

随着暑期一起到来的不只是热浪,还有北京餐饮的生意高峰。近日,多家餐厅客流和销售额纷纷增加,用餐高峰排号超600,北京特色菜品受欢迎,尹三豆汁的豆汁日单店销量甚至达5000多碗,餐饮消费火热非凡。但在增加的客流中却有着黄牛的身影,排号业务涉及北京多家餐厅,费用99~400元不等。业内人士指出,暑期为餐饮市场带来了更多商机和活力,但黄牛的举动影响了市场,破坏了市场正常的经营秩序,商家和消费者应共同抵制。除了黄牛,在客流高峰时,餐厅更应不断提升食品安全、消费体验以及杜绝食品浪费等。

用餐高峰排号超600

与暑期和热浪一同前来的,还有餐饮人的忙碌。即便是面临30多度的温度,周五的傍晚,多家餐厅门前还是出现了等待用餐的“老饕”,额头上的汗珠无一不证明了对美食的敬畏。18点15分左右,北京多家四季民福烤鸭店开始等位,故宫店、前门店、呼家楼店分别排出了695桌、445桌和357桌。有独偶,簋街上的4家北京胡大饭馆门前同样坐着许多等位的食客,临近晚上7点时,光总店等位桌数就达到了500余桌。

多品牌也表示,近期客流的增长,其中离不开游客的贡献,热门景点附近的餐厅更是成了消费者争先打卡的目的地。据四世同堂品牌市场总监李伟溢介绍,从6月底开始,四世同堂的客流便开始增多,临近“鸟巢”的亚运村店营业额增长了近40%。其中,游客和家宴用餐占比均明显上涨,包间热门时段提前一周就接到预订,预订时间平均提前了3天左右,大厅接待的国内外旅行团数量均有所增加。

不仅如此,鼓楼马凯餐厅7月以来客流增加,相关负责人表示不少游客都是前来打卡老字号,营收同比增长近30%;尹三豆汁前门旗舰店每日进店人数超8000人,外地游客占比达90%。而从消费端选择的菜品上看来,北京特色美食成为食客的心头好。

作为北京特色,豆汁可谓备受许多北京人的喜爱,而游客们也纷纷前来尝试这一地道的北京饮食,据尹三豆汁相关负责人介绍,前门旗舰店豆汁日销量超5000碗,门口小外卖瓶装豆汁日销3000瓶。同时,特色美食炸酱面同样名列前茅,每日销量约1500碗。四世同堂的吉祥锣鼓烤鸭则是热门产品,80%左右的消费者都选择了该产品,爆肚、卤煮、特色糕点等京味小吃的销量也有所增长。除了炸酱面之外,一碗开胃冷面同样是夏日的不二选择,据了解,华天延吉餐厅的冷面每天能卖出2000多碗。



黄牛费比饭贵
餐饮消费的“代排”营生

代排队99~400元不等

暑期餐饮消费火热,餐厅门前人头攒动,但其中却出现了黄牛的身影,通过提供售卖代排服务收取费用,网红餐厅的一桌排号费用甚至超过招牌烤鸭售价。在社交平台上看到,一用户的店铺中售卖四季民福、北京胡大饭馆、全聚德、麻六记、北京宜宾招待所、南门涮肉等多家餐厅的代排服务,售价在99元至400元不等,不含餐费,例如四季民福烤鸭店故宫店的景观位为400元一桌,包间代排队为300元起,甚至高出烤鸭售价。据该用户表示,排到景观位的难度较大,需求增加时还会涨价,去年景观位一号甚至涨到了七八百元,包间甚至要提前一个月排队。

虽说该用户一直强调自己属于正规团队、正规商铺,不过,此类黄牛代排的行为却存在一定风险。笔者走访北京胡大饭馆门店时看到,其门店中立有“拒绝黄牛”的牌子,上面写着“有黄牛高价倒卖胡大等位号,根据实际人数取排队号,排号截图不予安排座位”,排号页面下方也有“胡大与你一起

拒绝‘黄牛’不花冤枉钱”的字样。其门店工作人员也表示,线上排队取号程序需要在门店附近100米时才能取号,而有的黄牛号门店无法确认。

事实上,黄牛一直是品牌抵制的对象。四季民福烤鸭店去年暑期就曾发出过抵制黄牛的声明,称黄牛严重扰乱正常排队秩序,严重影响顾客用餐体验,损害顾客利益。网红烘焙品牌the Roll'ING品牌创始人姜浩文也曾发布声明表示,黄牛兜售的产品极有可能是隔日滞留的变质产品,并且价格翻了3倍不止,the Roll'ING呼吁消费者和品牌一起抵制黄牛加价兜售行为,并发起“举报有奖”,凡发现排队队伍中有黄牛并举报成功者,可单笔免费。

福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪表示,暑期是旅游旺季,大量游客涌入北京等热门旅游目的地,带动了餐饮市场消费,为餐饮企业带来更多商机,更向世界展现了中国美食文化的魅力。然而,黄牛代排的行为破坏了市场秩序,加剧了消费者排队等待的时间,降低了消费者的就餐体验,影响了餐饮市场的公平竞争。对此,餐饮企业应加大宣传力度,提高消费者的防范意识,让消费者自觉抵制黄牛行为,并通过预约制度、限制就餐时间等措施来限制黄牛活动,有关部门也应加强监管力度,严厉打击黄牛违法行为,维护市场秩序和消费者权益。

考验服务质量正当时

增加的客流无疑会为餐厅带来更多营业额,可这背后却是对服务体验、产品和食品安全等多方面的考验。为了提升消费体验,餐厅早已提前准备。尹三豆汁相关负责人表示,前门旗舰店暑期的营业时间早上提前半小时,晚上推后一小时,营业时间变为5点—22点30分,在员工增加20%的同时,还启动储备库、增加桌子、改动包间等提高翻台率。李伟溢表示,四世同堂不仅增加了暑期员工,还加强了服务人员培训,菜品上更是增加了应季菜。

不仅如此,杜绝“舌尖上的浪费”越来越深入人心,企业也纷纷行动起来。笔者在多家餐饮门店中看到了墙上有着反食品浪费的相关海报,主打鲁菜的同和居把招牌菜三不粘做成小份、大份可选,门店还设置厉行节约服务督导,提醒消费者适量点餐,在消费者用餐完毕后提供打包服务,引导消费者剩菜打包;四世同堂也在店内张贴和设置了杜绝食品浪费的海报和桌牌。

的确,反食品浪费一直是多方努力的目标。农文旅产业振兴研究院常务副院长袁帅表示,餐厅应倡导理性消费和节约用餐的理念,鼓励消费者适量点餐、打包剩余食物,并优化菜单设计和分量控制,减少食物浪费,开展反食品浪费的宣传活动,提高消费者的节约意识。同时,餐厅还需加强食材采购和储存管理,确保食材新鲜安全,提升菜品品质和口感,并关注顾客需求和反馈,及时调整经营策略和服务方式。

中国企业资本联盟副理事长柏文喜提到,暑期是学生和家庭出游的高峰期,带动了餐饮市场的繁荣。不过,在面临餐饮经营高峰时,餐饮企业应提前做好人员招聘和培训计划,确保有足够的工作人员应对高峰期。同时,餐厅要合理安排工作时间和休息时间,避免员工过度疲劳。另外,餐饮企业还应加强食品安全管理,确保食材的采购、储存、加工和配送等环节都符合相关法规 and 标准。(张天元)

赛事活动激活
夏日夜经济

本报讯 杨天悦 前不久,2024欧洲杯迎来决赛。欧洲杯赛事进入“黄金收官”阶段以来,不少餐馆、超市纷纷延长营业时间,并在线上渠道推出各类美食套餐、“微醺”套餐,在盛夏掀起夜宵美食消费热潮。

“一边吃烧烤一边看球,这种体验简直不要太快乐。”14日晚,球迷小亮和朋友早早约在簋街一家烧烤店里,准备着开赛后来顿烧烤啤酒夜宵。

欧洲杯开赛以来,不少餐馆纷纷延长营业时间,或者上线夜宵烤串、小龙虾等外卖套餐,让食客享受美食的快乐。美团外卖数据显示,7月以来,北京“欧洲杯”相关外卖餐品及商品的销量环比增长107%。其中烧烤、小海鲜、麻辣烫、炸鸡等餐品,成为最强“外卖夜宵搭子”。饿了么数据显示,零点至凌晨5点期间,小龙虾活跃商户数同比增长160%,咖啡、果切、奶茶以及麻辣香锅、卤味熟食和甜品等宵夜品类,活跃商户数也较去年同期实现50%至90%的增长。

美食之外,DIY冰杯酒饮在社交平台走红。游客表示:“便利店单页面直接就有威士忌、金酒、蜜桃乌龙等各种冰饮酒水的DIY攻略,还有搭配好的外卖组合,这太方便了。”

据了解,为了保障夜宵时段外卖配送服务体验,各地配送站点也积极协调夜宵配送运力,通过补贴等方式,保障夜宵配送服务。“赛事消费激活了夏日夜经济,线上消费促进线下消费活跃,服务场景多样化,也促进餐饮服务行业良性健康发展。”中国饭店协会副会长金勇表示。

大兴机场上半年
餐饮消费增长35%

本报讯 杨天悦 暑期出行旺季即将来临,近日,北京大兴国际机场8家品牌餐饮相继开业,涵盖中式正餐、中式快餐、西式快餐、咖啡茶饮等多种业态,为旅客带来更丰富的就餐选择。一直以来,大兴机场餐饮受到旅客好评,上半年销售额同比增长35%。此番新店集中亮相,也将带动机场餐饮释放夏日消费新活力。

据了解,此次新开的米村拌饭、青爱亭、松鹤楼、eggbomb四家店都是首次入驻大兴机场,其中松鹤楼面馆还是华北地区机场首店,也填补了苏帮美食在大兴机场的空白。

自2023年初复航以来,大兴机场餐饮一直备受旅客好评。“同城同质同价”打破了旅客对机场“吃饭贵”的固有印象,73家餐馆中有23家机场首店,囊括了许多人日常爱吃的美食。

在国内外旅客的口耳相传中,作为“新国门”和京城“新地标”的大兴机场,也逐渐成为旅客心目中的机场美食“新名片”,带动机场餐饮消费持续提质升级。从大兴机场餐饮公司获悉,今年上半年,大兴机场餐饮商圈销售额同比增幅高达35%。

“暑期出行高峰即将来临,目前机场旅客吞吐量、航班量较去年有显著提升。”机场餐饮公司相关负责人介绍,公司将实时同步机场航班量、吞吐量等运行数据,方便餐馆做好人员及原料储备,保障菜品充足供应的同时避免食材囤积浪费。夏季雷雨天气较多,各家餐馆也将根据航班延误保障预案合理延长营业时间。