



## 北京餐饮进入“双节服务”模式

随着2026年元旦、春节“双节”临近，北京餐饮市场迎来消费热潮，老字号与连锁品牌均呈现预订火爆、供给升级的热闹景象。数据显示，多家餐饮门店元旦假期期间餐位预订已基本售罄，部分老字号包间预订提前饱和，海底捞等连锁品牌跨年夜预订量同比稳增，餐饮企业通过人员储备、菜品创新、特色服务等多措并举备战客流高峰。

### 预订热度飙升

京城餐饮双节预订“燃”起来，多家门店跨年夜等位至凌晨。近日，据了解，多家餐饮品牌已进入“双节服务”模式，不少老字号元旦假期期间的包间预订基本饱和。为了迎接消费者，餐饮品牌还通过经典菜品回归、创新菜品集中上线、推出花样联名等举措来吸引消费者。

“目前，萃华楼新世界旗舰店的包间、圆桌都已订满，还剩下部分散台可预订，森隆饭庄的包间也已经处于满员状态。”萃华楼集团王培欣表示，每年的年底和“双节”期间，老字号的核心场景还是以家庭聚会、家宴场景为主。

无独有偶，海底捞北京多家门店表示，元旦当天午餐、晚餐高峰期均已订满，今年元旦订餐持续火热，有消费者提前一个月咨询元旦订餐情况。海底捞太阳宫凯德MALL店大堂经理表示，元旦当天的餐位已订满，按照以往经验，当天如果现场取号，预计会出现

排队等位情况。

不仅是元旦当天，许多餐厅在12月31日时就开始迎接客流高峰。海底捞相关负责人表示，目前北京区域已有近半数门店的跨年夜餐位预订满额，多家门店的预订量超过100桌。截至12月上旬，北京区域整体预订桌数已近6000桌，与去年同期相比，保持稳定增长。海底捞北京新辰里店经理介绍，跨年当天已接收约550桌预订，此外，海底捞三里屯SOHO店的跨年预订已订满，该店大堂经理表示，跨年夜的等位可能要一直持续到凌晨三四点。

为迎接客流高峰，餐饮企业已在人员安排和服务上做好准备。海底捞方面表示，海底捞北京门店已提前增加人员配置、储备充足物料，并为等位顾客提供饮料、零食等服务。节日期间，部分门店还将安排游戏互动、魔术表演等特色活动，营造节日氛围。同

时，节日期间将重点关注服务响应速度与顾客满意度，通过内部协调、错峰引导、周边门店联动等方式，全力应对客流高峰。

此外，有非遗项目的老字号门店更是成为京城消费者预订的首选。笔者从聚德华天公司所属的烤肉宛、烤肉季、砂锅居、柳泉居、峨嵋酒家、玉华台等多家老字号了解到，新年伊始的包间预订十分红火，目前仅1月1日当天整体包间预订已超九成，尤其是带有非遗菜品的品牌备受欢迎。

平台方面，大众点评“品质外卖”宣布启动“跨年特别计划”，即日起至1月3日，携手全国超百万家高分堂食餐厅，向消费者发放4500万份大额消费券，同时发放“1v1急送”免费券，上新“品质外卖”专属外卖包装。消费者在跨年夜下单，即可在就餐高峰时段，享受“必吃榜美食，20分钟热气腾腾到家”的体验。

### “怀旧尝新”双线发力

接受预订并提前排兵布阵是一方面，不少餐饮企业还趁着假期推出回归菜品。“我父亲惦记好多年同和居的贵妃鸡了，听说今年元旦要回归，我一定要带他去再吃一次。”消费者王先生表示。据介绍，元旦将至，同春园的红烧划水、鼓楼马凯餐厅的豇豆辣椒蒸鱼等老字号经典菜回归，这些重出江湖的经典菜或因工艺复杂、或因食材难得、或因消费习惯变迁，逐渐淡出日常菜单。烤肉宛结合冬季美食的消费需求，推出了酸汤牛肚、羊肉烧麦等新口味；烤肉季不仅在新年当天推出了包括国家级非遗烤肉、酸汤肥牛等菜品在内的“新年新惠”套餐，还推出了手作贴骨羊排。

同时，随着春节临近，多个品牌围绕马年主题推出创意菜品、新品和周边产品。据了解，鼓楼马凯餐厅推出了“旗开得胜”，同春园则推出“双马迎春”系列凉菜。呷哺呷哺将在元旦期间推出的“九宫格拼盘”升级新品，融合荤素食材、特色丸滑、时令蔬菜等多种品类，让顾客能根据用餐需求自由

搭配。呷哺呷哺集团方面表示，未来每个季节，呷哺呷哺都将推出应季拼盘组合，持续引入新鲜食材与风味搭配。周边产品方面，茶米茶与凑凑联合首发新年马年杯，创新文创+茶饮，链接年轻消费群体。

王培欣表示，与过去相比，越来越多的消费者愿意尝试新菜品。尤其是主打淮扬菜的森隆饭庄，很多消费者都非常接受“不时不食”的饮食习惯。所以从目前的双节包间预订和年夜饭的菜单来看，很多消费者不再满足于一年四季都有的招牌菜，更愿意向工作人员咨询是否有与江南地区“同步”的食材和菜品，在注重性价比的同时，更关注老字号带来的质价比和价值感。

大众点评相关负责人表示，今年跨年，餐饮消费供需两头热，“品质外卖”推出本次企划，主要是满足“宅家跨年”消费新趋势下用户的新需求。“也希望借此缓解假期高峰期间，高分餐厅的堂食经营压力，共同开辟线上新增长点，让餐厅能在节假日消费高

峰日更高效地承接需求。”

浙大城市学院副教授林先平认为，元旦假期对京城餐饮市场的影响主要体现在消费需求集中释放和市场竞争加剧两方面。假期期间，家庭聚餐、朋友聚会等需求显著增加，带动餐饮消费额提升，尤其是老字号和知名品牌因口碑优势更受青睐。同时，餐饮企业通过创新菜品、优化服务等方式吸引顾客，进一步激发市场活力。

不过，林先平指出，在客流高峰时段，餐饮企业需注意保障服务质量和效率，提前做好人员培训与调配，避免因客流量大导致服务疏漏，并加强供应链管理，确保食材新鲜、充足，避免出现断供情况。同时，餐饮企业还要注重顾客体验，通过预约管理、排队优化等措施减少等待时间，提升满意度，严格落实食品安全措施，确保节日期间用餐安全。此外，企业可结合节日特点推出特色活动，增强品牌吸引力，但需避免过度营销影响实际服务品质。

## 元旦假期助燃餐饮市场 年夜饭已“一厢难求”

本报讯 张天元 在元旦假期的助燃下，京城餐饮市场的烟火气更加浓厚。据了解，在刚刚过去的元旦假期中，多家餐饮门店迎来客流高峰，不仅有品牌元旦当天营收同比增长超10%，还有多家餐厅同时段等位三四百桌以上，餐饮市场热闹非凡。

位于北京中轴线上的什刹海景区，元旦期间游人如织，“刚在什刹海拍完照，到马凯餐厅外卖窗口买张糖饼，这才是京味元旦！”一位带孩子游玩的家长说道。不少游客游览景区后，便直奔附近的老字号就餐。据介绍，鼓楼马凯餐厅元旦当天营收同比增长超10%，午晚餐包间全部满员。无独有偶，同和居和同春园等老字号以及惠丰酒家等品牌元旦假期座无虚席，数据显示，元旦期间，华天集团所属餐饮品牌营收超过去年同期。

除了老字号之外，还有餐饮品牌在刷新纪录。据了解，元旦期间，费大厨辣椒炒肉北京30余家门店持续火爆，朝阳合生汇、西单大悦城、西直门凯德等多家门店同时段等位桌数均在三四百桌以上。多家门店均开启全日营业仍一号难求，跨年夜当晚，北京大兴荟聚店更是打破纪录，最高峰等位桌数接近1500桌。来自门店的统计数据显示，该店当天取号桌数接近8000人次，平均等位时长超过2小时。

同时，呷哺集团相关负责人表示，元旦期间，凑凑门店总营收超2000万元，高于去年同期，客流量达到14万，平均翻台率为4.6翻。旗下另一品牌假期期间同样表现较好：呷哺呷哺全国累计净销售超3000万元，较去年同期增长三成以上，全国累计客流50多万人次，其中呷哺呷哺单日销售额较高的门店，销售额同比增长300%。另外，据西贝相关负责人介绍，元旦期间西贝全国门店客流约为50万人次，西贝祥云小镇店1月1日午餐上座率为144.9%，全天外卖订单约300单；西贝五棵松万达店1月1日开台数361桌，平均等位时长40~50分钟。

苏商银行特约研究员武泽伟表示，元旦假期的餐饮消费热潮有效激活了市场活力，不仅直接带动了门店营收的显著增长，更反映出节日背景下聚集性消费与体验性需求的强劲释放。不仅如此，客流高峰在提升企业单日运营效率与品牌曝光的同时，“等位长龙”等现象也折射出消费者对品质餐饮与节日仪式感的重视。从行业角度来看，假期消费不仅为餐饮企业提供了即时的现金流补充，也为后续消费趋势预判提供了观察窗口，激励餐饮经营者更主动地把握消费节点，优化供给结构。

距离春节仅剩一个多月的时间，2026年马年除夕年夜饭预订已全面升温，甚至有老字号餐厅除夕的包间已经订满。据北京华天集团方面介绍，同春园、同和居两家名店除夕午、晚两餐共四个时段的所有包间均已订满，大厅也近乎满座；马凯餐厅两堂包间更是早早告罄，一桌难求；西四惠丰饺子楼春节年夜饭预订也已全满。为满足居家团圆需求，多家老字号还同步推出“到家版”年夜饭礼盒，如同春园的“江南年味礼盒”，包含清炖蟹粉狮子头、松鼠鳜鱼预制装、豆沙包等经典菜品，上线两周预订即超200份。

春节将至，年夜饭无疑是餐饮企业即将面临的又一客流高峰考验。武泽伟认为，餐饮企业需系统规划以确保服务品质与运营稳定，首先要统筹预订管理与产能设计，合理设置堂食、外卖与礼盒产品的供给比例，避免超负荷接单影响体验。供应链方面应提前锁定优质食材货源并制定应急预案，以应对冬季可能出现的物流波动与价格变化。另外，餐厅还需加强人员安排与培训，保障假期服务流程顺畅，并适度设计融合年节文化的菜单与服务环节，提升消费体验的情感价值。