

年夜飯預訂火爆 北京餐飲業出“餓”氣

【北京商報】大展宏“兔”的年夜飯該怎麼吃？近日，北京商報記者了解到，年夜飯預訂火熱，部分品牌預訂率達 80%。同時，今年企業推出的年夜飯在套餐和形式上更加靈活多樣，支持多人多種套餐，以及外賣、到家等服務。線下預訂火爆，線上家宴同樣是重頭戲，餓了麼數據顯示，八寶飯、佛跳牆、臘味等半成品搜索量環比增長超過 30%，多家餐飲品牌推出了年菜禮盒。餐飲業的年味愈發濃鬱，餐飲人正在借助年夜飯節點推動行業復蘇。

預訂率達八成 年夜飯套餐上新

隨着元旦餐飲業的回暖，北京烟火氣的回歸，多家餐企開始投身年夜飯的籌備中。臨近春節，北京商報記者了解到，兔年年夜飯預訂火熱，相較于往年，今年各家的年夜飯菜單更加細分，既有適合多人的全家套餐，也有適合小家庭的精緻套餐。同時，除了堂食之外，外賣、半成品、外帶年夜飯，以及美食到家等新模式也層出不窮。

“包間已經全部預訂出去了，祇剩大廳散座還有零散幾個位置。”北京華天所屬的同和居銀泰百貨店負責人告訴北京商報記者。不僅是同和居，多家餐企年夜飯預訂情況都較為樂觀，據介紹，紫光園年夜飯預訂率已經達到 80%，初一至初七的預訂率也達到了 60% 左右；大董年夜飯預訂率超過 50%；海底撈紫竹橋店也陸續接到了春節的預訂。

從今年多家餐企推出的套餐來看，均是更加細化與豐富。提督推出了多款多人套餐，少到四人餐，多到十人餐，共 12 款套餐可選；肆月河豚也提供 6-8 人、8-10 人、10-12 人的共 6 款套餐；大董則分別推出了針對 6 人、8 人、10 人、12 人的套餐，門店工作人員表示，除套餐之外還可以單點其他菜品。在預訂形式上，除了門店預訂，紫光園今年還通過抖音發布了年夜飯套餐，相關負責人表示，這也是紫光園首次通過抖音官宣年夜飯預訂。

伴着復工復產的有序推進，年夜飯堂食成為今年的重頭戲，但靈活“備戰”仍是今年餐企的原則之一。眉州東坡、鬆鶴樓、陳香貴蘭州牛肉面等紛紛將招牌菜做成了預制菜，主打在家復刻“餐廳味”；大董提供年夜飯到家服務；肆月河豚表示年夜飯可外燴；瀟湘碼頭支持門店自提或閃送到家；峨嵋酒家廣渠路店則推出了多款年夜飯外帶套餐。

半成品搜索量漲超 30% “00 後”開始主導年夜飯

在年夜飯預訂情況頗為火熱的同時，預制菜以



及家宴禮盒並未失去“寵幸”。

餓了麼數據顯示，“家宴”外賣的搜索量也較去年同期漲幅超過 10 倍。同時，八寶飯、佛跳牆、臘味等半成品搜索量環比增長超過 30%。

“每年春節回家都會給父母準備一些他們不常吃的東西，讓他們嘗試新鮮事物，給老家的年夜飯加道新鮮菜兒。”在北京工作的小王今年準備回鄉過年，提前在外賣平臺下單了年菜禮盒，準備給父母嘗鮮。

與此同時，隨着年輕人逐漸主導年夜飯，無論是回家過年還是就地過年，購買渠道、產品都在不斷更新。搜索“家宴”等年夜飯相關的用戶中，“00 後”占比超過六成。隨着“95 後”甚至“00 後”開始主導年夜飯，火鍋、奶茶等品類也開始成為年輕消費者的年夜飯選擇，不少火鍋、奶茶等品牌也會在年貨節期間推出特色套餐組合。

北京商報記者也了解到，陶陶居、北京華天、紫光園等不少餐飲品牌今年在準備堂食年夜飯的同時，仍然推出年菜禮盒，並且增加銷售渠道。例如，釣魚臺食品、大董等老字號首次將年菜上線餓了麼外賣平臺。據了解，華天二友居西直門店元旦期間年貨禮盒售出超過 100 份，醬貨、主食等半成品的訂單也紛至沓來。

陶陶居北京太古裏店總經理王院升表示，今年的春節檔依舊做了到店堂食和年菜禮盒等多手準備。目前陶陶居太古裏店年夜飯除了除夕中午的包間還剩下 1 間之外，除夕當晚兩輪時段已經全部訂滿，大廳的中大桌已經預訂了 70%。同時也考慮到今年“回家過年”的消費需求，依舊推出廣州特色的春節大盆菜，目前預訂數不斷上升。

消費需求攀升 防疫仍是課題

無論是線下堂食預訂火爆，還是線上特色套餐和年菜禮盒紛紛上線，都印證了北京餐飲業正在伴隨着足足年味復蘇。不過，即便消費需求增長，餐飲企業還需在產品品質、研發、防疫、人員等方面做功課，不僅是年夜飯，而是守護消費者的每一餐。

北京國際商貿中心研究基地首席專家賴陽指出，隨着消費者社交需求增長，餐飲消費迅速回升是必然趨勢。同時，復工復產持續推進，平日線下餐飲門店前紛紛排起了長龍，消費意願的釋放同樣增強了餐飲人的期望和信心。在此基礎之上，臨近春節，消費者期盼與家人團聚，年夜飯也因此預訂情況火熱。而餐飲企業推出外賣、半成品、年夜飯到家等舉措，不僅形式更加靈活，還能夠為消費者提供更加豐富的選擇。

“雖然消費需求增強，但產品品質依舊是餐飲企業需要保障的重點。”賴陽指出，尤其是部分餐飲企業提供產品到家服務，需要一定的技術研發投入，以此來最大程度還原產品口感等，稍有差池便會影響品牌口碑。同時，餐廳還需要加強日常的防疫工作、人員管理和資源配置，在保證消費者安全的同時，維護正常運營，穩步助燃烟火氣。

的確，越是忙碌節點，防疫工作就越不能落下。北京商報記者了解到，海底撈門店每天進行 3 次整體環境消毒工作，部分重點區域每小時清潔維護 1 次，北京華天所轄同春園、同和居、鼓樓馬凱餐廳、慶豐包子鋪、香妃烤雞等餐廳堅持落實門店日常環境定期消毒，北京胡大飯館、桃娘下飯小火鍋、眉州東坡等品牌都已將防疫工作納入了日常。

【責任編輯：張欣燦】