



2026“寻找原汁原味老字号”系列活动启动

本报讯 董兆瑞 2026年服贸会期间,北京市2026“寻找原汁原味老字号”系列活动在永定河集拉开帷幕。

本次活动以“帧藏百年 风华永续”为主题,通过影像记录展示北京老字号品牌沿革与发展变迁,既收录老字号创始人、技艺传承人的历史影像,记录传统工艺、经典产品的迭代演变,也复原不同时期门店风貌与市井烟火场景,呈现北京老字号深厚历史文脉,生动诠释代代赓续的匠人精神。泛黄珍贵老照片与鲜活现代影像隔空对话,让广大市民游客直观感受百年品牌坚守传承、守正创新的发展历程。

活动集影像展示、产品展销于一体,同仁堂、义利食品、红星、六必居、同日升、北京稻香村、张一元等20余家知名老字号企业参与。市民游客不仅可以现场感受老照片中呈现的历史和故事,还可以扫码线上观看品牌专题故事、产品介绍等相关视频,让静态历史影像“活起来”。

产品展示销售区集中陈列各参展老字号企业经典产品、创新衍生产品及特色联名产品,配备专业人员开展现场讲解与互动体验。市民游客既可近距离观摩非遗大师现场展演传统制作技艺,沉浸式感受非遗魅力,也可选购老字号特色产品,实现一站式观展、体验、消费。

据了解,永定河集为本轮老字号主题展的首站。服贸会结束后,将开启全城巡展,陆续走进王府井商圈、草桥地铁站等公共空间。后续还将落地文创园区、高等院校、赛事场馆等多元场景,推动老字号文化实现可看、可感、可传播、可消费。

北京必胜客联名首钢篮球打造跨界新体验

本报讯 宋翔 近日,北京必胜客与北京首钢篮球俱乐部正式官宣联名合作,双方将体育IP、工业遗存空间、餐饮消费场景深度融合,成为首钢园推进文商旅体融合实践的鲜活样本。3款“必胜客×首钢”联名套餐将在北京必胜客上线。

据介绍,本次合作以“必拼搏 胜分享”为主题,合作恰逢必胜客品牌入京36周年、北京篮球70周年,首钢园必胜客门店也正式焕新为北京首钢篮球主题店。周琦、塔瑞克、张鹏辉、孙亚辉四位首钢男篮球员惊喜登场,先是来到直播间与线上球迷互动,推介联名周边、开展抽奖送福利;又在必胜客餐厅员工带领下亲手制作纪念披萨,线上线下、台前后厨,球员与球迷近距离互动,共同感受“必拼搏 胜分享”的力量,“球员在赛场、更在球迷身边”的温暖贯穿全程。

本次联名同时打通线上线下消费链路,全北京必胜客门店同步上线3款首钢联名套餐与周边衍生品,线上外卖、线下堂食双向打通;同时推出创新消费权益:在新赛季,北京首钢队在常规赛、季后赛赛事获胜,京城消费者可享指定套餐半价,把赛场情绪转化为消费驱动力,将体育赛事的溢出效应传导至餐饮终端。

北京首钢篮球俱乐部总经理张云松表示:“体育不止局限于赛场竞技,同样需要向生活化场景延伸,期待借助本次合作进一步拉近球队与球迷的距离,赋能城市消费升级。”

北京必胜客相关负责人表示,必胜客36年来坚持对美食产品持续打磨、迭代创新,篮球运动所传递的拼搏、协作、向上的精神内核,与必胜客的“必胜”理念高度契合。两大IP强强联手,以跨界营销创新为抓手,深度打通了体育文化与餐饮消费场景。

《2026中国餐饮业年度报告》发布

本报讯 据中国饭店协会消息,近日,2026年中国国际服务贸易交易会在北京首钢园举行。会议期间,中国饭店协会先后发布《2026中国餐饮业年度报告》和饭店绿色化建设系列成果,从餐饮、住宿两大生活性服务业重点领域,集中展现行业稳增长、促消费、惠民生的最新成果。

中国饭店协会副会长兼秘书长宋小溪主持发布活动,北京首钢建设投资有限公司总经理陈尚致辞。

住宿业绿色转型从企业端走向消费端

中国饭店协会在服贸会现场发布饭店绿色化建设多项创新成果。成果涵盖绿色标准升级、商旅消费场景、大数据服务、生态合作等方面,标志着“十五五”我国住宿业绿色转型从企业节能降耗升级到绿色增长和低碳实践,形成“标准—企业—平台—消费”闭环。

有限服务酒店成为“十五五”绿色发展的重点领域。绿色饭店国家标准发布以来,绿色饭店集中于高端品牌全服务酒店,量大面广的有限服务业态缺少对应的评价标尺。会上,中国饭店协会副会长丁志刚发布《绿色饭店(有限服务酒店)评价细则》——精选服务酒店、中高端连锁酒店、经济型连锁酒店等有限服务业态首次进入国家标准绿色饭店体系,标志着绿色发展覆盖面从高端酒店品牌延伸至大众消费市场。同期发布的饭店业绿色发展指数,将为这一进程提供衡量尺度、数据支撑和精准服务。

发布会介绍,Booking.com、携程商旅、美团三大平台将同步上线绿色饭店专属标签,获标签酒店将在平台搜索排序中获得优先呈现,成为影响消费者预订选择的关键信息,从而在绿色投入与商业回报之间建立起清晰通道,实现“绿色赋能、流量可见、消费可及”。

绿色供给正在规模化扩大。丁志刚副会长介绍,当前头部连锁品牌正批量加入集团化共建,第七届中国绿色饭店消费季覆盖全国近3700家绿色饭店,协会联合美团开展的“王牌奇妙yeah”直播带货活动交易额突破1.5亿

元。未来,协会将持续擦亮这一品牌活动,结合促消费与惠民生,推动集团化发展与消费端转化同步推进,持续扩大绿色饭店生态圈。

发布会上,中国饭店协会与TüV莱茵、SGS、携程商旅、美团、与雅高、华住等绿色饭店共建集团及试点企业代表共同启动“绿色饭店新未来”。

大数据画像行业结构调整新方向,发现行业提质升级新动能

活动期间,《2026中国餐饮业年度报告》正式发布。该报告自2009年首发以来已连续18年发布,本年度为改版升级后的首次亮相,由中国饭店协会与扬州大学旅游烹饪学院联合编制,由中国饭店协会、美团研究院、扬州大学旅游烹饪学院共同提供数据支持,覆盖全国31个省市区、757.77万家活跃餐饮商户。报告围绕“规模—结构—动能”三大主线,设置六个分析维度。

相比往年,本年度发布的报告首次通过大数据描绘出行业全景画像,维度更全,剖析更深。“可以用九个字概括报告的核心判断:大盘‘稳’、结构‘优’、动能‘新’。”中国饭店协会副秘书长张翔在发布会上表示。

大盘“稳”,行业韧性充分彰显。根据国家统计局数据,2025年,全国餐饮收入达57982亿元,同比增长3.2%,继续稳居全球第二大餐饮市场。《2026中国餐饮业年度报告》显示,全国收录餐饮商户757.77万家,较2023年底净增72.14万家;行业闭店率由2023年的52.69%回落至2025年的42.17%。在市场竞争持续加剧的背景下,收入、商户数、闭店率三项指标同步改善,印证了餐饮业作为民生行业的韧性。

结构“优”,行业结构进一步优化,分化加速推动格局重塑。从业态看,2025年快餐小吃门店351.60万家,占全部商户的46.4%;中式正餐、烘焙饮品分别为112.34万家和101.49万家,依然是行业的重要支撑。一年间分化明显:烘焙饮品门店逆势增长2.0%,自助餐增长0.6%,而中式正餐、火锅分别下降17.8%和15.5%。从城市看,三线城市餐饮门店数量最多,达171.52万家;

五线城市门店数量增长2.2%,连续三年正增长,是全国唯一客单价同比上升的城市级别;同期一线、新一线、二线城市门店数量分别下降2.7%、1.5%、0.5%，“高线市场存量博弈、低线市场增量扩容”特征鲜明。

动能“新”，新场景新供给不断涌现,市场活力持续增强。报告显示,2024年全国新开餐饮门店373.85万家,为近三年最高;2025年新开334.43万家,仍高于2023年水平,市场主体进入意愿保持稳定。数字化、智能化加速向后厨环节延伸,标准化建设正持续夯实,中央厨房、共享供应链、即时配送、智能排班等新模式加快普及,“人工智能+”应用场景正推动行业运营效率持续提升。报告认为地方菜系的品牌化正在改变地域美食“偏安一隅”的现状,地域餐饮品牌正走向全国;开放合作同步拓展,中国饮品品牌引领中餐海外扩张,为服务贸易国际合作打开新空间。

以行业视野锚定“中国服务”新方位

住宿餐饮业是生活性服务业的重要组成部分,也是观察服务消费扩容提质的重要窗口。当前,我国住宿餐饮业正处于从规模扩张向品质提升转型的关键阶段,这一转型既需要本土市场的深度耕耘,也需要开放平台提供的国际视野。

2026年服贸会秉持“全球服务、互惠共享”理念,围绕“扩能提质”目标,以“扩大开放、深化合作、引领创新”为功能定位,着力提升展会质效和影响力。置于这一坐标下审视,中国住宿餐饮业的创新实践得以面向世界呈现,行业也在国际对照中进一步明确发展方位,推动更多优质“中国服务”走向世界。

“十五五”时期,中国饭店协会将持续推动人工智能场景应用、加强标准建设、数据研究和行业自律,深化与平台企业、科研机构和地方政府的协同合作,引导住宿餐饮业在稳增长、促消费、惠民生的轨道上稳步前行,为服务消费提质扩容和服务贸易高质量发展贡献力量。