

沿着必逛景点寻找老字号美食,看完演唱会继续来一顿热度不散的火锅,在烤串啤酒小龙虾的香气里享受北京版“春风沉醉的晚上”……在刚刚过去的“五一”小长假,北京餐饮的热度继续飙升,并体现在更多元的场景中。了解到,北京多家老字号和人气餐饮企业在这个假期迎来了客流和营收平均10%左右的上涨。

## “五一”假期以“高分答卷”开启夏季餐饮旺季

本报讯 王萍 多家餐饮企业的负责人表示,“五一”假期只是夏季餐饮消费高峰的“起点”,接下来的暑假旅游旺季、夜经济全面升温、体育赛事、演出和各种市集扎堆,都会全面助推餐饮消费。目前,有餐企已经开始执行营业时间“夏令时”,并在景区附近的门店加派15%左右的人手。

### 老字号餐饮表现继续“能打”

餐饮老字号依旧是假期家庭聚会和游客打卡的热点。“五一”期间,全聚德各门店经营火爆。其中前门店5月1日至3日累计发号3077个,2日单日达1140号。和平门店日均发号超500个,大厅零点最高翻台9次,营收与接待人次均出现增长。王府井店5月1日至2日排队取号4800个,售出烤鸭1519只,5月2日的营收超过百万元。

假期期间,老字号萃华楼成为很多北京消费者家庭聚餐的必选。北京萃华楼集团总经理王培欣介绍,萃华楼多个门店的包间超九成提前被北京消费者预订,整体消费将近七成都是本地食客贡献。与游客的“打卡”式用餐相比,北京消费者对于家宴的选择更多基于对餐饮品牌的了解和喜爱。王培欣说,萃华楼的烤鸭、芙蓉鸡片等招牌名菜,消费者“都不翻菜单、直接点”。芙蓉鸡片每天的销量超过120份。

据北京华天集团统计数据,假期前4日,香妃烤鸡营收同比增长超15%,马凯餐厅鼓楼店客流量同比增长超18%,华天延吉餐厅营收同比增长超7.6%,惠丰饺子楼特色水饺销量增幅超15%。北京华天集团相关负责人表示,今年,集团旗下的老字号还登上了“老字号美食地图”,游客在感受北京胡同三轮游的同时,可以“按图索味”,沿途的同和居、鼓楼马凯餐厅、同春园、华天延吉餐厅、庆丰包子铺、新川面馆、香妃烤鸡等点位都成为“美味地标”与“文化窗口”。

老字号的招牌菜依旧呈现出“能打”的状态。同和居月坛店店长郭素红介绍,今年“五一”,三不粘、葱烧海参等“绝活菜”几乎桌桌必点,假期前3天的销量相当于平时一周的销量。同春园的招牌菜松鼠桂鱼日均销售200条左右,销量同比增长94%,占销售额的27%。经典菜品狮子头的销量也同比增长16.7%。

### 人气餐饮排号、销量再创“纪录”

很多食客将北京的夜经济地标簋街比喻成餐饮界的“5A景点”。在这个“五一”假期,簋街上的多家知名餐饮继续创下排队取号和销售纪录。北京胡大餐饮副总经理张胜滔在接受媒体采访时表示,“五一”小长假,胡大门店客流同比增长12%。客流峰值出现在5月3日,仅胡大总店单日取号就达到了7141桌,排队从中午11点一直持续至凌晨2点半。招牌小龙虾的单日销量更是突破了13000斤。

在费大厨辣椒炒肉,很多“大聪明”在一开餐就感叹网上的“取号攻略”并不奏效,根据品牌的相关数据统计,从5月1日起,费大厨辣椒炒肉位于北京核心商圈的多家门店全天取号均超过1000桌,平均等



位时长在90分钟以上。北京王府井apm店、朝阳合生汇店、西单大悦城店、大兴荟聚店等多家门店从11点开餐就开始排队。5月1日晚9点,笔者在费大厨祥云小镇店看到,门口等位区还坐满了吃着煮鸡蛋和老冰棍等位的顾客。

在游客必打卡的方砖厂69号炸酱面,招牌黑猪肉炸酱面“五一”期间平均每天被食客吃掉超过2万份。“入乡随俗”的吃面“伴侣”腊八蒜5天消耗了3800多斤。方砖厂69号炸酱面品牌总监蒋盼盼表示,今年“五一”,门店整体营收和客流同比稳中有升,5月3日,多家门店排队等位超过了200桌。蒋盼盼说,这样的热度其实“早有预兆”：“4月很多学生开始放春假,还有很多消费者请年假与‘五一’假期连休,4月的客流就开始上涨,光是免费送的腊八蒜在4月就用了22吨。”

### “逛吃”产品受消费者追捧

海底捞的相关数据显示,假期前3天,海底捞全国超1300家门店累计接待顾客超500万人次,多地门店翻台率保持高位。这样的数据背后,与文旅体展融合场景下的“+餐饮”关系密不可分。北京鸟巢附近的门店在演唱会散场后,成为歌迷的“主场”;位于南苑森林湿地公园内的海底捞露营火锅,也成为北京露营黄金时段消费者的首选。

据了解,在“五一”小长假,消费者将“好好吃一顿”和“简单吃一口”两种用餐场景看得同等重要,很多餐饮企业也在继续在满足消费者“逛吃”上下功夫。在鼓楼马凯餐厅,20层纯手擀饼皮、咬一口满嘴是麻酱醇厚与红糖香甜的“网红”糖饼每天一早就开始排队,食客平均要排队半小时才能买到。门店负责人统计,麻酱糖饼平均日销超700张,外卖窗口每天上午10点左右开始排队,一直持续到晚上9点。窗口售卖的烤羊肉串也非常受欢迎,小长假期间的最高日销量超过900串。

在这个“五一”假期,全聚德的鸭肉串在社交平台“刷屏”。网友们除了称赞“味道好吃”“烤得很香”之外,也为老字号不断拓展的用餐场景点赞。一位消费者表示,以往觉得吃一顿烤鸭,至少要2个小

时,这样“重”的大餐模式并不适合当下的“特种兵旅游”。“我在前门发现很多人在鸭肉串售卖窗口排队,买几串就会领到几根‘上上签’,发个朋友圈的工夫就排到了,前后也就不到半小时。”

根据全聚德方面的统计,“五一”期间,前门店全聚德烤鸭串共创收23.27万元,销售近万串。仅5月2日,窗口销售就突破5万元。据了解,全聚德烤鸭串在假期期间的奥园国际碳水节、首钢园北京精酿啤酒节等活动上同样受到欢迎,以首钢园北京精酿啤酒节上的全聚德摊位为例,假期3天累计营收超过4万元,接待消费者超过1500人次。

### 频推新品、延时营业,餐饮提前备战消费旺季

很多餐饮企业负责人表示,“五一”假期仅仅是今夏餐饮消费旺季的开始,真正的“热度”并未到来。目前,企业已经从食材供应链、服务人手以及菜品上新等方面着手准备。

北京胡大餐饮副总经理张胜滔说,从“五一”的数据来看,除了小龙虾,香辣猪蹄、簋街馋嘴蛙等招牌菜品销量上涨约20%,夜宵“经典CP”啤酒和烤串的销量开始大幅攀升。“接下来,就会有端午假期、暑假、世界杯,针对暑期消费旺季,在供应链方面,胡大深化了产地合作,保障高品质小龙虾稳定供货;在人员方面,也通过增配补岗、优化激励机制等方面为消费旺季做准备。”

方砖厂69号炸酱面品牌总监蒋盼盼说,门店将提前营业、延时闭店,拉长服务时长;景区店、商场店也将增加大约15%的后厨及前厅人员配置,储备机动人员可随时跨店调拨支援。同时,门店会开放打包自提服务,通过拼桌接待、提前点餐等方式提升翻台效率,尽量减少顾客等待时间。

在应季菜品方面,胡大饭馆的冰醉、辣卤等新品小龙虾将于五月中旬上架。方砖厂69号除了炸酱面,也在初夏上线了酸汤牛肉面、番茄牛肉面等清爽新品。海底捞的苗族酸汤春春锅、木姜子10秒牛肉等,也开启了海底捞的“夏日上新”节奏。

据悉,老字号萃华楼将继续在“街坊生意”上下功夫。未来,萃华楼的新模式社区餐厅有望落地,老字号的菜品将出现在消费者家门口,人均消费不超过50元。

### 延伸阅读

## 怀柔区假日烟火气与消费活力双向奔赴

本报讯 高宇晴 五一假期,怀柔消费市场迎来热潮,商圈、餐饮、休闲等场景同步发力,假日烟火气与消费活力双向奔赴。

各大商圈精准抢抓假日消费机遇,以沉浸式活动撬动客流增长,实现人气与营收双提升。青春万达广场重点打造晚风音乐会、亲子互动游戏等特色活动,为消费市场注入更多活力与乐趣。

同时,万达广场“首店矩阵”不断激活假日经济新动能。巴奴毛肚火锅、黑马小灶、玉鑫瑄翡翠等品牌新店5月1日焕新开业,与商圈原有业态形成互补。多元消费矩阵,一站式满足市民吃喝玩乐购全需求。

数据显示,假期首日,青春万达广场销售额同比增长14.37%。其中,巴奴毛肚火锅作为生态涵养区首店,开店首日即斩获华北区销售冠军。

出游热持续带动餐饮市场升温,怀柔全域烟火气拉满,餐饮与民宿业态成为消费新增长点。特色餐厅、网红新店成为游客游玩赏景之余的必打卡地。

刚刚开业十余天的树里·IN THE Tree餐厅,还没到中午已是座无虚席。“前几天刚参加了怀柔跑山赛,这次假期第一站还是选择怀柔。这里吃饭环境好,菜品有特色,在山水间悠闲吃饭,就是假期最舒服的状态。”游客张女士分享道。

“五一假期首日,我们的客流量将近1600人次。”餐厅负责人介绍,不少游客都是冲着山水景致和特色菜品专程而来。为了满足大家的用餐需求,餐厅不仅延长了营业时间,还临时增加了服务人员,全力保障食客的用餐体验。

户外休闲慢游在这个假日也深受市民青睐,怀柔多家特色咖啡厅精准契合市民需求,推出春日限定产品,凭借舒适环境与出圈景致,成为游客骑行、徒步中途休整、拍照打卡的热门站点。

“我们特意针对骑行、徒步等休闲游客,增加休闲座椅和游玩指引。”一家山野咖啡厅老板介绍,最近骑行、徒步的客人不断增多,会主动推荐周边小众打卡点,让大家喝咖啡的同时,更好地感受怀柔的山野之美。