

“味蕾游”与“团圆餐”交织 激发线下餐饮消费新趋势

本报讯 梁傲男 “双节”叠加的8天超长假期,餐饮消费热度一路飙升,“团圆餐”与“味蕾游”实现激情碰撞。据商务部监测数据,假期前4天,全国重点零售和餐饮企业销售额同比增长3.3%。

“A279号请用餐!”——傍晚六点的北京合生汇,叫号声穿透人群,电子屏上显示前方还有158桌在等待。服务员为排队顾客送上免费酸梅汤,门口等位的年轻人一边玩着店家提供的跳棋,一边刷着手机查看预计等待时间……国庆节中秋节“双节”期间,这样的场景在北京各大商圈不断上演,排队等位的长龙成了假日期间京城最熟悉的风景。

北京市商务局发布的假期数据显示,8天假期,市商务局重点监测的百货、超市、专业专卖店、餐饮和电商等业态企业实现销售额95.1亿元;全市60个重点商圈客流量5966.8万人次,同比增长13.9%。假期前4天,天津市商务局监测

的179家样本餐饮企业累计实现营业收入3851.3万元,同比增长28.6%。据成都市商务局监测数据,10月1日至7日,全市17家重点餐饮企业合计实现零售额1.2亿元,同比增长7.3%。

家庭出游、亲友聚餐需求叠加,堂食人数增多的同时也带动地方菜飘香四方。抖音平台上,亲子餐团购销售额环比增长99%,多人套餐环比增长51%。其中,徽菜、云贵菜表现尤为亮眼,销售额环比增幅均超过120%。美团预订数据显示,假期餐厅预订量同比增幅均在200%左右,梭子蟹、大闸蟹、桂花等时令食材纷纷登上中秋餐桌,上新时令食材的餐饮门店数同比增长145%。

此外,“双节”期间餐饮呈现新趋势。一是凭借移动通讯优势,异地消费活动增长。美团、大众点评数据显示,今年中秋餐厅预订用户中,异地消费者占比同比增长30%。成都老字号餐厅陈麻

婆豆腐相关负责人表示:“中秋当天的座位国庆节就预订满了,其中也有外地游客来我们家体验成都特色美食、看川剧变脸表演。”

二是美食消费热潮涌向城市深处。高德扫街榜数据显示,国庆期间本地生活餐饮行业订单量同比增长150%,大量藏在街头巷尾的“烟火小店”迎来客流高峰。“游客从‘寻味大城市’转变为‘美食小城游’,从‘走马观花’转变为‘深度旅游’,众多美食小城榜单流量大幅增长。”美团餐饮研究院研究员张译表示。

三是“团圆”这一文化内涵得到彰显。通过与地方特色美食深度融合,主打家庭聚餐场景,成为中秋节与家人相聚的温馨之选。高德扫街榜数据显示,名字带有“团圆”的餐厅城市排名中,重庆数量居首,温州、益阳、南阳等地紧随其后。从导航热度来看,佛山、北京、无锡、哈尔滨等地“团圆”餐厅备受青睐。

怀柔区引燃 假日消费热潮

本报讯 高宇晴 国庆邂逅中秋,“双节”同庆,消费升温!北京市怀柔区各大商圈、餐饮企业、宾馆、民宿纷纷亮出“王牌”,推出“活力黄金周”“十一欢乐购”“特惠吃住套餐”等一系列促消费活动,新场景、新体验层出不穷,全面点燃市民的消费热情。

截至10月4日,京北大世界、青春万达广场等4家重点企业,已实现销售额2162万元,客流突破31万人次,同比分别增长8.4%和14%。怀柔区的假日经济,正焕发着蓬勃生机!

商圈促销花样多,人气爆棚买买买。青春万达广场、京北大世界等核心商圈,浓厚的节日氛围扑面而来。满减、满赠、抽奖、特惠……各类促销活动让人应接不暇。

上午十点,青春万达广场已是人流如织,广场上,独唱、合唱、歌伴舞等特色演出轮番上演,不少游客驻足拍照。“我从西安过来,早上吃完饭正准备去神堂峪。路过看到这里在演出,很热闹,氛围特别好,我们旅游的同时也能感受到北京的文化。”游客高先生开心地说。

值得一提的是,今年假期,怀柔区首店经济也十分亮眼。青春万达广场“2025怀柔新启首发秀”活动,焕新升级的首店、首展、首秀、首礼,集结了小黄鸭IP巡游、脱口秀、音乐会、街舞盛宴等精彩内容,加上黄金、数码、服装、餐饮等优惠,为市民游客带来十足的新鲜感。放假回到怀柔区和家人过节的李女士,正在焕新亮相的怀柔区首家“胖改店”物美怀柔万达店里选购心仪商品。“感觉是这次假期的一个小惊喜,品类丰富,体验感很好,有的玩儿有的逛。”李女士开心地说。

假期离不开美食相伴!怀柔区凯宾斯基、满乡小馆、群生、三卅等多家餐饮品牌纷纷推出“双节”用餐优惠,折扣、套餐等形式多样。临近中午,群生大院已坐满举家出游的游客,特色美食备受好评。付女士表示:“我们刚从市区过来,就直奔这儿吃饭了,特别喜欢这儿的特色驴肉,还有怀柔特色板栗和虹鳟鱼。”

面对增加的客流量,餐厅也贴心推出瓦罐绘画等小活动,让等位的消费者在休息之余还能体验特色手作,带走独特回忆。“我们从昌平过来,路上风景不错,在雁栖湖栈道玩了一上午。来这儿吃饭体验感也特别好,人虽然多,但是小朋友有得玩,很开心,特别适合亲子前来。”游客郭女士满意地说。

饭后,不少游客继续到咖啡厅小坐,看书拍照,享受惬意的午后时光;孩子们则到儿童乐园里与小动物亲密接触,收获满满快乐。

除了吃喝玩乐,怀柔区近百家乡村民宿、酒店也同步推出多项住宿优惠,让市民真正实现吃在怀柔、玩儿在怀柔、住在怀柔,在绿水青山间体验怀柔生活。

(上接09版)

京华茶业:茉莉花香飘出“数字新路”

成立于1950年的京华茶业,拥有新中国第一批茶叶类注册商标“京华”品牌。作为北京茉莉花茶的代表品牌,京华茶业在70多年的发展历程中,不断探索传统茶文化的现代表达方式。

传承非遗技艺,匠心拼配经典味道。京华茶业拥有西城区非物质文化遗产北京花茶拼配工艺,目前已传至第七代传承人。花茶拼配工艺是京华茶业最核心技艺,通过对茶叶进行取长补短的搭配,来平衡茶汤口感,消除不稳定性,确保无论何时购买,味道始终如一。

拥抱数字营销,开拓线上销售渠道。公司近年来不断创新发

展,积极拥抱数字营销,发力线上新赛道,在抖音、快手等平台建立“多号同播矩阵”。通过与东方甄选等知名平台及网络大V联合直播,借助非遗技艺传承人、知名学者及网红茶人的影响力,提升品牌热度。2024年直播业务累计开展3000余场,发布5000余条短视频,触达超过7000余万人,品牌曝光次数达到了6亿次。

创新产品体系,满足多元消费需求。为迎合市场需求,京华茶业不仅传承传统京华号茶,在原有经典产品序列基础上成功推出了适合年轻人群、商务人士、功能保健等多序列新产品,并推出“京华飘雪”年轻品牌及系列新式茶饮、

冷泡茶等产品。

布局线下网点,构建全渠道营销网络。公司深耕优化线下网点,构建全渠道营销网络,建立了以北京为中心,辐射华北、东北、西北、华南等地区的营销网络;并对门店进行精简与优化,积极拓展加盟店开发。9月23日,公司旗下新中式茶饮品牌“京华飘雪”首店于故宫东华门正式开业,推出经典纯茶、创意特调、茶风味冰淇淋及即饮茶系列产品,将传统茶文化与现代消费体验相融合,不仅是茶饮销售终端,更成为传播京味文化、连接年轻消费者的重要窗口,再次开启了老字号茶业焕新之旅。

白玉:豆腐世家的品质革命

费者信任。

产品创新,创意豆香的无限可能。针对现代消费需求,白玉开发出手掰豆花、新派鲜豆卤(豆卷产品)等新产品线,并与六必居合作推出麻酱味豆立方等跨界产品。其中“手掰豆花”质地紧实、入味快,专为创意生活量身定制;黑鸭味豆卷、五香味豆卷产品自上市以来销售额已突破400万元,成为明星产品。白玉还推出“豆浆饮品+”系列,将豆浆与大健康理念相结合,推出三豆饮、五红豆浆等;积极布局植物蛋白饮品产品线,开发生椰豆乳产品;着力将豆浆的饮用场景从单纯的早餐推向年轻人喜欢的休闲类场景,推出了“红茶味豆浆”“乌龙茶味豆浆”等茶味豆浆,深受年轻消费者喜爱。

守正创新:老字号的新生之路

品到茉莉花茶新式茶饮,老字号们用现代语言重新诠释传统味道,让老产品焕发新活力。渠道变革是老字号触达消费者的桥梁。从线下体验到线上直播,从商超货架到新零售门店,老字号通过全渠道布局,实现与消费者尤其是年轻消费者的深度连接。

“老字号的守正创新是一场永无止境

的旅程。”首农食品集团相关负责人表示,“未来我们将继续深化文化传承、产品创新和渠道变革,推动老字号从‘老经典’向‘新经典’转型,让百年品牌成为代表北京形象、中国品质的世界级品牌。”

时光流转,经典永存。这些跨越世纪的老字号,正以守正创新之势,迎接下一个百年的辉煌。

文化传承是老字号创新的根基。王致和非遗技艺的保护、六必居六必古训的坚守、白玉“鲜、活、安、捷”品质标准的坚持、京华茶文化的挖掘,都是老字号守正的体现。没有这个“根”,创新就成了无源之水。产品创新是老字号发展的动力。从腐乳味薯片到低盐酱菜,从即食豆花到冷泡茶,从二八酱跨界产