2026年10月16日 星期五
E-mail:tougao_cfs365@126.com
首都食品安全



节日餐饮热度“拖尾”明显

本报讯 王萍 2026国庆假期，美食依旧是不可或缺的元素，沸腾的火锅、独特的地方风味、适合“逛吃”的小吃小喝……近期，笔者从多家知名餐饮企业了解到，“排队”“爆发式增长”成为国庆餐饮消费的关键词，这样的热度在假期结束后依旧在延续。同时，很多老字号、人气餐饮已经接到了2027年春节的年夜饭订单。

老字号、京味菜成假期“销冠”

作为热门的旅游目的地，北京的老字号、特色美食、京味儿小吃是很多游客的必打卡。萃华楼餐饮集团总经理王培欣表示，国庆假期期间，萃华楼各门店的客流较节前上涨超过40%，尤其是午餐高峰时段，多家门店出现了较长时间的排队等位。

在方砖厂69号炸酱面，大块肉丁的酱配着各色面码、再加上碧绿腊八蒜的京味炸酱面是食客们的必点。据统计，2026年国庆节，招牌黑猪肉炸酱面销售超18万碗，同比去年涨幅超140%。

品牌总监蒋盼盼在接受媒体采访时表示，节日共消耗超20万斤面条，免费为顾客提供腊八蒜8.3吨。尤其是景区门店，高峰期现场排队顾客最多超200人，队伍达50米以上。蒋盼盼说，很多游客不满足于“现场吃”，还要“带着走”。“炸酱伴手礼的销售同比上涨了157.85%，部分景区店一度断货。”

北京的铜锅涮肉也是假期里亲朋聚会、游客品尝打卡的必选。京门老爆三总经理吴锡茜表示，今年国庆节当天，品牌超90%的门店处于满座状态，超40%的门店出现不同程度的排队。“国庆节当天，散客翻台率超过300%。”除了招牌必点的手切鲜肉销售同比增长30%以上，老北京小吃类产品也特别受到游客青睐，老北京豆汁、炒红果、煎灌肠成为品牌销售增长最快的京味小吃前三名。

地方特色、“逛吃”小吃热度攀升

主营安徽家常菜的小菜园在这个国庆假期迎来客流和销售的双爆发。小菜园数据显示，假期期间全国门店堂食总收入同比增长13.47%，堂食总桌数达到84.5万桌，同比增长27.40%；全国门店总客流超过270万人次，同比增长24.00%。

小菜园品牌相关负责人表示，在假期中，小菜园的“农家红烧肉”累计售出近80万份，“香锅芸豆丝”的销售也超过了52万份。销量前15位的菜品均超过20万份。

“加鸡腿”在假日餐饮消费中被“落到实处”，一个热乎乎的炸鸡腿成为消费者出游解除“小饿小困”必备。中式炸鸡品牌临榆炸鸡腿相关数据显示，国庆节期间，全国门店客流超1100万人次，平均每天超160万人次进店。7天售出鸡腿近2000万个，平均每天消耗鸡腿超280万个。万岁山仙界店、黄山风景区店等多个景区门店迎来客流高峰。

体育赛事也为假期的餐饮热度助燃。笔者从百胜集团旗下咖啡品牌Lavazza方面获悉，今年国庆期间，Lavazza再度回归上海劳力士大师赛，连续第四年出任赛事官方唯一咖啡品牌荣誉赞助商，为全国乃至全球网球迷打造沉浸式的赛场意式咖啡体验。

百胜中国首席顾客官、Lavazza中国总经理陈琦表示，从温网到上海大师赛，Lavazza不再仅仅是赞助方，更是网球文化体验的共建者。Lavazza依托“功能+场景”的产品思路，持续深耕运动咖啡赛道。据介绍，进入10月5日—18日正赛阶段，赛场内共设置主广场店、美食广场店、中央场馆店、球馆A13店等4处Lavazza品牌体验空间，全面覆盖球迷主要观赛动线，方便到场球迷在观赛间隙随时体验意式咖啡。

海底捞数据显示，国庆节当天，各地门店接待就餐人数近200万人次，创今年国庆假期新高。随着假期出游热度走高，新疆乌鲁木齐的海底捞门店7天接待客流同比去年增长231%，小城安庆当地唯一一家海底捞门店在国庆7天假期里接待超过1.7万人次，落座超过4800桌，成为接待量最高的门店之一。换算下来，平均每天有超过2400人次进店就餐。上海静安大悦城的海底捞成为全国门店“翻台王”。据统计，国庆节期间日均翻台率达到10.21次，单日最高翻台率超过11次。

在被称为“金九银十”的婚礼季，海底捞也成为不少年轻人办婚礼的首选。海底捞方面相关负责人表示，今年国庆期间，贵州遵义一位从河南远嫁而来的新娘没有安排传统婚车和接亲仪式，而是将部分婚庆预算用于邀请亲朋和网友吃火锅。由于报名人数远超预期，活动最终分两轮举办，共约600人参加。此外，全国的海底捞门店也承接了多场生日宴、团建、粉丝聚会。据统计，今年以来，海底捞全国门店已承接50人以上规模聚餐560余场，最大单笔订单接待超过500人。

呷哺呷哺集团方面相关负责人表示，据统计，中秋、国庆双节期间，集团整体收入超过1亿元。其中，呷哺呷哺客流116万人次；北京区域收入约3600万元，客流超48万人次；单店收入最高56万余元，单店客流最高6600余人次，单店翻台率最高5.4翻；爆款单品乌珠穆沁“熊猫羊”销量超26万份，收入800余万元；新品台式鱼籽鸭血豆腐锅销量1.3万余份。湊湊华北区域收入450余万元；单店收入最高80万元，单店翻台率最高5.7翻。

此外，自选小火锅品牌呷哺牧场单店日均收入最高突破2.3万元，单店翻台率最高达7翻。西餐品牌呷牛排销售牛排超3100份，门店王牌黑胡椒传奇牛排单品出品量突破1000份。茶饮品牌茶米茶销售茶饮超42万杯。

国庆假期餐饮热度延续，“年夜饭”已提上日程

虽然国庆假期已经结束，但是假日餐饮的热度依旧未褪。假期过后的第一个周末即将到来，多家知名餐企、老字号门店的包间预订出现高峰。萃华楼餐饮集团总经理王培欣表示，假期出游的消费者在假期结束后回京，家宴、亲朋好友的聚会就“错峰”到了节后的第一个休息日，截至目前萃华楼多家门店的包间10月11日的预订已经是饱和状态。全聚德和平门店等门店的包间预订数据也大幅增长。

京门老爆三总经理吴锡茜表示，国庆节过后，铜锅涮肉将进入销售旺季。品牌已经针对食客推出了一系列优惠及新品，例如将老北京传统小吃纳入套餐标配，更多的食客就可以品尝到老北京传统小吃的魅力。同时，门店将统一调整工作日与周末的备货比例，增加手切鲜肉及小吃、新品等热销品的供应量，并加强晚间高峰时段的出餐效率。

虽然距离2027年春节还有近4个月，但“年夜饭”的预订和筹备已提上日程。萃华楼多家门店在国庆期间就接到了2027年春节的年夜饭订单，目前订单数量已经达到接待量的1/3左右。

笔者从中国全聚德集团旗下老字号丰泽园饭店方面了解到，节后第一天，丰泽园已经开启了2027年年夜饭及春节假期用餐预订。截至国庆节结束，年夜饭及春节假期已经预订100桌，其中年夜饭53桌，初一至初七47桌。与去年同期对比增长了21%。

北京怀柔区发布本土美食IP“怀宴”

本报讯 王进文 近日，“怀宴”美食发布推广活动暨第三届“匠人杯”职业职工技能大赛在北京市怀柔区宽沟会议中心举办。活动现场，怀柔区正式发布本土美食品牌IP“怀宴”，推出虹鳟鱼宴、鲟鱼宴、满族二八席三大特色宴席，以及汇聚全区创意菜精华的“馨怀宴”，向市民游客发出“来怀柔，赴怀宴”的邀请。

怀柔区商务局相关负责人表示，怀柔以“怀宴”品牌为统领，以“怀柔老味道”为根基，以“一乡一品”为特色，三位一体打造美食文化品牌，“让老店有传承、让乡味有舞台、让怀柔味道成体系、有辨识、叫得响”。“我们将以‘怀宴’为抓手持续推动农文商旅体科融合发展。”该负责人说，“诚邀八方来客，来怀柔，品一桌山水，尝一城味道。”

虹鳟鱼宴——“不到长城非好汉，不吃虹鳟鱼真遗憾。”箭扣长城脚下田仙峪村的龙潭泉、珍珠泉常年低温活水，为对水质极为严苛的虹鳟提供了良好的生长环境，本地匠人自20世纪80年代起引种保种，把这条远方冷水鱼留在了怀柔。整席以虹鳟为核心，古法蒸鱼糕、五香鱼块、三色鱼丝留本味，松鼠鱼、三色剁椒鱼、竹香鱼见功夫，鱼籽与鱼白摆盘的“金鱼满堂”压轴，更有法式生腌、香煎鱼松等中西合璧之作。

鲟鱼宴——鲟鱼是亿年“水中活化石”，自古为皇室御膳贡品。宴席选用本地山泉活水养殖、四季恒温约16℃的鲟鱼，秉持“一鱼尽用、古今相融”，集冷拌、清蒸、炭烤、丸滑、面点、慕斯于一席，四凉八热共十二道菜——鲟鱼龙姿、白玉鲟鱼卷等凉菜启味，黑醋鲟鱼块、麒麟鲟鱼、手工鲟鱼丸承韵，取脊索龙筋烹制的“龙腾四海”为精华大菜。

满族二八席——八碟八碗、八凉八热、八荤八素，扎根怀柔山区满族食俗，2007年获评北京市非物质文化遗产。热菜以蒸炖为主，道道有寓意：红木梳背“一梳到白头”，红剪子肉祝新媳妇心灵手巧，压桌豆腐丸子寓意团圆。曾获评北京十大金牌农家菜的宫廷柏木熏肉色泽红亮、肥而不腻，是点睛之笔。从席位到上菜顺序都遵循老规矩，吃的更是一套民俗礼仪。

馨怀宴——取“食香、德馨、情暖”之意，是怀柔美食的时代新篇。现场40余家餐饮单位推出创意菜60余道，厨师们以板栗、山野菜、泉水水产等本土物产大胆创新，创意鹅肝板栗、枣泥核桃、黑松露汁焗香板栗、红酒酿红肖梨、羊肚菌烧龙骨等兼顾颜值与口感，乡土底色里见新意。

怀柔区餐饮行业协会有关负责人表示，“本土物产是怀柔菜的底色，创新技法让它走得更远，希望市民游客在一桌之上，读懂怀柔的过去与现在，也欢迎大家常来怀柔，赴一桌‘怀宴’”。

当天同步举办的第三届“匠人杯”职业职工技能大赛以赛促训、以赛育才，为怀柔餐饮技艺传承与技能人才队伍建设搭建平台，也为“怀宴”品牌的持续生长厚植人才根基。长城之雄、雁栖之秀、满乡之韵，皆在怀柔，如今都融进了这一席“怀宴”之中。