

2024年全国餐饮市场收入突破5.5万亿元

本报讯 李子晨 国家统计局发布的最新数据显示,初步核算,2024年全年国内生产总值134.9万亿元,比2023年增长5%。社会消费品零售总额48.78万亿元,增长3.5%。其中,全国餐饮收入55718亿元,增长5.3%;限额以上单位餐饮收入15298亿元,增长3%。2024年12月,全国餐饮收入5549亿元,增长2.7%;限额以上单位餐饮收入1403亿元,增长1.2%。

中国烹饪协会相关负责人表示,2024年,随着国家一揽子增量政策的部署出台,各地积极开展“文旅+美食”、夜经济、“展演+美食”、发放消费券等促消费活动,推动了餐饮市场持续增长。2024年,全国餐饮收入增速分别高于国内生产总值增速、社会消费品零售总额增速0.3个、1.8个百分点,全国餐饮收入占社会消费品零售总额的比重为11.4%。分季度来看,第一季度餐饮市场接近两位数增长,二、三季度增长放缓,四季度餐饮收入增速、限上餐饮收入增速环比分别上涨0.2个、1.1个百分点。

在谈到2024年中国餐饮市场的特点时,上述相关负责人认为,一是稳定恢

复,节假日期间掀起了餐饮消费的小高峰。根据中国烹饪协会开展的假期餐饮市场调研数据,2024年元旦、春节、国庆期间受访餐饮企业营业收入与去年同期相比分别上涨24.1%、12%、2.0%。

二是餐饮行业竞争加剧,今年以来餐饮消费整体趋于理性,客单价下滑,消费者更加注重质价比。为了迎合消费者对质价比的追求,餐饮企业纷纷选择降价以招揽顾客,行业竞争加剧,甚至出现“增收不增利”现象。

三是餐饮连锁化率进一步提升,在行业竞争加剧、利润下滑的背景下,品牌化和连锁化成为餐饮企业发展的重要支撑。消费者对于方便快捷、质量稳定且有一定品牌知名度的餐饮需求增加,连锁餐饮店因其便利性、标准化服务以及食品安全保障等方面的优势,满足了这一市场需求。

四是连锁品牌加速下沉,随着居民收入增加和基础设施改善,下沉市场居民消费能力不断提升,消费需求日益多样化,为连锁品牌提供了广阔的市场空间。2024年,品牌餐饮企业纷纷将下沉市场作为拓展的重点,实现有效增长。

五是积极拥抱数字化转型,餐饮企

业积极推进人工智能、大数据、AR/VR等科技在餐饮行业的应用。数字化服务让顾客享受到更加便捷、高效的用餐体验,从在线预订、移动支付到自助点餐、智能配送等,增强了顾客对品牌的好感和忠诚度。

六是中餐出海发展加速,越来越多的中餐品牌开始主动出海,将国际化作为重要发展战略,拓展海外布局,积极寻找海外合作伙伴。

2025年是“十四五”规划的收官之年,也是为“十五五”开局奠定良好基础的关键一年。中央经济工作会议强调要大力提振消费,扩大国内需求,做好餐饮消费相关工作意义重大。上述负责人表示,协会将按照中央经济工作会议的要求,紧紧围绕“促消费、扩内需”统筹谋划,扎实推进,通过开展第34届中国厨师节暨2025中国厨艺与餐饮博览会、第十八届中国餐饮产业发展大会、走进联合国中餐美食海外推广活动、2025中国(泉州)丝路国际美食周暨第二届中国(泉州)丝路小吃节等美食节庆重点活动,大力提振消费,扩大餐饮需求,为持续推动经济持续回升向好贡献力量。

非遗美食拴住中外民众新春味蕾

本报讯 陈爱平 走进位于南京路步行街的第一食品商店,喜庆红火的新春装饰、琳琅满目的非遗美食、排队精挑细选年货的顾客、笑着称重装袋的售货员……过年的幸福感在掀开挡风门帘瞬间“拉满”。

仔细逛,这家商店里云集许多非遗美食,老城隍庙五香豆、梨膏糖、功德林素食、枫泾丁蹄、老香斋一口香等等,人们甚至不必前往这些非遗项目的“诞生地”便能“吃遍上海”。

家住上海市松江区的七旬市民刘凤美,乘坐一个多小时的地铁来到第一食品商店。她选购了包装精美的五香豆、梨膏糖,又散称了一些炒瓜子、松子、曲奇饼干。尽管当下网购发达,老字号分店遍地都是,刘阿姨仍然坚持逢年过节来南京路购物的习惯。

第一食品专柜领班张震说,随着中国农历春节临近,自己和同事们忙得脚不沾地。“本地熟客讲究老味道和实惠,海内外游客们则希望‘伴手礼’好吃又漂亮。精致的‘上海礼物’文创礼盒、外包装有着上海地标元素的美食销路特别好。”

沿着南京路步行街往外滩方向走,沈大成、三阳南货等老字号门店外排着长龙。外国人像本地人一样,感受着地道美食带来的年味。

来自摩洛哥的贝琪尝试了一款现做的沈大成条头糕——形状细长,外面是雪白的糯米皮子,内里是现炒的细豆沙馅料。贝琪介绍,与摩洛哥肉菜以咸口为主、点心特别甜的情况不同,中国江南地区许多肉菜是甜口的,但糕点却不那么甜。“听中国朋友说,甜口的肉菜是传承已久的习惯;不那么甜的点心是出于人们追求健康、减糖的目的。这真有意思!”

上海市文化和旅游局数据显示,上海已拥有63项国家级非遗项目、273项市级非遗项目以及超过900项区级非遗项目。翻看非遗项目名录,杏花楼广式月饼、南翔小笼馒头、枫泾丁蹄、梨膏糖、沈大成点心……这些美食“招牌”,不仅是上海本地人的“心头好”,也拴住了海内外游客的味蕾。

上海市文化和旅游局非遗处处长陈平介绍,春节期间,上海将举办一系列非遗体验活动。其中“2025‘蛇’尖上的非遗”主题活动,取“蛇”“舌”同音,便是让人们从非遗美食中感受传统文化,也帮助老字号进一步打开市场,捕捉新一代消费者的最新需求趋势。

非遗传承人们也不再满足于“守住老味道”,更在努力跨界融合、推陈出新。沈大成最新推出的“武林糕手”心意定胜糕,内里仍是银锭造型、香甜软糯的糕点,外包装则引入了国家级非遗项目卢氏心意拳的招式形象,受到消费者的欢迎。

近日,国务院办公厅印发的《关于进一步培育新增长点繁荣文化和旅游消费的若干措施》提出,在春节前后举办全国春节文化和旅游消费月、非遗展示展演展销、欢乐冰雪旅游季、“旅游迎春休闲过年”“四季村晚”等活动,营造温暖和谐的社会氛围。

“非遗为旅游和消费注入文化内核和精神滋养。人们在年货里、旅途中沉浸式感受非遗,收获的不仅是消费增长,更是文化自信。”中国旅游研究院院长戴斌说。

2025北京餐饮(食品)新春美食荟举行

本报讯 记者李甜甜 2025蛇年,是第一个世界非遗版春节,普天同庆过大年,春节,成为全球瞩目的世界非物质文化遗产。在这喜庆时刻,为欢庆首个世界非遗版春节,以“欢聚非遗春节,乐享饕餮京味”为主题的2025北京餐饮(食品)新春美食荟,在北京京深海鲜市场拉开帷幕。

活动由北京市商务局、北京市民族宗教事务委员会指导,北京烹饪协会主办,活动得到了首农大厨房、北京水产集团(京深海鲜市场)、美团、燕京啤酒集团等相关单位的助力。活动同期发布的北京市餐饮品牌企业春节期间特色营销举措,为市民游客在京餐饮消费提供指引。

发布当天,萃华楼、富华斋饽饽铺将象征着团圆如意的春节特色礼盒带到活动现场,热气腾腾的面食、精巧别致的点心匣子吸引了消费者驻足购买;常赢三兄弟品牌在现场,由企业大厨现场炸制松肉,香气四溢;便宜坊食品公司的特色烤鸭礼盒、联名款小点心等,成为现场的热门;鸭儿李记的大厨现场摇元宵、煮元宵,与消费者互动;西部马华的炸馓子、辣皮子酱等西北地道风味引来消费者纷纷购买;京深海鲜市场作为京城颇具规模的海鲜集散地,也展出了各式海鲜。来自山东、厦门、银川、陕西富平等驻京机构推出了“足不出京品地方特色”的主题美食活动。当天活动现场,直播团队将上千种美食通过线上进行直播。金星鸭业带来烤鸭和片鸭品尝活动,现场香气四溢;参会企业还共同宣读《品质食材保障餐饮供应链安全倡议》,彰显了行业对食品安全的高度重视与责任担当。

过年是全球华人最重要的节日,北京餐饮企业纷纷推出经典美食味道,通过各种渠道通过“年夜饭年货礼盒预定发布”“年货大集售卖”“新春美食直播



发布”等多元化形式,充分整合线上线下传播资源,组织众多优质餐饮企业和品质食材企业组团亮相,全力营造浓厚的春节氛围,有力促进节日消费,携手全市餐饮(食品)企业共同庆贺这一特殊的新春佳节。

据北京烹饪协会负责人介绍,北京市2025年春节餐饮服务接待呈现四大特点。一方面,年夜饭预定业务提前启动,不少企业早在2024年9月初就已推出相关信息,全聚德、旺顺阁等众多知名餐厅早早开启预定模式。其中,旺顺阁全国40家门店包房年夜饭预订率颇高。同时,分时段预定模式流行,像北京花家怡园分三个时段预定,玉林烤鸭也整合员工队伍服务社区居民。另一方面,企业注重菜品口味和服务品质,老字号成为预订主流。萃华楼等加大食材备货、开展技能培训;各餐厅推出丰富套餐,东来顺有特色套餐且将亮相庙会,眉州东坡和便宜坊集团也有优惠活动和特色套餐。此外,外卖亲民版成品、半成品年货礼盒热销,全聚德家宴礼盒融合菜系,西部马华推出特色美食

及储值活动。

各地驻京办的特色优选食材成为活动亮点,厦门驻京办带来的厦门特色小吃五香卷、海蛎煎、土笋冻等,让市民品尝到来自远方的独特风味;宁夏滩羊现场品鉴活动,让人们领略到优质羊肉的鲜美。此外,富华斋饽饽铺、萃华楼、便宜坊、西部马华、常赢三兄弟等知名餐饮企业的年夜饭展示,以及古船、绿宝、大红门、月盛斋、王致和、六必居、白玉、翠湖工场、三元梅园、华都酒业等优质品牌的精彩亮相,都为活动增色不少。各品牌纷纷开展现场展示和试吃活动,让市民亲身感受美食的魅力。

据了解,此次活动联动了北京市的“菜篮子、米袋子、肉案子、奶瓶子”等各大批发市场的优质食材供应商企业,全力保障春节期间的食材供应,确保春节年味不打烊,致力于打造春节年味行业盛会。活动将持续至春节期间,有望成为北京春节期间的文化与美食名片,让更多人在享受美食的同时,深刻感受非遗春节的独特魅力,为全市人民带来一场丰富多彩的新春美食饕餮盛宴。