

餐饮市场喜迎“龙年开门红” 餐企花式吸客促消费

2024 龙年春节假期，“年夜饭礼盒”“春节档新菜”“跨界联名限定套餐”等创意百出的优惠活动给餐饮市场增添了活力，火热的旅游也为景区周边餐厅带来了春节大卖，餐饮市场喜迎龙年“开门红”。据中国烹饪协会开展的“龙年春节假期餐饮企业经营情况调研”数据显示，除夕至正月初八（2月9—17日）受访餐饮企业日均营业收入与去年春节相比上涨12%，日均客流量与去年春节相比上涨11%。

各地餐饮市场 喜迎“龙年开门红”

2024 春节假期期间，餐饮消费活力加快释放，各地餐饮市场喜迎“龙年开门红”。上海市今年春节期间餐饮业消费金额59.3亿元，比去年同期增长16.3%。江苏省春节假期期间餐饮业零售总额达141.73亿元，同比增长19.1%。河南省商务厅重点监测的餐饮企业收入同比增长35.4%。湖北省零售餐饮行业交易额同比增长27.61%，实现日均交易额同比增长28.15%。广西全区超20万户餐饮业商户假期期间交易笔数同比增长7.6%，实现交易总额同比增长9.0%。

餐企创新花式吸客 引流促消费

中国烹饪协会调研显示，龙年春节假期期间，呷哺呷哺31家餐厅打破历史销售记录，冰雪大世界、王府井、迪士尼等热门景区周边餐厅迎来了春节大卖；北京姚记餐饮、温州云天楼日均客流量比去年上涨四成以上。为促进春节假日餐饮消费，呷哺呷哺跨界

联名《热辣滚烫》，推出春节限定套餐“热辣滚烫团圆餐”；旺顺阁推出一条好鱼、盆菜、家宴等特色礼盒以及消费积分兑换旺顺好礼等活动；西贝推出限定款龙年对联贴纸，“一桌年夜饭组合”“宝贝年菜大礼包”“草原牛羊礼盒”等年菜礼盒；北京新宏状元餐饮开展“任意消费抽大奖”“新会员送大礼包”“宝宝卡促销”活动；吉野家开展送福套餐、金砖抽奖活动；和家餐饮、温州云天楼等餐饮企业加大春节储值赠礼优惠活动；比格抖音直播“金龙迎春”系列套餐；真功夫推出“龙运有福喜上新”春节档新菜；湖南鼎新餐饮、水香园土菜馆、品冠豆捞火锅城通过加大优惠买单、会员折扣力度来吸客引流。

厉行节约 制止餐饮浪费

春节假期是年夜饭、家庭聚餐、各种聚会宴请的集中期，据了解，一些餐饮企业在全力促进消费的同时，坚持做到厉行节约，制止餐饮浪费。和合谷“自助服务，以需定量”，通过提供自助服务小菜、自助米饭避免餐饮浪费；杭州跨湖楼“温馨提示，强化节约”，春节期间温馨提示菜不要多点，够吃就好，每桌都有提示牌；呷哺呷哺套餐“肉蔬适配，减少浪费”，通过调整套餐中肉类和蔬菜拼盘的比例来减少浪费；多家餐饮企业“加强宣传反浪费，自觉践行促环保”，眉州东坡、旺顺阁、吉野家、长沙香他她餐饮、湖南鼎新、合肥徽滋坊、维多纳大酒店、黄石三五轩等餐厅通过张贴“反浪费”海报、电子屏标语宣传等提高消费者的环保意识。

（李冬阳）

上海

春节期间餐饮业消费金额**59.3**亿元，比去年同期增长**16.3%**

江苏

春节假期期间餐饮业零售总额达**141.73**亿元，同比增长**19.1%**

河南

餐饮企业收入同比增长**35.4%**

湖北

零售餐饮行业交易额同比增长**27.61%**，实现日均交易额同比增长**28.15%**

广西

餐饮业商户假期期间交易笔数同比增长**7.6%**，实现交易总额同比增长**9.0%**

优化供给扩大餐饮消费

□ 姜照

近期，餐饮消费市场迎来“开门红”，定制年夜饭、亲友出门聚餐等持续“升温”。餐饮消费是拉动消费增长的重要力量，是我国推动消费持续扩大的重要发力点之一。

春节期间，我国餐饮消费呈现出良好发展态势，不仅数量增加，品质也明显提高。微信联合同程旅行发布的《龙年春节消费“新意”观察》报告显示，2024年春节，餐饮类小程序订单量增长最快，同比增长36%；快餐、小吃的线下消费量增幅分别达到59%与35%。健康、“国潮”等特色凸显，少油、少盐、少糖等餐食受到消费者欢迎，健康餐饮理念更加深入人心。一些餐饮门店融入中华优秀传统文化元素，打造热门IP，掀起了众多消费者的打卡热潮，还吸引了不少国际游客驻足。

不过，相较于消费者的旺盛需求，春节期间的餐饮供给水平仍有提升空间。对标餐饮业高质量发展的

要求，应进一步发挥平台企业的作用，强化餐饮供给能力，推动餐饮与文化、旅游等的多元跨界融合发展，加强对外资高品质餐饮品牌的引入力度，优化餐饮消费供给，推动餐饮消费持续扩大。

发挥平台企业作用，提升餐饮供给能力。支持平台企业利用数字化技术和手段，整合餐饮业上下游产业链，提升农副产品采集、冷链运输、加工处理、门店配送等环节的协同发展水平，提高优质食材原料的供应能力。鼓励平台企业为餐饮商家提供数字化赋能，提供数据分析、资金融通、运营管理等多元化服务，通过消费者大数据分析，帮助商家研发更多创新菜品；鼓励平台企业创新发展直播电商、网订店取等模式，提升餐饮服务便利度和时效性。引导平台企业根据用户搜索量和实际需求，设置热门餐饮消费话题，针对用户意见反馈改进餐饮服务。

推动餐饮与文化、旅游等跨界融

合发展。引导餐饮、文化与旅游方面公司加强战略合作，发展“餐饮+亲子”“餐饮+农业观光”“餐饮+研学”等新业态新模式，利用跨界创新提升餐饮业服务内涵。鼓励老字号等知名餐饮品牌入驻旅游景点、文化场所等。引导企业针对年轻消费群体特点，创新体现“国潮”文化元素的餐饮产品和服务，弘扬中华美食文化。有条件的地方也可以深度挖掘本地美食资源，针对游客群体发布城市美食地图、攻略等，提升餐饮消费的趣味性和体验感。

引入更多外资高品质餐饮品牌。根据各地实际情况，可依托步行街、现代商圈等城市商业载体，吸引更多国外知名餐饮品牌入驻，为消费者提供多样化的餐饮服务。加强对外资餐饮企业招商引资，应为其入驻提供充分便利，保障外资餐饮企业国民待遇。针对不同季节消费者的饮食偏好，扩大国外高品质食材进口，丰富产品品类。打造国际美食节、美食嘉年华等活动，集聚国际餐饮品牌资源。

北京七大行动打造 国际美食之都

本报讯 马婧 近日，北京市商务局等9部门发布《推动北京餐饮业高质量发展加快打造国际美食之都行动方案》，到2025年，全市新引进超500个国内外知名美食品牌，培育30条以上“深夜食堂”特色餐饮街区，初步建成荟萃全球风味的国际美食之都。

数据显示，2023年，北京餐饮业趋稳向好，餐饮业收入首次突破1300亿元，同比增长32.5%，超过全国增速12.1个百分点；占社零额比重9%，对社零额增幅贡献率达52.8%。餐饮业收入和市场主体数量均创历史新高，展现出强劲发展潜力和良好发展前景。

为进一步促进本市餐饮业高质量发展，《方案》提出了国际品牌汇聚、美食聚集地打造、传统技艺振兴、消费场景升级、科技应用支撑、专业人才培养和服务品质提升七大行动，共推出22项任务，加快打造国际美食之都，助力北京建设国际消费中心城市。

在国际品牌汇聚行动中，北京将加快引进国内外美食品牌，支持国内外美食品牌来京发展，设立首店、旗舰店、推广中心等，同时探索建立全球餐饮品牌名录库，完善落地选址、品牌宣传等方面配套服务，发挥在京境外机构和驻京办作用，带动更多国内外风味餐厅落地北京。到2025年，全市将新引进超500个国内外知名美食品牌。

北京还将打造美食聚集地，各区针对饮食文化、旅游资源等不同特点，统筹规划布局餐饮服务功能，实现“一区一特色”错位发展。具体来看，核心区和中心城区重点发力餐饮业转型升级，提升服务品质，加强品牌建设；副中心和平原新城地区补足餐饮供给缺口，加快均衡发展；生态涵养区通过打造“一镇一品、一线一品、一店一品”等，发展民俗和旅游体验餐饮。到2025年，城六区、副中心、平原新城地区每个区打造两条以上餐饮聚集街区，生态涵养区深化餐饮“品牌下乡、大厨下乡、技艺下乡”，着力提高区域餐饮特色。

餐饮是夜间消费的主力，北京将深挖夜间消费潜能，探索分区域分时段日夜兼市运营模式，鼓励餐饮业延时经营。同时，完善“夜京城”消费地标夜间服务管理，优化餐饮聚集地临时停车措施，结合客流变化做好公共交通服务保障，推动夜间餐饮与夜间观光、夜间演出等结合，打造夜宴、夜饮与夜景、夜娱、夜购等融合一体的消费服务。《方案》明确，到2025年，全市将培育30条以上“深夜食堂”特色餐饮街区。

中华美食博大精深，北京将启动传统技艺振兴行动，建立老字号名厨名录，组织恢复一批传统美食制作技艺，带动老品牌、老技艺和好服务、好口碑等美誉度回归。《方案》还鼓励建设中华饮食文化博物馆，重塑北京餐饮文化发展脉络，留住传统饮食“根”和“魂”；鼓励推进老字号与知名设计企业合作开发文创产品，推出“北京美食手信”；引导王府井、前门、大栅栏等区域老字号门店在产品、经营方式、服务模式等方面加快创新。

数字化技术正加速赋能餐饮行业提质升级，《方案》支持建设一批智慧门店，培育2.5万家数字化水平较高的餐饮商户。在专业人才培养方面，获得省部级及以上劳动模范荣誉称号、世界技能大赛优胜奖及以上奖牌、国家级或本市市级一类职业技能竞赛前10名的非京籍餐饮人员，按有关政策规定享受积分落户加分。

根据目标，到2025年，北京初步建成荟萃全球风味的国际美食之都，餐饮业规模总量逐步扩大、产业结构不断优化、消费活力持续释放、服务品质显著提高。