年1月份,公司控股及参股公司生猪销售数量当月合计为63.50万头;销售收入当月合计为9.24亿元;公司控股及参股公司商品肥猪当月均价为13.66元/公斤。而2023年1月份销售均价为14.41元/公斤。

新希望的销售数据显示,公司2024年1月份销售生猪172.48万头,环比变动17.05%,同比变动33.59%;收入为21.59亿元,环比变动17.98%,同比变动5.27%;商品猪销售均价13.30元/公斤,环比变动1.84%,同比变动-10.68%。生猪销量同比增长较大的主要原因是去年同期适逢春节假期销量基数较小。

上海钢联农产品事业部生猪分析师鄢美玲介绍,当前,从上海钢联数据监测来看,重点样本企业1月份出栏量完成率高达105.64%,2月份计划量较1月份实际出栏量环比下跌19.20%。虽然从2月份计划量数值来看,出现一定幅度回落,但2月份处于春节假期,实际出栏时间非常有限,叠加春节后需求惯性回落幅度较大,需求量降幅或大于供应量降幅,因此春节后猪价下滑风险较大。今年销售旺季不旺的主要原因仍然于生猪产能宽松,需求跟进有限。

布瑞克农产品集购网高级分析师徐洪志介绍,1月份因为临近春节,需求端有一个脉冲式的放量,短时间内屠宰企业的采购量迅速放大,加上南方雨雪天气影响物流,供需状况相比前期是有所趋紧。但这些现象并没有从根本上扭转供给过剩的局面,从全国范围看,生猪供应仍然是充足充裕,春节后价格继续承压是大概率事件。

未来微利运行是常态

对于当前生猪养殖现状如何改变,多位行业人士提及,行业去产能的速度仍是最重要的决定因素。

华泰证券研报提及,猪价超预期下跌或主要由于猪肉供应压力偏大。生猪供给充足叠加春节后需求季节性回落,预计生猪养殖或将延续亏损,有望驱动后续母猪产能加速去化。

鄢美玲表示,当前,部分养殖场看好未来生猪行情,这在一定程度上或加深养殖企业“内卷”,对本身资金较为紧张的企业来说,或加重资金流动压力。

此外,徐洪志表示:“无论是基本面和资金面,都不是公司能够在短期内明显改善的。更多企业出现流动性危机是时间问题。对生猪行业的竞争格局要有正确的判断,微利运行会是常态。”

李晶表示,企业要适应猪周期的发展,并结合产能和产效,进行动态合理产能空间的预警防控,及时调整产能规划,以降低集中出栏、供应过剩带来的亏损压力。

多家火锅企业春节创佳绩

本报讯 于桂桂 春节假期期间,全国旅游休闲、文化消费需求集中释放。火热的春节出游也助推餐饮消费迎来高峰。

多家火锅春节假期业绩抢眼

春节假期期间,火锅的社交属性使它成为亲朋好友团聚的选择。据海底捞、呷哺集团、巴奴等多家火锅企业发布的数据显示,春节假期期间,火锅消费迎来爆发式增长。海底捞发布的数据显示,海底捞2月10—15日累计接待顾客超950万人次,较2023年春节同期增长超30%,全国门店的客流最高峰出现在2月14日,全天共接待顾客超180万人次。

巴奴毛肚火锅方面透露,春节假期期间,巴奴全国门店单日最高翻台高达9.55次,多家门店翻台超过9次。大年初一当天,大多数巴奴门店

的翻台次数超过6次,处于爆满状态。2月14日,巴奴多家门店销售额突破2023年日销售额的峰值。

今年春节档,呷哺呷哺共有31家餐厅打破历年业绩纪录,主要分布在河北、天津、辽宁、吉林、山东、山西等地,这些城市都是春节返乡人群密集的城市。

呷哺呷哺河北邯郸环球中心餐厅属于31家破历史销售纪录的领先门店,自2018年开业以来,2月14日当天销售额创五年来日销售额的历史新高。此外,呷哺呷哺茶饮销售也十分亮眼,当天茶米茶销售了近1000杯,茶饮外卖也迎来销售高峰,超出堂食客流110人次。

呷哺集团相关负责人表示,今年春节返乡人群较多,总体业绩也表明了餐饮消费凸显“返乡潮”特点,例如石家庄、保定、邯郸、无锡、太原、沈阳、德州、抚顺、长治等二三线城市的业绩十分亮眼。

北京、哈尔滨等旅游热门地 客流带动火锅销售

2月13日午间12时10分,在马辈儿·铜锅涮肉牛街总店门口,已约有50多位消费者在等位,一位等待叫号的外地消费者介绍,打卡该店源自社交平台美食博主的推荐,该店在牛街涮肉品牌中热度较高,同时门店附近53路可以直达天坛,吃完涮肉方便参观下个景点。据了解,春节期间,北京的大量旅游客群也

助推了牛街多家餐饮门店的客流,牛街洪记、白记、紫光园等售卖清真熟食的外卖窗口均排起了长龙,此外,牛街的老北京铜锅涮肉门店均需等位排队。

春节期间,北京市密云区鼓楼大街举行了新春彩灯展,邻近灯会展区的呷哺呷哺密云鼓楼门店业绩迎来“开门红”。据门店经理曹增介绍,从2月11日开始,中午到晚上一直有密集的流动观灯游客,门店基本上从中午开始上客,客流一直未间断,平均每天翻台率达到6至7翻。

2023年冬天火爆出圈的“尔滨游”,在2024年春节仍是游客的宠儿,这也助推了当地的餐饮热潮。美团数据显示,哈尔滨异地消费者的堂食订单量同比增长430%。哈尔滨海底捞各门店客流均大幅增长,其中位于热门景区中央大街的海底捞新一百店,2月10—15日的累计客流较去年同期增长超70%。此外,海底捞深圳门店的客流增幅超40%,总接待量居全国城市前列,天津、洛阳、泉州等热门旅游城市的海底捞门店均迎来40%以上的客流增长。

呷哺呷哺在哈尔滨中央大街的3家餐厅成为打卡网红店,其中索菲亚大教堂附近的一家餐厅打破历史销售纪录。“春节期间80%以上接待的是外地游客,以家庭出游居多。”呷哺呷哺哈尔滨新一百餐厅经理于晶介绍称,她透露,新一百餐厅离索菲亚教堂非常近,很多打卡完教堂的游客都来门店就餐,客流同比去年春节增长80%,基本上全天都是高峰状态。

