

来源：经济日报-中国经济网

经济日报-中国经济网北京10月10日讯 失去了“春节旺季”的餐饮业，在刚刚过去的“双节”假期中迎来了复苏。据商务部监测，10月1日至8日，全国零售和餐饮重点监测企业销售额约1.6万亿元，日均销售额比去年“十一”黄金周增长4.9%。从市场变化来看，黄金周期间，餐饮、休闲等服务消费快速升温，被疫情抑制的需求集中释放。“一座难求”的再次出现，或标志着餐饮业在经历年初的疫情影响之后，开始进入复苏阶段。

## 消费信心开始恢复

中国烹饪协会分析指出，上半年国内餐饮市场受新冠肺炎疫情的影响，婚庆、贺寿等集体性用餐暂缓接待。随着国内疫情形势的好转，团圆宴、婚庆宴、贺寿宴、亲朋宴等需求集中释放，推动国内餐饮市场快速复苏。

来洛阳，吃水席。作为到洛阳旅游打开的特色餐饮之一，洛阳水席园各门店在刚过去的双节假期迎来了一波消费高峰。

洛阳水席园饮食有限公司董事长宋彦洪对经济日报-中国经济网记者表示，受旅游旺季和消费者品尝当地特色的需求影响，洛阳水席园旗下各门店销售情况整体增长超过15%，其中以自驾旅游方式到店的消费者人数翻了不止一倍。

“60多元的人均消费，40多个台面，国庆2-5日每天的营业额都在11万左右，这在往年是没有的。”宋彦洪表示，以水席园老城店为例，在接近假期尾声的10月6日为例，单天的销售额将近7万元，而在去年同期仅为2万7千余元。

从中国烹饪协会发布消息来看，根据商务部披露的数据显示，四川、浙江、内蒙古、厦门等地重点监测的餐饮企业营业收入同比分别增长43.0%、23.4%、21.7%和18.3%，广州到店餐饮订单量同比增长超30%。

旺顺阁（北京）投资管理有限公司、呷哺呷哺餐饮管理有限公司十一“黄金周”营业额同比上年黄金周分别增长8%、2%，北京华天饮食集团公司、北京汇贤府餐饮管理有限公司与去年黄金周基本持平。国庆、中秋当天，大型头部连锁企业甚至出现单间难求的现象。

综合多家媒体报道来看，北京市重点监测的餐饮企业营业额已恢复至去年同期的九成。京城老字号纷纷推出新菜品贺佳节，便宜坊、烤肉季两家老字号销售额实现正增长。同春园饭店、鼓楼马凯餐厅、同和居、华天二友居等老字号餐厅国庆长假收入迅速恢复，部分老字号餐厅收入实现同比正增长。

在红餐网创始人陈洪波看来，餐饮业在“双节”假期里的表现符合预期，很好地提振了半年来受疫情压抑的萎靡状态。究其原因，9、10月均属于传统的餐饮消费旺季，从官方公布的数字来看，消费者的信心得到比较好的修复。

他表示，餐饮业经历了长达半年多的煎熬，通过加速门店的新陈代谢和优胜劣汰，客观上提升了行业的总体素质，“剩者为王”效应开始显现，市场会奖励那些经得住考验并幸存的餐饮品牌，“双节”红利只是一个开始。

## 新消费习惯引领主流

节日餐饮市场强势回暖的同时，“公勺公筷”“光盘行动”“剩菜打包”等新消费习惯引领主流。

中国烹饪协会消息显示，北京品质餐饮示范店、阳光餐饮示范街区（村）倡导的厉行节约、引导消费者理性消费、按需点餐、提示“适量点餐、剩餐打包”、大力开展“光盘行动”；“分餐制”“公筷制”“双筷制”，引导着消费者的理性消费。四川部分餐饮老字号、网红餐饮人流量同比增长10%-20%。河北部分餐饮企业推出小份菜、半份菜，让顾客吃得饱吃得好，云南部分餐饮企业开展“餐饮美食荟萃促消费”活动，引导消费者按需点菜、剩菜打包。

饿了么数据显示，节日期间，餐饮外卖消费整体增长稳定。小份菜更是位居涨幅前列，其中在重庆、广州、贵阳等城市，小份菜订单量大增8成以上，无需餐具订单量同比实现倍增。

10月8日，北京市市场监管局就三个餐饮服务地方标准面向社会公开征求意见。其中，《餐饮服务单位餐饮用具使用管理规范》意见稿中特别对“公筷公勺使用”提出了明确要求。比如，应根据餐饮服务单位的规模和用餐方式，配备足够数量的公筷公勺。火锅、烧烤或在餐桌上熟制的菜品，应提供专用的公筷公勺。自助餐厅或自行取餐的区域，应配备公用餐饮具，且存放位置便于顾客识别、拿取。餐具是否清洁消毒，最好“记录在案”。

## 排队背后也有隐忧

“本来定了一个小包间，但是临时加了5个人，想换个大包间就没有了，最后只能拼桌吃饭”。消费者吴女士对经济日报-中国经济网记者谈及刚过去的“双节”黄金周外出就餐的经历。

“双节”期间，一则海底捞就餐可插队的视频引发了网友争议。一位网友于淄博万象汇的海底捞就餐，前面本来排了217桌，在淘宝店铺支付了40元之后等位数直接

从217桌变为1桌。

美团外卖发布《美团外卖国庆消费大数据》显示，10月1日到3日，全国跑腿日均订单量同比增长151%。美团跑腿小哥接到的需求既多样且个性化，其中跑腿代排队订单同比增长419%，成假日消费新趋势，90后为主要消费群体。

对于各地再现的排队情景，《餐饮老板内参》发文指出，厅排队人数过多时，如果门店运营管理能力跟不上，服务质量下降，就容易带来差评。很多餐厅都为VIP客户提供免排队的特权，这就与普通消费者形成冲突。而且，黄牛党带来不好的用户体验，消费者只需要花钱从黄牛那里买票就能插队，导致其他消费者心理上不平衡，而这种不满情绪很容易就会导向品牌身上。

陈洪波也表示，在疫情防控常态化的背景下，餐饮业有可能还会经历严峻的考验，未雨绸缪就显得格外重要，提升抗风险能力、应对潜在的疫情反扑，是所有餐饮品牌将要共同面对的大考。