

# 老字号餐饮节日持续火爆

本报讯 张天元 “加长版”的春节假期，让餐饮市场迎来了消费热潮，老字号餐厅更在春节假期期间迎来了客流高峰。近日，餐饮企业纷纷晒出春节档亮眼成绩单。“除夕当天，同春园一个店就接待了200多桌顾客，用餐高峰期还没结束，微信步数就已经刷到了4万多步。”同春园前厅经理杨飞表示，今年春节期间，服务员和后厨团队忙得不可开交，午市两堂、晚市两堂均爆满，顾客平均等位时间超过1小时。

同时，部分老字号春节期间客流甚至达到了平日的几倍之多，尤其是与景点相邻的餐厅。据介绍，春节假期，鸿宾楼、烤肉宛、砂锅居、柳泉居等老字号销售额是平时的两倍左右，而像毗邻旅游景点的烤肉季、峨嵋酒家、护国寺小吃、老西安饭庄等老字号，客流量基本是平时的四、五倍，销售额也是平时的三、四倍。

乙巳蛇年是春节申遗成功后的首个春节假期，非遗美食成了不少消费者的春节首选。除夕当天，同和居的三不粘卖出近千份，同春园的松鼠桂鱼单店售出300余条，鼓楼马凯餐厅外卖窗口每天就卖出1000多串羊肉串。在大观

园庙会 and 厂甸庙会上，二友居的西四包子、二友居肉饼、杏仁酪等产品备受消费者喜爱，据二友居副经理刘蕊介绍，庙会期间，二友居展位每天卖出两三千个包子，包子、肉饼日日供不应求，每天庙会的营收甚至能追平总店日均销售额。

不仅是老字号，不少地方菜品牌同样感受到了餐饮消费市场的复苏。据西贝北京六里桥旗舰店店长介绍，蛇年春节六里桥店迎来用餐高峰，特别是在大年三十、初一、初二这三天，几乎每天都出现顾客到店用餐爆满的情况，部分包间还出现了两次翻台。据费大厨辣椒炒肉相关负责人介绍，假期期间各门店客流剧增，多家门店全天等位不间断取号超1000桌，平均等位时长在90分钟以上，翻台9轮。

从细分品类来看，火锅同样是假期的一大热门。数据显示，从除夕到大年初六的7天里，全国海底捞火锅共计接待顾客超1000万人次。无独有偶，2025年春节假期，呷哺集团旗下呷哺呷哺品牌全国门店销售额提升明显，年夜饭套餐预订火爆，除夕前后3天预订量超过2万份，且品牌全国餐厅销售额、客流

自农历小年起提升迅速，尤其是河北、安徽、山东、湖南等区域销售额较2024年同比最高提升达到20%。

除火锅之外，在全国多地影院迎来观影热潮的背景下，也带动了饮品和小吃的销量。美团外卖数据显示，今年除夕以来，全国奶茶销量同比去年同期增长180.4%。据了解，为呼应春节社交需求，美团外卖特别推出“春节送礼”频道，自送礼功能上线以来，已有上万杯奶茶化作新春祝福在各个微信群里转发，奶茶品类的赠券量同比增长超160%，有效带动春节消费需求释放。

北京市社会科学院副研究员王鹏认为，假期餐饮市场消费火热，反映了消费者对于高品质、多样化餐饮体验的需求日益增长。当下餐饮市场呈现出多元化、个性化和品质化的趋势，春节期间的餐饮消费热潮，既是传统节日文化的体现，也是消费市场活力涌动的表现，需要不断创新和提升服务质量来满足消费者的需求。当高峰时段过后，餐饮企业应不断创新，通过在优化菜品服务、加强品牌建设、创新营销方式、提升运营效率、注重食品安全卫生等方面发力，进一步提升自身综合竞争力。

## 副中心三大文化设施接待游客11.8万人次

本报讯 蛇年新春，享趣通州，今年是春节申遗成功后的首个春节，北京春节文旅市场也迎来“开门红”。

据统计，春节假期，副中心三大文化设施接待游客11.8万人次，城市绿心森林公园吃住玩逛全套文旅场景进一步升级，假期累计接待游客10.4万人次。

今年春节，城市绿心森林公园的吃住玩逛全套文旅场景进一步升级，假期累计接待游客10.4万人次，较2024年春节假期(8万人次)同比增长30%。截至2025年2月4日，公园自开园以来累计接待游客1295.8万人次。

今年，城市绿心森林公园首次举办了新春美食文化节，网红切糕、云朵舒芙蕾、干噎酸奶、烤海参、铁板大鱿鱼、罐罐烤梨……60余种各地美食汇聚，经典传统与现代创意交织，提供了丰富的味觉体验。

美食节上还轮番上演惊险杂技魔术秀、民俗表演、舞龙舞狮等精彩节目，市民游客品尝美食之余，可以欣赏节目、与演员互动，吃得舒心，也玩得开心。

美食节不远处即绿心每年如约而至的冰雪嘉年华，这已经是城市绿心森林公园连续五年举办冰雪嘉年华，今年还为滑雪爱好者提供了初级滑雪道，在副中心就能来一场刺激的滑雪体验。

在阿派朗创造力乐园，山海瑞兽奇遇季活动将雪国装点得如梦如幻。雪圈、雪地转转等项目乐趣十足，八大主题板块通过智能交互手环与线上任务结合，让游客在混合现实中探索游玩。阿派朗还特邀智利国宝级制作团队精心打造巨型木偶剧。腾云驾雾的青龙、驱邪避凶的朱雀，仿佛从山海经中走来。

大年初五，位于城市绿心的“D.P. ONE源·心”项目张灯结彩，处处洋溢着喜庆的节日气氛。20多家餐饮门店假期不歇业，供市民游客尽享美食，春节期间生意火爆。

有味觉盛宴，还有文化盛宴——源·心“巳巳如意非遗闹春”活动吸引了众多市民，天津快板、北京琴书、河北梆子等传统非遗表演项目轮番上演，赢得观众阵阵掌声。

通州小车会和运河龙灯等巡游活动更是将春节的喜庆氛围推向高潮。小车会以其独特的表演形式和丰富的文化内涵，展示了通州地区的传统民俗风情。

运河龙灯则以其气势恢宏、舞动生风的表演，展现了运河文化的独特魅力。

春节期间，北京各大文化场馆推出的特色展览备受关注。

在北京城市副中心，北京城市图书馆、北京大运河博物馆、北京艺术中心三大文化设施共接待游客11.8万人次，继续成为市民游客热门打卡地。

作为副中心文旅高地，三大文化设施新春活动“非遗味”浓厚。北京城市图书馆开展“书香城图 非遗绽放”非遗市集，“大师陪您过大年”主题系列活动邀请文化界及非遗领域的专家学者、工匠大师，与参与者面对面交流。

北京大运河博物馆文物告诉你何以中国节日——京津冀博物馆里有“吉”市，也以非遗为重要组成部分。

鱼拓、通州运河龙灯、通州里二泗小车会……大师授课、文创体验、精彩表演，非遗“亮相”的形式越发多样和高端。

(北京市通州区委宣传部)

### ● 相关阅读

## 北京多家老字号餐饮继续“摆摊”灯会

本报讯 王萍 在刚刚过去的春节假期，北京多家老字号餐饮不仅堂食火爆，而且设在北京多个庙会的摊位也赢得消费者热捧。近日，笔者从东来顺、全聚德等多家老字号餐饮企业获悉，春节期间，多家门店及庙会摊位迎来客流“开门红”。在接下来的包括“2025年京彩新春彩灯嘉年华”等多项活动中，老字号餐饮还将继续带着招牌产品亮相。

### 节日相关活动火热

东来顺相关数据显示，今年春节期间，累计售出千余份新春限定顺时茶饮、涮菜甜点组合，以及爆款产品冻梨和黑珍珠精品羊上脑等秒杀商品，还累计售出3千余份喜迎新春300元代金券。

全聚德多个门店也在春节期间收获了客流和营业收入双增长。相关负责人表示，以全聚德前门店为例，春节8天假期经营收入同比增长3%。“面对春节期间激增的客流，前门店每天提前30分钟开门，中午连堂经营，并根据经营情况动态延长营业时间。仅大年初四的接待人数就接近3000人，结束营业已近零点。”

除了火爆的堂食正餐，今年，老字号餐饮的“周边”也在首个非遗春节的推动下，备受消费者欢迎。东来顺相关负责人介绍，春节期间，东来顺推出的3款点心熟食礼盒备受欢迎，吸引了众多顾客选购。“全聚德·中轴食礼”体验店在堂食区域增设24个餐位，并增加等位区。同时，增加“拼了·鸭三宝”“拼了·鸭三享”两款鸭货零食，还在水吧窗口推出花束糖葫芦。

据了解，多个老字号亮相今年春节多场庙会，也收获了不错的“战绩”。东来顺数据统计显示，今年，东来顺参与了地坛庙会、龙潭庙会、京彩嘉年华以及大运河新春游园会活动，庙会现场累计售出羊肉串近1万串、爆肚近3000份。北京果子干、小羊布丁、牛肉包子



等新品也受到游客欢迎。

东来顺相关负责人表示，虽然春节假期已经结束，但“2025年京彩新春彩灯嘉年华”将横跨元宵节，持续至2月28日。东来顺除了室外展位，还设立了室内火锅节“万锅来潮 锦绣丰华”，继续为游客带来霸气羊肉串、老北京爆肚、冰糖烤梨、麻酱拿铁等招牌产品以及糖卷果、驴打滚、艾窝窝、豌豆黄、绿豆糕等清真小吃，消费者还能在嘉年华现场吃到热气腾腾的国家级非遗铜锅涮肉。

### 餐饮伴手礼大受欢迎

很多消费者不满足于在店里用餐，各种各具特色的伴手礼成为颇受欢迎的“打卡纪念品”。据了解，今年，具有各家特色的糖果、糕点礼盒、元宵等都受到消费者欢迎。

萃华楼的中轴线系列象形糕点以中轴线上的标志性建筑为设计灵感，绿豆、抹茶等口味的“太和殿”“八角楼”让人耳目一新。北京萃华楼餐饮集团总

经理王培欣介绍，2024年北京中轴线申遗成功，恰逢“非遗春节”，这款点心显得特别应景。“很多消费者在门店排队等位的时候就开始下单买点心了。尤其是外地游客都一下买很多盒，要带回去给亲戚朋友。”春节假期期间，中轴线系列糕点礼盒的销售超过2000盒。

凑凑火锅在今年春节期间推出的雪花酥，成了非常受欢迎的春节伴手礼。相关负责人表示，蔓越莓和可可两种口味的雪花酥符合人们对于“新年糖”的定位，很多消费者会在吃完火锅后买几盒回家。“雪花酥上市后非常受欢迎，很多门店销售一空，我们还进行了紧急补货。”

同样作为北京“春节特产”的锦芳元宵，除了继续受本地消费者欢迎，今年也成了不少外地游客的心头好。便宜坊集团相关负责人表示，在今年排队买元宵的队伍里，就有好多外地游客看了北京旅游攻略，特意来购买带回家。“我们的工作人员在售卖时候也是反复提醒游客，元宵一定不能常温放太久，可以放冰箱里冻起来。”