

“半成品年夜饭”“线上食堂”“星厨上门”…… 餐饮消费推陈出新能否迎“春”翻“牛”？

往年春节,餐饮最火爆的当属各家饭店的大堂,但在“就地过年”的新潮流下,这个春节的“食堂”则从线下搬到了线上。

从“一人食豪华套餐”到“小家庭团圆饭”,从“快手家常菜”到“半成品年夜饭”,春节餐饮新特点让餐饮消费转型特征更加凸显,餐企变革也顺势而上,行业新增长点正在加速形成。

顺势求变

记者在四川成都市区多家餐厅的订餐日历上看到,虽然早在去年国庆节后,就有顾客提早预订了腊月二十九、大年三十和正月前几天的家庭宴席,但排期不像往年那样密集,面向企事业单位的大型团拜宴订单量下降尤甚。

成都一连锁餐厅大堂经理表示,春节前后本是餐饮行业的旺季,往年一个月订出去三四百桌只能算基本水平,火爆的时候排两轮也不一定有空位,订餐电话都快被打“爆”了。但是今年情况不一样,不仅电话略显冷清,不少来电还是退订的。

“门店堂食退订是由客观原因导致的,但人们春节餐饮消费的需求还在,而且很旺盛。”成都餐饮同业公会秘书长袁小然说,去年以来餐饮企业就在不断求新求变,以适应疫情防控常态化的需要,如今“就地过年”既是挑战,更是机遇。

记者在走访中也发现,为应对“就

地过年”新趋势,餐饮企业想出各种招数应对,在菜品创新和就餐形式等方面花足了心思。

“今年我们主打家宴头盘菜,特别包装推出佛跳墙和干烧海参两款‘硬菜’,连锅带菜全部备齐。”成都老房子华粹元年食府总经理熊江华介绍,顾客只需在手机上选定菜品,餐厅就会提前制作好并按约定时间送货,简单加热就能摆上宴席。

绿地酒店旅游集团商务市场部总经理张乐介绍,在严格落实疫情防控举措的基础上,酒店推出“星厨上门”服务,由酒店专业厨师携原材料到消费者家里现场制作佳肴,受到不少客人欢迎。

量质齐升

在今年的春节餐饮消费中,许多餐饮企业也是依靠线上推陈出新,提供线上服务的餐饮企业范围越来越大,服务质量明显提升。

据了解,今年上海有78家餐饮企业、2274个门店的225款年夜饭套餐支持外卖。西贝、眉州东坡、青年公社等餐饮品牌,都在线上推出年夜饭套餐或新春套餐。

越来越多的高级宾馆酒店加入线上“年夜饭圈儿”。飞猪平台数据显示,春节前一周,该平台自提酒店年夜饭的预订人次环比增长了4.2倍。在广东,广州白天鹅宾馆、广州中心皇冠

假日酒店等纷纷推出可自提的粤式新春盆菜,让“打工人”在家也能享受品质大餐。

一些老字号也不断拓展线上业务。以素食闻名的老字号功德林完善了美团、饿了么等平台的线上供应菜品,顾客春节期间可以通过外卖服务形式,在家吃到和饭店一模一样的味道。

在各大网络订餐平台,各类快手菜、半成品年菜销售非常火爆。为满足年轻人用餐轻量化、低热量需求,盒马上海推出了“小家庭团圆餐”,预订量占其年夜饭套餐的近六成。美团也联合各地商家推出“年夜饭到家”服务,支持从单人餐、双人餐到10人以上家庭聚餐等多种规格年夜饭外卖。

新增长点

疫情发生后,以聚集性、接触性为特点的餐饮消费市场受到很大影响,餐饮业成为受损最严重、复苏最缓慢的行业之一。

“但餐饮本身也是一个具有很强韧性,能够不断推陈出新适应变化的行业。”袁小然说,一些能够持续推进创新转型的餐企还在扩大规模,以成都为例,春节前一个月南堂、悦百味、大鸭梨等连锁餐企新开门店就超过100家,这种趋势在春节餐饮消费能量持续释放的背景下更加凸显,也为行业发展注入了新动能。

业内人士分析,近年来餐饮和零

售两个看似特性完全不同的业态出现了交集,从海底捞自热锅到肯德基推出“KAIFENGCAI”,再到杨国福自热麻辣烫……餐饮零售化成为最新的商业趋势,而“就地过年”则加速了这种趋势。

例如,“就地过年”在很多城市催生了“一人食”消费需求。连锁商超大润发数据显示,统一旗下的开小灶火锅在上海销量猛增233%。同时,大润发自己研发的加热即食快手年菜自1月上市以来,每周销量环比增长超过50%。

饿了么平台数据显示,今年在线上供应年夜饭套餐的餐饮品牌数量较去年同期增长164%、参与门店激增260%,供应的年夜饭套餐数量更是同比上涨近3倍。

业内人士分析,“就地过年”强化了餐饮到家消费场景和需求,倒逼餐企涉足生鲜、预制菜、包装食品等零售领域。尤其是供应链和品牌优势明显的头部企业纷纷借力线上平台,从单一的堂食转变为堂食、零售“两条腿”走路,有望形成餐饮行业新的增长点。

中国饭店协会的报告认为,新冠肺炎疫情虽然对餐饮业冲击巨大,但也催生了新的亮点,餐企外卖、食材零售、成品半成品工业化业务均有不同程度的拓展;社区团购+集中配送、中央厨房+冷链配送、无接触服务等也促使全行业的数字化、智能化水平大幅提升。

(新华)

兴业银行为“城市之肺”捐赠“救援坐标”



2月18日,兴业银行无锡分行捐赠的100块惠山国家森林公园应急救援坐标点着手安装,这将为该地区登山迷路、突发疾病人员的救援、山林救火发挥巨大作用。据悉,兴业银行用这一特殊方式为自己“庆生”,是为了答谢无锡市民十七年来对该行的厚爱和支持,也是该行履行社会责任向建党100周年的献礼。

惠山国家森林公园最高峰海拔328米,被誉为“江南第一山”。惠山东西长3.9千米,南北宽3.6千

米,周长13.3千米,森林总面积为933公顷。从空中俯瞰,惠山草木郁葱,犹如正在呼吸的“肺”,不断为城市输送着新鲜的氧气,每天都吸引着大批市民前来休闲锻炼。

由于地形特殊,该地区的突发情况应对往往有很大的困难:一旦爬山人员意外摔伤、突发疾病、迷路,求救者缺乏参照物,往往无法说清所在的具体位置,这种情况下,营救行动必须组织大批人员进行拉网式搜索,会延误最佳救援时间。而一旦发生山林火灾,由于烟

雾遮挡视线,消防人员也难以保持有效协同,甚至容易发生非必要的伤亡……事发地坐标点难以确认,成了山地营救的最大痛点。

为此,无锡市公安局、应急管理局、急救中心、无锡蓝天救援队多次召开协调会,沟通协商最佳解决方案,将惠山森林公园进行坐标网格化,按50米至100米左右的区间,设置应急救援坐标点,这有望把搜索时间降低到半小时内,极大提高营救效率。但整个森林公园要想达到一定密度的布点安装,将是一笔不菲的人力财力支出,需要社会的支持。兴业银行无锡分行获悉消息,主动对接,成为响应此项公益行动的第一家社会爱心企业。

兴业银行无锡分行有关负责人表示,兴业银行是中国首家“赤道银行”,在“寓义于利”可持续发

展理念的引领下,无锡分行十七年来一直致力于生态环境保护与修复、污染治理、绿色城镇化及绿色环保产业提供金融支撑,为120家以上企业提供绿色金融融资服务,累计投放资金超350亿元;该行青年志愿服务队十七年累计开展各类金融知识宣传类互动活动超5000多场次;向无锡慈善总会、儿童福利院、及在国内重大自然灾害时先后捐款超300万元,多次荣获无锡市“年度贡献奖先进单位”“金融深化奖”“金融改革与创新奖”等荣誉。未来,兴业银行无锡分行将继续通过高效、优质的金融服务满足各类金融需求,同时充分发挥绿色金融业务特色优势,促进产业结构升级和经济社会可持续发展,守护无锡地区的“绿水青山”,为建设“强富美高”新无锡积极贡献力量。

(岳国锋)