



## 第七届“簋街不夜节”启幕 多项活动推动夜经济升温

本报讯 王萍 近日,第七届“簋街不夜节”启幕。今年,“簋街不夜节”首次开启“超长待机”模式,将一直持续至9月底,贯穿整个夏季。

据了解,从今年“五一”假期开始,北京多家餐饮企业都将菜品研发及营销重点瞄准了夜经济,“露台夜宵”“露营餐饮”也成为入夏以来的“关键词”。根据北京市商务局此前发布的信息,到2025年,全市将培育30条以上“深夜食堂”特色餐饮街区。夜间消费潜能不断被激活,“多元化”的夜间消费产品和服务备受关注。

### 发起“锅气”倡议 拒绝“预制”

第七届“簋街不夜节”由北京市商务局指导,东城区商务局、东城区文化和旅游局、北新桥街道主办,簋街管委会、北京烹饪协会、簋街商会、抖音生活服务联合承办,燕京啤酒集团战略支持。本届“簋街不夜节”以“锅气食力派·点亮京城”为主题,围绕簋街“不夜消费”主线,将持续至9月底,后续还将推出直播探店、深夜食堂、消费满减等系列活动。

今年的“簋街不夜节”首次提出簋街将成为首个以“锅气”为核心IP的夜间消费集聚区。开幕式现场,簋街商家代表共同发起《坚守现制本味 传承餐饮锅气》行业倡议,承诺拒绝“千篇一律的预制菜复热”,回归“一菜一炒”的现制初心。同时对“锅气守护工匠”“烟火气推荐官”进行授牌。

### 打造“美食+文创”场景

近年来,簋街上的餐饮生态越来越丰富,除了通乐、胡大、花家怡园等簋街“元老”商户,星巴克咖啡、京A、火财盒、宜宾招待所等受消费者欢迎的餐饮品牌陆续在簋街开业。簋街商会相关负责人表示,目前簋街上的餐饮商户数量占到总商户的约40%。随着市场的自然选择,每年簋街的商户会有约20%~30%的更新。除了小龙虾、烤鱼、火锅、烤串等夜宵美食长红不倒,更多的咖啡、新茶饮、京味点心、西餐等也让簋街的餐饮业态更加多元化。今年,麦当劳有望进驻簋街,同时,来自江苏盱眙的小龙虾品牌也将有望来到簋街,与胡大代表的北京味道、沪小胖代表的上

海味道“同场竞技”。

簋街商会监事长郭冬在接受媒体采访时表示,近年来,簋街打造了文创雪糕,话剧《簋街》成功首演,去年的不夜节还发布了簋街的IP形象“夜小喵”。“五光食色”等与餐饮相关的艺术展览也吸引着来簋街就餐的人,让消费者感受到了除美食以外簋街更多元更丰富的文化。未来簋街还将继续打造特色文化场景,比如文化策展空间,邀请艺术家围绕着簋街饮食文化推出艺术展。未来,簋街还将以“簋街12味”“夜小喵”等IP为灵感,打造更多的文化产品和文创周边。“例如簋街计划以西周青铜器‘伯簋’为原型,设计文创冰箱贴,让食客将北京和簋街的文化、历史和美食的底蕴‘贴’近日常生活,实现‘美食+文创’的场景化破圈。”

### 北京餐饮夜经济热度初现

据了解,今年的“簋街不夜节”比去年提前了一个月,而且跨越北京的夏季,一直持续至暑期结束,其间将伴随簋街近30家商户上线千份免费试吃套餐及代金券、“北京特产”燕京啤酒限时优惠、平台联动商户沉浸式直播、爆品秒杀、消费满减等活动,激发北京餐饮消费力。

以簋街为代表的北京餐饮夜经济从今年“五一”假期已经开始升温。北京胡大饭馆运营总监张胜滔在接受媒体采访时表示,据统计,胡大饭馆今年“五一”假期期间的客流环比放假前增长超过60%,招牌小龙虾在5月2日当天的销量超过11600斤。

最近,关于小龙虾价格波动的消息登上热搜,湖北潜江、湖南南县等主产区日交易量超千吨。气温升高加速成熟、供应链日益完善、养殖技术提升等因素叠加,促使小龙虾价格持续走低,消费者也迎来“剥虾自由”。张胜滔说,从今年的市场消费趋势分析,顾客更加追求质价比和产品多元化。“从去年下半年开始,胡大招牌产品小龙虾从15只起售,调整为10只起售,还添加了必点特色菜的小份菜销售,以满足不同客户的多元消费需求。”

进入夏季以来,北京的“露台经济”“露营经济”呈现出超越以往的热度。东城区近日启动了“微风露台计划”:登上红桥市场的楼顶露台喝咖啡、看天

坛,成为“五一”假期新的“打卡点”;在灿然书屋二层露台喝茶、读书,吃老北京茉莉花冰淇淋。在簋街,包括胡大三店、独一味烤鱼等带有露台的餐饮门店也受到消费者欢迎。在胡大三店可以看到,很多消费者宁愿多排几桌,也一定要在露台上享受吃虾喝啤酒的乐趣。据了解,胡大饭馆每晚9时正式开启“夜场模式”,安排歌手驻唱,夏季还会增加现场打碟和花式调酒等服务。

### “多元化”夜经济备受期待

2024年,北京市商务局等9部门印发《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》,鼓励餐饮业延时经营;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、夜购等融为一体的消费服务;增加夜生活消费供给,到2025年,全市培育30条以上“深夜食堂”特色餐饮街区。

有业内专家认为,夜间经济是城市现代化水平、城市活力和消费繁荣程度的重要体现,是衡量一个城市经济发展水平、居民生活质量和投资环境的“晴雨表”。北京为了更好地释放夜间消费潜能,北京从2018年开始就推出“深夜食堂”,又接连印发《北京市关于进一步繁荣夜间经济促进消费增长的措施》《持续打造有品质有特色有温度“夜京城”冬季活动措施》《北京市促进新消费引领品质新生活行动方案》等一系列繁荣夜间经济的文件。北京的夜间经济快速发展,并步入了以高质量发展为引导的新时期。

相比夏季夜经济蓬勃发展,北京作为北方城市,夜经济发展也呈现出明显的季节特征。有业内人士认为,北京可以引导和鼓励市场主体根据季节开发多样化的夜间消费产品,如围绕元旦、春节、元宵节等传统节日,开发更具“年味儿”的夜间文旅产品。

此外,北京市现有夜间消费产品和服务多以餐饮、购物、休闲娱乐为主,可以鼓励以创意和科技为支撑的夜经济新业态和新产品。依托展览馆、文博场所,定期开展主题展览,引入沉浸式展览内容,丰富夜间文旅业态。鼓励博物馆、美术馆、海洋馆、科技馆等开发夜游、夜宿产品,丰富夜间文旅产品供给。

## 立足创新 推动“舌尖消费”

本报讯 李芳 胡斌 烟火气里寻美味,用舌尖感受生活温度。据商务部商务大数据监测,今年“五一”假期,全国重点零售和餐饮企业销售额同比增长6.3%。消费市场繁荣某种程度上得益于我国餐饮市场的迅速发展,相关激励政策陆续出台,推动餐饮消费场景重构与融合创新。

《2025年中国餐饮产业生态白皮书》显示,2024年全国餐饮收入5.57万亿元,同比增长5.3%。但各餐饮品类人均消费价位从2023年的42.6元下降到2024年的39.8元。与此同时,餐饮市场出现产业地域突围、消费分层与烟火经济兴起、性价比食材需求凸显等发展趋势。这些变化,需要餐饮从业者拥有一双慧眼,洞察消费者需求,凭借对品质的执着和对顾客的真心,用心做菜品,真心为食客,在变化中谋求长久发展。

近年来,有关部门围绕餐饮消费领域出台了完善餐饮标准体系,制定修订国家标准和行业标准等多项政策。例如,商务部等推广“互联网+明厨亮灶”及外卖封签机制,探索“种养基地+中央厨房+餐饮门店”供应链模式,强化食品安全风险分级监管;打造“美食名镇”“美食名村”,开展“中华美食荟”系列活动等。地方层面,北京市对老旧餐厅改造升级投资额超核定计划70%的,给予一次性奖励等;四川省对餐饮企业年营业额首次达150万元以上的提供专项培育和补贴;等等。

不过,餐饮业也面临一些需要解决的问题。数据显示,2024年全国新开餐饮门店数量为451万家,但关闭的门店数量也达到409万家,闭店率创纪录地达到61.2%。当下,头部餐饮品牌集中度提升,尤其是在北京、上海等一线城市,市场竞争尤为激烈,品牌店某环节稍有疏忽都可能影响消费体验。尽管有餐企尝试多业态混搭增加收入来源,但供应链复杂度和运营成本也随之增加。此外,餐企用人、房租等成本有所增加。针对此,餐饮企业需要强大的市场洞察力和创新能力,努力做好“舌尖”上的消费。

一方面,以场景创新拓宽消费边界。当下,年轻人纷纷涌向评分在3.5分左右的餐厅。以前约饭是去大饭店吃,现在约饭注重去吃什么,而不在于饭店的大小。“漂亮饭”的走红,以其精致的摆盘和极具视觉效果的呈现,成了许多年轻人的就餐首选。餐饮消费市场中出现的性价比逻辑、轻社交逻辑等,使餐饮行业持续调整经营策略。对此,要进一步明确市场定位,打造独特的品牌形象。从装修风格到服务流程,围绕品牌核心理念展开,增强顾客辨识度和忠诚度。保持菜品创新,定期推出新菜品,以此吸引和留住顾客。精心设计每个服务细节,利用社交媒体平台分享美食制作过程、餐厅故事、顾客评价等,迅速提升品牌曝光度。

另一方面,以数字场景重构人货场关系。餐饮企业要通过产品迭代和供应链优化构建“护城河”,在设备、标准化、供应链以及食品安全方面迭代升级。要通过设备自动化、智能化与数字化深度融合,构建起一套更高效、更低成本、更可控的运营体系,在考虑食品安全风险的前提下引入合适的餐饮设备。另外,增强餐饮连锁品牌的供应链弹性与柔性,关键是实现供应链的动态平衡和高效响应。要积极打造就餐抽奖、积分兑换等促销活动,丰富消费者就餐体验。