

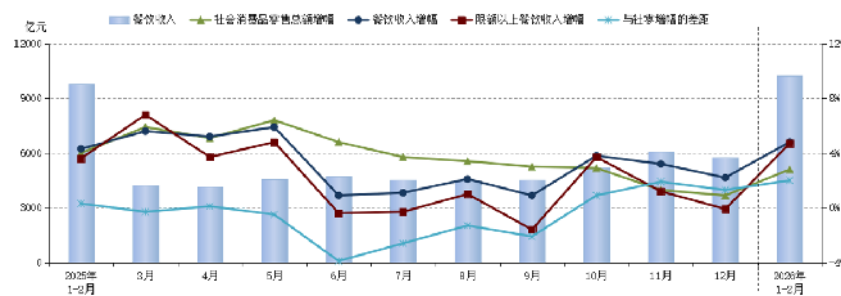
# 前两月全国餐饮收入超万亿元 餐饮消费强劲复苏创历史新高

本报讯 治殊 国家统计局3月16日发布最新数据显示,2026年1—2月份,全国餐饮收入10264亿元,同比增长4.8%;限额以上单位餐饮收入2813亿元,同比增长4.7%。

中国烹饪协会分析,2026年1—2月,全国餐饮收入增速、限额以上餐饮收入增速分别较上年同期提高0.5个、1.1个百分点。全国餐饮收入占到社会消费品零售总额的11.9%,全国餐饮收入增速高于社会消费品零售总额增速2.0个百分点,餐饮消费强劲复苏创历史新高。

## 新春长假点燃消费引擎 政策活动双轮驱动

今年春节共9天长假,“乐购新春”暖意洋洋,促消费作用显著。商务大数据显示,春节期间,全国重点零售和餐饮企业日均销售额,比去年同期增长5.7%,增速提高1.6个百分点;重点监测的78个步行街(商圈)客流量、营业额分别增长6.7%和7.5%。春节假期,中国烹饪协会积极落实商务部等9单位印发的《2026“乐购新春”春节特别活动方案》,组织开展“乐购新春”春节特别活动,以“政策+活动”双轮驱动,持续释放假日消费潜力。协会联合抖音生活服务、中央广播电视总台文艺节目中心、商务部老字号协同创新中心及多地商务、文旅部门和各省市餐饮协会共同发起“心动团圆饭”新春特别活动,发放餐饮品类新春红包超千万元。“心动团圆饭”话题播放量突破10亿,吸引9万余餐饮商家参与,7635万用户下单,为新春餐饮市场注入强劲活力。



2025年以来各月份全国餐饮收入及同比增幅状况。

## 文旅热潮推高餐饮热度 老字号地方菜表现亮眼

9天的超长假期,文旅热潮与餐饮消费深度融合,推高老字号、地方菜热度,成为市场亮点。北京华天集团旗下同和居、同春园、鼓楼马凯餐厅、庆丰包子铺、华天延吉餐厅等老字号餐饮品牌迎来客流高峰,其中,马凯餐厅除夕到大年初五订单量同比增长近40%,庆丰包子铺、华天延吉餐厅营收比去年同期增长超10%。老字号镇店菜桌桌必点销售火爆,景区门店排起几十米长队。武汉蔡林记、燕子煨汤等老字号餐饮店从早到晚排队不断,上座率高达360%;小蓝鲸、肥肥虾庄等特色餐厅上座率均保持在130%以上的高位。美团数据显示,春节假期地方菜订单量同比增长40%,交易额同比增长31%。地方美食搜索量较节前增长138%。

## 地方特色活动精彩纷呈 激发多层次消费活力

春节期间,在中国烹饪协会的指导下,地方特色促消费活动也精彩纷呈,

有效激活了春节假期消费。山东省临清市举办了2026“冬游临清”贺年会暨“运河大集”活动,年货大集汇聚300家摊位,涵盖米面粮油、非遗文创、网红小吃、亲子游乐等,满足全龄段游客“一站式”过年需求,活动从腊月二十持续至正月十六,有效激活春节假期消费。四川省宜宾市于2月14日至3月3日举办2026迎春精品消费博览会和小吃美食节,融入音乐会等系列促消费内容,撬动促消费资金20万元,带动人流量数十万。

1—2月份餐饮市场起步有力、开局良好。接下来,餐饮企业要全面贯彻落实中央经济工作会议和全国两会精神,积极参加商务部组织的“中华美食荟”“健康消费季”等系列活动,牢牢把握扩大内需这一战略基点,持续优化供给结构,提升服务品质与体验。要紧抓数字化、绿色化、标准化、品牌化发展趋势,大力发展“数字+餐饮”“绿色+餐饮”,推广明厨亮灶、反对餐饮浪费。中国烹饪协会将持续引导行业积极探索餐饮设备设施绿色升级,并深化与文旅、体育、会展等产业融合,进一步激发市场活力,为巩固和增强经济回升向好态势贡献餐饮力量。

## “漂亮饭”、亲子“游乐园” 餐饮场景化创新成趋势

本报讯 王萍 近日,多家餐饮企业打造的全新主题店开业:聚焦商务与家庭宴请场景的东来顺·宴在亮马商圈亮相;海底捞北京首家亲子主题店在惠多港购物中心落地,瞄准家庭就餐需求。在业内看来,一老一新两大品牌以场景细分切入了消费升级。随着消费分层持续深化,餐饮场景化创新将进一步细化。

与传统的东来顺门店相比,东来顺·宴定位高端宴请,就餐空间装饰汲取了宋韵美学与非遗元素,菜品结合老字号传统手艺开发,还增设了“堂烹现切”等体验环节。东来顺方面相关负责人表示,该店瞄准的是商务宴请、年终聚会、家庭团圆等场景,同时还承载了文化交流商务洽谈等国际社交平台的功能。

海底捞亲子店则从环境、服务、安全三方面适配家庭客群:店内设约70平方米儿童活动区,配备软包设施与定时消毒;家长可通过点餐系统实时查看儿童活动区动态,兼顾用餐与看护需求。此外,还专设“亲子客户经理”“游乐园姐姐”等岗位,提供儿童专属餐台、餐具及母婴室。北京海底捞火锅亲子主题店负责人在接受媒体采访时表示,这两个职位在招聘时要求具备学前教育或幼师专业背景,负责组织儿童互动活动,调动儿童互动的积极性。

近年来,餐饮行业正从规模扩张转向价值创造,场景细分与垂直运营成为主流方向。有业内人士认为,老字号依托文化底蕴做高端体验,连锁品牌凭借标准化能力做大众细分,两者共同推动行业从“卖产品”向“卖场景、卖服务、卖文化”转型。

## 延庆区开展“打造长城 脚下的特色餐饮品牌”座谈

本报讯 席瑞媛 近日,北京市延庆区政协主席张远带队来到八达岭镇石峡村,围绕“打造长城脚下的特色餐饮品牌”主题开展座谈交流。世界中餐业联合会专职副会长武力参加。

会上,张远一行详细听取了妫水人家(石光长城店)关于春节期间餐饮接待运营情况的汇报,深入了解八达岭镇“一镇一桌菜”工作推进情况及全区“食在延庆”工作总体进展。与会人员结合各自职能领域和专业视角进行座谈交流。

武力对延庆区立足本地优势、深耕地域饮食文化的做法给予肯定。他建议,本地餐饮企业积极拓展国际视野,加强业内学习交流,深入挖掘中餐文化内涵,着力打造特色亮点。世界中餐业联合会将充分发挥行业平台优势,为延庆餐饮业打造特色品牌、开拓更广阔市场提供有力支持。

张远强调,本地餐饮企业要在提升品质、打造品牌、提高品位上持续发力,着力打造独具特色的核心产品。要加强对来延游客消费行为的深度研究,做到有的放矢、分类施策,不断提高游客餐饮消费占比。要着力提升餐饮行业整体水平,引导企业向环境优美、品质一流的方向发展。要紧跟消费趋势、与时俱进,紧扣当前消费者对营养健康、安全卫生、时尚便捷的核心诉求,不断创新供给模式,提升消费体验。要立足本地特色食材资源,深度挖掘文化内涵,持续擦亮延庆美食IP,为区域高质量发展注入新动能。

### 相关阅读

## 前两月北京餐饮收入同比增长1%

本报讯 姜慧梓 受超长春节假期和各类促消费活动影响,北京实体消费有所回暖。近日,北京市统计局公布的数据显示,1—2月,北京餐饮收入同比增长1%,其中,限额以上咖啡馆服务行业收入增长11.2%。

数据显示,1—2月,北京实现社会消费品零售总额2402.7亿元,同比下降0.3%,降幅较上年全年收窄2.6个百分点,全市消费市场延续恢复态势。

受系列促消费活动和春节假期等因素带动,北京实体消费有所回暖。前两月,全市限额以上有店铺零售业态零售额增长14.6%,其中,专业专卖店、百货购物中心分别增长21.8%和4.4%,实体零售业态出现较快增长。

同时,餐饮消费持续恢复,前两月北京实现餐饮收入209.2亿元,增长1%。值得注意的是,能够契合消费者追求高效便捷、高质价比及满足情绪价值

的餐饮业态表现较好,限额以上咖啡馆服务、其他饮料及冷饮服务、快餐服务等行业实现餐饮收入分别增长11.2%、4%和3.1%。正餐服务有所好转,北京特色餐饮品牌企业表现较好。

此外,新兴消费如即时消费、情绪消费、绿色智能消费等表现活跃。潮玩文创商品热度高涨,前两月,重点监测的潮玩文创销售企业零售额合计增长近1倍。

## 聚焦住宿、餐饮 北京将深化“内卷式”竞争综合整治

本报讯 曹政 在近日举行的深化“北京服务”赋能企业高质量发展新闻发布会上,北京市市场监管局副局长周小丰介绍,今年市场监管部门将聚焦完善市场准入机制、维护公平竞争秩序、提升监管执法效能等重点领域,打造市场化、法治化、国际化、便利化一流营商环境。

市场准入备受企业关注。今年相关制度将再创新,其中包括:聚焦新兴产业和未来产业,推出量子科技、人形

机器人等场景化经营范围主题套餐,支持企业在申请时一键点选;在全市推广经营场所标准化登记模式,建立北京市经营场所(住所)标准化信息库,通过对地址信息自动智能匹配校验,帮助申请人免于提交相关书面证明材料。

“今年本市也将坚持以维护公平竞争市场秩序为核心,破除阻碍全国统一大市场建设卡点堵点,保障各类经营主体平等发展。”周小丰介绍。其中,在落

实公平竞争审查制度方面,针对涉及经营者经济活动的政策措施持续开展审查抽查,坚决破除地方保护和行政性垄断。

据悉,今年,北京市也将聚焦住宿、餐饮平台持续深化“内卷式”竞争综合整治,动态完善“内卷式”竞争行为负面清单,对重点平台企业开展合规评价,引导企业健全内部合规管理体系,推动平台企业和平台内经营者、新就业形态劳动者共赢发展。