

北京城市副中心特色餐饮聚集 街区赋能国际美食之都建设

本报讯 马婧 近日,从北京市商务局获悉,今年,北京市将完成中关村等12个全市重点商圈改造提升,打造2至3个千亿规模世界级标志性商圈。到今年年底累计引进500个左右国内外知名美食品牌,累计引进首店3000家,推动北京国际消费中心城市首个建设期圆满收官。

今年,北京市将有序推进“王府井×西单×前门”“CBD×三里屯”“环球影城×大运河”“丽泽×首都商务新区”4个国际消费体验区建设,打造2至3个千亿规模世界级标志性商圈,完成中关村等12个全市重点商圈改造提升;推进北京坊二期、湾里商业综合体、新国展二三期等项目建设,加快隆福寺招商运营,加速推动王府井商圈“商业+旅游+文化+科技”深度融合。

北京市将创新多元融合消费场景,推动街区、近山、亲水、演艺、赛事、夜间、数字消费场景与周边文化、旅游、体育、

商业设施深度融合,累计推出10个以上的商文旅体融合发展示范商圈。同时,织密便民消费网络,实现全市便民生活圈全覆盖。

多元化品牌创新方面,北京市将发挥红桥市场、王府井19号府、南阳共享际、首创·郎园Station等新消费品牌孵化地的示范作用,力争到2025年年底累计孵化100个以上新消费品牌,其中亿级规模品牌20个以上,千万级规模品牌80个以上。老字号也将焕发新活力,到2025年年底,建成50个左右老字号博物馆,拥有国家级和市级非遗技艺数分别达到50项和90项左右,累计认定约150名“北京老字号”工匠,“北京老字号”品牌达到300家左右。

北京市正打造国际美食之都。市商务局表示,到2025年年底,累计引进500个左右国内外知名美食品牌,推动城六区、副中心、平原新城地区持续打造特色餐饮聚集街区,到2025年年底累

计培育30条以上“深夜食堂”特色餐饮街区。

随着首发经济蓬勃发展,北京市鼓励国内外知名品牌首店、旗舰店、体验店、定制中心在京落地,推动重点重奢品牌旗舰店开业,力争到2025年年底累计引进首店3000家。

服务消费已成为消费增长的重要动力,北京市将激发服务消费内生动能。一方面,创新发展数字消费,到2025年年底各区建成3个以上特色信息消费体验中心,累计认定约30个“北京市特色直播电商基地”,带动直播电商产业聚集升级。另一方面,加快文娱消费供给侧改革,释放旅游、体育消费潜力,全年新推出主题游线路100条,推进“乡村民宿+”行动,提升八达岭、十渡等全国乡村旅游重点村镇品质,支持潭柘寺、周口店等镇升级为全国乡村旅游重点村镇,推动首钢园、五棵松、新工体、奥林匹克公园等区域体育消费聚集。

湖北省在京发布 《京楚美食地图》

本报讯 孙颖 在北京,哪家餐馆的湖北菜地道?近日,2025湖北优质农产品品牌北京推介活动携500种“好味”进京,亮相北京新发地农产品博览中心。现场还发布了《京楚美食地图》,50多处在京湖北美食餐厅邀您一起解码“舌尖上的湖北”。

湖北省农业农村厅相关负责人介绍,此次26个县市区的84家企业携26个区域公用品牌、近500种湖北好味组团进京。现场,北京新发地分别与武汉市、洪湖市、仙桃市、潜江市、十堰市农业农村局签订优质农产品种植养殖基地共建战略合作协议,19家京商与20家鄂企达成产销合作。这场跨越1500公里的“握手”,将构建起“基地直供+渠道专营”的产销快车道,更开创“品牌共育、标准共建、市场共拓”的协同发展新模式,让来自湖北的优质农产品走进北京的千家万户,成为首都百姓餐桌上的幸福滋味。

餐桌上的湖北好味有啥?现场发布的“北京必吃十道湖北菜”给您推荐:油焖潜江小龙虾、清蒸丹江口翘嘴鲇、武汉洪山菜薹、黄州东坡肉、泡蒸鳊鱼、香菇酿肉、荆州鱼糕、鸡汤鱼面、公安牛三鲜、洪湖莲藕排骨汤。从湖北远道而来的食材,和地道的传统菜肴制作技艺,让湖北美食在北京落地生根。湖北好味去哪里品尝?可以跟着《京楚美食地图》,打卡50多处在京湖北美食餐厅。

凌晨1点还有人在等位 一道烤鱼折射北京首店经济魅力

本报讯 曹政 杨天悦 如果要问当下北京最火的餐馆是哪家,位于朝阳合生汇的烤匠一定是很多消费者的答案。去年9月开业至今,这家烤鱼店热度居高不下,凌晨1点还有顾客排队等位成常态。

百变多样的京城消费市场,一道烤鱼为何成为“顶流”?连日来,记者多次现场探访,寻找这家餐厅的网红密码,也透过消费者的热情体验北京首店经济的巨大魅力。

下午取号排队凌晨才能吃上

“现在排队的话,要凌晨1点以后才能吃上!”上周六下午6点多,烤匠餐厅外,服务员大声提醒围在身边准备取号的顾客。

张帅拿到的取号单上写着“中桌,前面有656桌”。一旁,下午1点多取号的大姐跟他开玩笑:“早着呢,我都还没吃上!”凌晨1点40分,张帅终于等到服务员喊他的号了。

去年9月26日开业后,类似的场景每天都在上演。“原计划每天下午有半小时闭餐时段,但因为人太多,开业第二天就取消了。”店长徐兵回忆,开业没几天赶上国庆假期,每天至少要发1000多个号,营业时间也不断延长。

“本以为入冬后客流少了,就可以恢复正常营业时间,没想到一直热度不减,营业到凌晨2点已成常态。”烤匠创始人冷艳君提供的一份数据显示,开业至今,烤匠合生汇店平均每天取号1500桌左右,最多曾达到2894桌。

当网红店遇上商场“顶流”

最近两三年,京城餐饮业每隔一段时间就会有个高人气品牌出现:费大厨、辣可可、桂满陇……这些门店的共同特征是先在长沙、上海等地火起来,然后在北京高人气商圈落地首店后引发排队潮。

若论排号的夸张程度,烤匠显然更令

人吃惊。在不少粉丝看来,这主要源于网红店与京城商场“顶流”的叠加效应。来北京前,烤匠已经开了70家直营店,是川渝地区的网红餐厅。2023年,冷艳君计划走出川渝。走遍一线城市后,她决定首先来到北京。

北京首店落在哪?“要进就进最火的商场。”当年,她带着团队进京考察。经过一番考察,冷艳君最终决定落脚朝阳合生汇的21街区。

21街区堪称朝阳合生汇的“流量密码”。即便是晚上8点多,街区里的顾客依然摩肩接踵。网红品牌扎堆且不断换新,让这个总面积近2万平方米、200多家品牌聚集的地下食街成为年轻人喜欢打卡的好去处。

高流量商圈和社交媒体的传播放大了烤匠的声量,而烤匠也在填补商圈的空白。朝阳合生汇负责人解释,像烤匠这样的南方餐饮在北方较为稀缺,品牌的差异化、独特性吸引消费者到访,甚至不乏外地游客跨城尝鲜。

好吃不贵也是消费者追捧的重要原因。翻开烤匠的菜单便能发现,大家疯狂追捧的烤鱼并不算贵,整体算下来人均消费在百元左右。

高品质首店激发线下消费潜能

烤匠餐厅门外,排队的顾客几乎人手一杯奶茶或咖啡,还有人拎着盲盒店或服装店的手提袋。排号的几个小时



↑ 特色烤鱼。
← 凌晨1点顾客排队等位成常态。



里,大部分人都没闲着,在商场里转一圈再回来。“商场一开门就来取号了,逛了逛街,在隔壁玩了一会儿电竞,这会儿来吃正好。”一位顾客说。

记者在烤匠餐厅周边发现,新鲜餐饮品牌真不少。石头先生的烤炉、祐禾面包等烘焙首店一开业就成了人气王;北京首家霸王茶姬两年前开业时曾创下三天销售42万多元的战绩,如今仍然经常一座难求;“两点见!下午茶”则以童话风装潢吸引众多顾客排队打卡。

去年,朝阳合生汇共引入36家首店,其中餐饮首店占比在40%以上。放眼京城,首店经济势头强劲,去年共有960家首店落地,涵盖零售、餐饮等多个领域,极大丰富了北京的商业生态和消费者购物体验。

回首2024年,众多餐饮首店的火爆行情显示,消费者依然乐于拥抱新品牌、新服务,更高质量的首店将进一步激发线下消费潜能。

意大利美食节 在京开幕

本报讯 马婧 近日,意大利对外贸易委员会与麦德龙中国首次合作举办的意大利美食节开幕,为北京市民带来纯正的意大利美食盛宴。市民可在麦德龙四季青店、十里河店、立水桥店体验意大利美食新品,参加烹饪课程。

走进麦德龙四季青店,琳琅满目的意大利特色美食吸引消费者品尝。现场专门设立了四大主题展区,展示罐头、橄榄油、意面、葡萄酒、咖啡等九大品类产品,仿佛将地中海的浪漫风情带到中国消费者面前。

意大利美食节系列活动将持续至6月10日,覆盖北京三家麦德龙门店。活动期间,消费者不仅能享受各类意大利美食的优惠,还能有机会体验更多的意大利美食新品,同时,还可报名参加由意大利顶级厨师主持的线下烹饪课程。两场特别的烹饪课程将为意大利美食爱好者提供学习正宗意式烹饪技艺的机会,让市民踏上属于自己的意大利美食之旅。

麦德龙供应链董事长许少川介绍,目前,麦德龙中国在60多个城市开设了100家门店,服务超200万家庭及20万企业会员。企业供应链深入意大利各地挑选美食,将托斯卡纳奶酪、西西里橄榄油、红葡萄酒等意大利本土风味带到中国市场,此次活动将推动更多意大利优质商品走进中国家庭。

意大利驻华贸易协调官彭斌彬先生表示:“非常荣幸意大利对外贸易委员会能与麦德龙中国达成合作,期待这次合作能提升‘意大利制造’产品在中国市场的表现。”