2026年11月20日 星期五
E-mail:tougao_cfs365@126.com
首都食品安全

多个消费赛道迎来旺季 “暖经济”业态火热升温

本报讯 曹晨 随着多地气温持续走低，火锅、茶饮、滋补食材、保暖好物以及休闲服务等多个消费赛道同步迎来旺季，“暖经济”业态场景持续拓宽。

北京市社会科学院副研究员王鹏表示，暖消费场景对提振当下消费将发挥多重作用：一是填补冬季传统消费空当，快速聚拢线下客流，带动周边商圈整体回暖；二是拉长消费停留时长，沉浸式的暖消费场景能够显著延长消费者在场时间，进而带动配套关联消费增长；三是强化消费情感黏性，依托温暖的体验记忆，把一次性体验消费转化为常态化的日常消费习惯。

气温走低带动“暖经济”升温，火锅成为本轮旺季里的核心品类。

近日，笔者实地探访北京南三环附近新店呷哺牧场门店。虽是工作日，店内客流依然旺盛，不少食客专程到店打卡。门店推出29.9元基础畅吃套餐，包含锅底、小料及30余款时蔬无限自取，肉品、饮品可单独加价选购。高性价比的一人食模式，契合降温季周边上班族、居民的简餐需求，到店消费热度持续走高。

呷哺集团负责人表示，自选小火锅品牌“呷哺牧场”自2025年底开出全国首店以来，目前已布局20家门店。与此同时，集团创新打造的“蔬菜畅吃”模式，已经落地250家呷哺门店。两条业务线市场表现亮眼，翻台率与营收同步提升，有效激活冬季餐饮消费市场。

火锅赛道的旺季效应并非个例。笔者从海底捞了解到，品牌油焖土豆泥系列外卖新品市场反响火热，上线10天全国销量突破10万单。这款新品的消费场景跳出传统办公商圈，高校周边、商住混合区域门店订单表现突出，覆盖学生、上班族等多元消费群体。

从大盘数据看，美团数据显示，立冬以来，上线“羊肉”主题套餐的餐饮商户数较上月同期增长近30%，“羊肉火锅”搜索量周环比增长70%左右。



堂食火锅热度走高的同时，居家自制暖食的需求同步释放。叮咚买菜数据显示，近期平台羊肉相关商品销量环比增长83%，冷鲜盐池滩羊手抓羊排销量环比增长约169%。当前鲜羊肉商品占平台羊肉SKU总数约45%，随着后续新品陆续上架，占比将突破50%。

餐桌之外，御寒穿戴、时令小吃共同撑起本轮入冬消费主线，形成“穿得暖、吃得热”的消费图景。

据抖音生活服务数据，10月26日至11月8日，保暖内衣订单量同比增长68%，羽绒服、棉服团购订单量同比增长41%；火锅订单量增长23%，主打秋冬滋补的猪肚鸡火锅订单增幅达159%。时令小吃同样托起线下烟火气，平台饮品、糖炒栗子、烤红薯团购订单量分别同比增长145%、42%和23%。

在餐饮、生鲜零售之外，新茶饮也抓住降温窗口迎来销售旺季，芋泥、麻薯、可可类暖饮成为市场爆款。“近期北京持续降温，新品‘富’得流油（咸蛋黄芋泥奶茶）和固体杨枝甘露热销，门店常常到夜里10时许还在出餐。”北京南三环茶百道店员表示。

据了解，茶百道品牌冬季新品“富”得流油热度走高，全国销量突破50万杯；经典产品固体杨枝甘露回归18天，销量突破720万杯，系列销量较去年同期上涨80%。甜啦啦冬季超厚芋泥系列销量突破150万杯；奈雪的茶熔岩法式可可慕斯等可可新品上市后登顶全国门店销量榜首，多地门店出现爆单。

除吃喝消费之外，“暖经济”进一步向休闲服务延伸。11月13日，2027美团洗浴指南在沈阳发布。美团服务零售乐生活业务部负责人陈一方介绍，国内洗浴行业正呈现新的发展气象，2026年洗浴行业线上化率已超20%。当下，洗浴中心正从功能场所升级为综合性城市休闲空间，推动洗浴消费从单向度的“暖经济”，转向吸纳城市文旅客流，打造四季皆有生意高峰的服务消费新模式。

盘古智库高级研究员江瀚表示，“暖经济”并非单一品类的短期爆发，而是降温催生的即时消费需求，消费者决策链路短，刷到周边火锅、热饮门店即可下单，无需提前规划。消费场景边界持续打通，火锅、洗浴、茶饮、观影等消费相互联动，不再是孤立消费。

26家稻香村门店挂牌暖“新”驿站

本报讯 为持续深化新就业群体关爱服务，做实做细暖“新”惠民举措，北新桥街道近日联合北京稻香村启动“稻香连街巷·驿站候归人”老字号多点位全城文明服务行动，让暖“新”服务距新就业群体更“近”一步。

此次行动以北京稻香村第三营业部为核心示范站，联动全市其余25家营业门店同步挂牌启用“从舌尖到心间”暖“新”驿站，形成“核心示范、多点覆盖、全城联动、长效运营”的服务格局，保障街头奔忙的新就业群体随时找得到、用得上暖心服务。

在北京稻香村第三营业部，专门开辟的独立休憩空间暖意融融。墙面“暖新驿站”标识醒目，一旁绘有骑手、快递员、货运司机的卡通形象；色彩明快的提示标牌整齐排布，清晰标注免费歇脚休憩、饮用热水、手机充电、饭菜加热、临时避雨、应急物资等便民服务。“累了歇歇脚、渴了喝口水、闲了充充电、风雨避会儿急”的贴心话语直白动人，为风雨里奔走的“城市超人”，打造了一处可以停下脚步、补水休整、躲避风雨的港湾。

受场地条件限制、无法开辟独立空间的门店，则因地制宜配齐新就业群体所需物资与设备。所有参与门店执行统一标识挂牌、统一物资配置、统一服务规范的标准化运营模式，长期免费向新就业群体开放。

活动现场，北新桥街道、北京稻香村相关负责人共同为“从舌尖到心间”暖“新”驿站核心示范站揭牌。随着红绸缓缓落下，北京稻香村全市多点位暖“新”服务矩阵正式启用。

“以前跑单，累了只能在电动车上凑合歇一会儿，冬天手冻得握不住车把。现在有了这个驿站，能喝口热水、暖暖手、给手机充上电，心里特别踏实。”一名外卖骑手在现场说道。

当天，北新桥街道与北京稻香村同步开展暖心慰问，为新就业群体代表送上稻香村特色糕点礼盒、保暖手套、暖贴、急救包等物资，向坚守岗位、服务民生的一线劳动者致以诚挚问候。现场还设置文明心愿征集墙，收集登记外卖员、快递员的服务诉求与建议，后续将结合征集意见持续优化驿站服务内容。

北京稻香村相关负责人表示，作为百年老字号，企业始终坚守社会责任、深耕公益服务。本次多家门店挂牌暖“新”驿站，将休憩补给与人文关怀从单点延伸至全城街巷，把服务阵地建在劳动者的“工作圈”“奔波路”上，让驿站成为大家随时可停靠、疲惫可休憩、遇事可求助的暖心港湾。

北新桥街道相关负责人表示，下一步将持续激活“正阳先锋·新桥之+”党建品牌效能，深耕暖“新”特色项目，整合社会资源、完善服务体系，以常态化、精细化暖心服务温暖一线劳动者，同时引导新就业群体主动融入基层文明实践，助力辖区基层治理提质增效。

虹鳟鱼美食大赛 “烹”出乡村文旅新滋味

本报讯 近日，寻味怀柔“鱼”悦舌尖——2026年雁栖虹鳟鱼乡村美食大赛举办。来自各镇乡的20余家民宿、酒店及特色餐饮门店大厨同台竞技，以美食赛事为载体，深挖虹鳟鱼饮食文化，擦亮“怀柔味道”特色IP，激活乡村文旅消费新活力，助力怀柔乡村特色产业提质升级。

大赛以怀柔本土虹鳟鱼为核心食材，设置经典传承组、创新创意组两个组别。各参赛企业需烹饪两道菜品，一道以怀柔地标食材虹鳟鱼为核心主料，深度挖掘冷水鱼的本味优势；另一道融合怀柔本土特色食材，彰显在地风土韵味。

比赛中，大厨们各展所长，传统炭烤、清蒸、垮炖等农家老味道原汁原味呈现，融合板栗、甜薯、栗树蘑等怀柔山野物产的创意新菜精彩亮相。

“现在游客早已不满足于简单吃饱、吃农家口味，而是追求健康、有新意、有故事的山野特色体验。因此，我们一直在对菜品做迭代升级，创新融合新式做法。”走神旅社店长王鑫说，“今天做的法式炭烤金鳟，采用鲜活金鳟鱼，改刀后用黄油、香草提前腌制，最大程度锁住鱼肉的鲜嫩清香，口感清爽醇厚、轻负担更健康。”

大赛评审阵容兼顾专业度与大众视角，既有行业内资深专家、星级大厨担任专家评委，也有来自怀柔科学城科研院所的专家学者担任大众评委。专家们围绕色泽观感、口味质感、造型摆盘、创意构思、食材营养五大维度评分。

“虹鳟鱼是怀柔标志性美食，这次比赛围绕它研发出不少新菜品，焗、蒸、做汤、制丸，花样很多。”专业评委、怀柔区饮食服务行业协会会长温振林说，“这些菜品适配家庭聚餐、游客打卡、宴席套餐等不同场景，辨识度高、记忆点强，具备很好的市场推广潜力。”

“怀柔不仅山好水好，也是美食之乡。在这里我能品尝到来自怀柔本地非常好吃的山村美味。特别是虹鳟鱼，各种做法都非常好吃。”北京雁栖湖应用数学研究院副院长龙飞说。

大赛最终决出怀味金魁1名、怀味银珍3名、怀味铜萃5名、优秀奖14名。其中，北京宝麓酒店凭借菜品琥珀凝香·古法酵虹鳟、宝麓黑猪排东坡肉荣获怀味金魁。

“我们会跳出传统烹饪技法，持续创新研发。像烟熏虹鳟鱼、虹鳟鱼罐头这类产品都在打磨中。另外，我们也在尝试融合南方烹饪手法和当地食材做碰撞，就像这次参赛菜品，我们以低温发酵做法来演绎虹鳟鱼。”北京宝麓酒店行政总厨郭顺表示，将持续挖掘虹鳟鱼更多可能性，把虹鳟鱼的特色越做越丰富。

所有获奖菜品，将纳入怀柔文旅官方宣传素材库，部分优秀菜品将收录进“怀柔美食”招牌菜品名录，后续面向景区、精品民宿、乡村农庄重点推广。赛事同步开设乡镇农特产品与文旅、美食资源展位，推动赛事“流量”转化为产业“留量”。

“逛不夜谷、吃虹鳟鱼”，是许多游客来到雁栖镇的打卡选择。从昔日“虹鳟鱼一条沟”到如今的“雁栖不夜谷”，雁栖镇持续推动沟域产业迭代升级，将怀柔虹鳟鱼打造成京郊美食金字招牌，进一步提升文旅服务能力。

此次大赛，正是怀柔探索“美食+文旅+乡村振兴”深度融合的生动样本，以赛事搭台，用美食引流，有效带动乡村旅游消费，为乡村振兴注入新动能。新菜品、新吃法落地之后，将进一步丰富餐饮供给，推动不夜谷向业态丰富的沟域文旅目的地持续转变。

责编：孟渤钧 版式：纪磊