

“餐饮外摆”掘金夜经济 融合发展趋势

本报记者 蒋政 郑州报道

“经市政府研究决定,鼓励餐饮企业有条件地开展外摆服务,有条件地开展外摆服务。再次重复,有条件地开展外摆

服务。”

5月27日晚,餐饮连锁品牌森虎虾尾的董事长王虎在手机视频里看到郑州市商务局局长张波喊出这一政策时,他意识到,餐饮业的复苏就要来了。

在郑州拥有多家连锁门店的王虎告诉《中国经营报》记者,在夏天允许餐饮外摆,对于大部分餐馆的业绩提升,具有非常直接且重大的意义。

恢复城市“烟火气”,餐饮企

业扮演的角色非常重要。记者注意到,截至目前,成都、哈尔滨、南京、西安、长沙等地出台政策支持餐饮外摆。

同时,多地还通过发放消费券、推出系列活动刺激夜经济消

费,这都将对餐饮行业带来重大利好。

多位行业人士告诉记者,餐饮行业事关国计民生,并为就业贡献很大力量。各地除了当下的外摆政策之外,还应制定更加长

远的规划,从城市发展的层面为餐饮行业谋求更多福利。同时,整个行业在经历疫情洗礼后,目前正在朝多元化、融合化发展,这都将有利于提升餐饮行业的整体竞争力。

“外摆”红利

行业人士表示,在关注餐饮外摆刺激消费的同时,还需关注其带来的次生影响。

“能不能不出店经营,对于我们这种定位的餐饮品牌,影响是巨大的。”王虎说。

他所创建的森虎虾尾品牌,主打夜市特色的百姓消费定位,夏季是经营旺季。当地政府发出允许外摆政策后的第二天晚上,森虎虾尾二七旗舰直营店就开始外摆经营。

该门店外有一个大广场。5月31日20点许,记者看到,在留出足够人行通道之后,该门店在外摆出了60张桌子,相当于经营面积扩大了一倍。很多消费者在室外烧烤。

王虎给记者算了一笔账,外摆是从晚8点到凌晨1点,60张桌子平均翻台3次,每桌消费200元计算,这意味着,仅一个外摆政策,可以让这一家门店在一晚上增加3.6万元的收入。

“千万不要小瞧这些收入,这对于当下的餐饮企业来说至关重要。”王虎说。

郑州市餐饮协会相关负责人告诉记者,从5月27日公布政策之后,很多餐饮企业的生意和营业额的增长是显而易见的,餐饮人的信心在提升。这种促进作用是非常明显的。

成都市允许临街店铺在划定区域内和节假日期间,在不影响居民日常生活和交通安全情况下,允许开展外摆经营活动和各类促销活动。

南京市实施包容审慎监管,适时鼓励在符合防疫要求、不影响交通的前提下,允许有条件的街区、开放空间及沿街零售、餐饮商铺开展外摆经营等。

西安则是允许具备条件的商业步行街、商业综合体在夜间规定时

间段外摆经营,适当延长夜间营业时间。

行业人士表示,在关注餐饮外摆刺激消费的同时,还需关注其带来的次生影响,比如环保、噪音以及占道等问题。

对此,哈尔滨市出台的政策更加完善。该地城管局出台《关于餐饮及零售企业门店外摆经营规范管理指导意见》,餐饮企业只能在自有门店开间范围内外摆经营,并为行人留出不少于2米的通行空间。同时,餐饮企业外摆经营时间不超过22时,22时后须停止店外餐饮或转入室内经营。

王虎提到,只要政策细化标准,企业就可据此去执行。所以说,标准越细化,其实对餐饮企业来说越是一种扶持。

整体来看,餐饮行业的复苏,也在带动周边产业的发展。在重庆地



蒋政/摄影

区销售啤酒的崔永强(化名)说,当地虽然没有明文规定放开外摆,但很多地区实际上已经开始执行。他平时供货的那几家餐馆,这几天啤酒消耗量明显增加。

中国商业联合会专家委员会委员赖阳告诉记者,还需关注上述政策的稳定性和可持续性。企业经营需要安全感,应尽可能减少不可预期的因素。

深耕夜经济

记者注意到,多个城市的商业综合体频频推出主题市集配合当地夜经济消费。

值得注意的是,除了餐饮外摆,多地还通过发放消费券来刺激消费。

深圳、广州、长沙、宁波、江西等多省市纷纷发放巨额消费券,刺激餐饮消费。6月1日,郑州首期餐饮消费券1500万元将通过多个平台同时发放。

“通常来讲,餐饮外摆,受益更大的是路边餐馆。发放消费券,具有一定体量或者位置处于商场内部的餐饮门店会直接受益。从这个角度讲,相关部门出台的政策,也是考虑到餐饮行业不同的经营主体。”中国食品产业评论员朱丹蓬说。

他还提到,各地出台政策刺激消费,应该重视夜经济所蕴含的消费潜力。

艾媒咨询发布的《2021~2022年中国夜间经济监测及典型案例分析》显示,2020年中国夜间经济规模已突破30万亿元,预计2022年将突破40万亿元,包括夜间经济在内的消费新模式将会成为拉动消费的新力量。

公开信息显示,包括郑州、秦皇岛、湖南、新疆等地都在推出政策支持当地夜经济的发展。

麦当劳在发展夜经济上表现积极。麦当劳方面提供给记者的文件显示,从5月11日起,麦当劳中国全新平台“麦麦夜市”正式上线,以新消费模式加码发力夜经济。从即日起的每天17点,麦当劳中国餐厅及线上点餐渠道,都将准时开启“夜间模式”主题界面。

“新常态下,麦当劳积极响应

政府促进消费的号召,加码发力夜经济,打造全新平台扩展用餐时段与场景,以新的消费模式助力消费复苏。”麦当劳中国首席市场官须聪表示。

北京师范大学政府管理研究院副院长、产业经济研究中心主任宋向清告诉记者,政策扶持有基于促进消费的消费券对餐饮产业的“拉”,又有基于扩大供给的开放堂食、允许外摆等对餐饮企业的“推”,可以说扶持政策是多方位、多层次的。

记者还注意到,多个城市的商业综合体,还频频推出主题市集配合当地夜经济消费,借助差异化消费内容和主题场景,吸引消费者并带来转化。

近日,位于郑州东区的汇艺银

河里推出后备厢市集。在该购物中心,汽车后备厢就是一个摊位,销售产品主要包括食品以及文创类产品。

该购物中心相关负责人表示,疫情防控常态下,很多商场都受到较大冲击。我们借助郑州发展夜经济的契机,推出符合商场定位的促消费活动,一方面可以增加郑州夜经济的活力,另一方面也可以为商场商户带来更多消费者。仅从这几天来看,市集带来的人流量对于商场内部餐饮门店的转化还是很可观的。

多位行业人士对记者表示,对于大多数城市来说,餐饮外摆以及发放消费券属于阶段性政策,要想长久地为餐饮行业赋能,地方还是需要在顶层设计上多做

功课。

家住深圳的李闪闪告诉记者,她所居住的社区周边,目前形成了好几条特色小吃街,在抖音等平台已经成为了网红打卡地。

这是深圳政策扶持的表现。当地指出支持企业做出特色,鼓励发展餐饮新场景、新业态,着力打造一批特色餐饮街区,培育一批网红街区和店铺。

这并非孤例。位于陕西西安的大唐不夜城,依托旅游资源,打造沿街商业矩阵,诸多餐饮和文创品牌入驻,已经形成可持续的“文化+”街区。

“从城市的功能分区上重视餐饮,为产业提供更多的便利,这对当地的餐饮企业来说,无疑可以带来可持续性的利好。”朱丹蓬说。

融合化发展

更多的餐饮企业开始布局零售业务。

对于重视体验和服务的餐饮行业,在人员流动受到限制的大环境下,整个产业也在被倒逼转型。

盘古智库高级研究员江瀚告诉记者,越是重业务体系、重用餐体验的餐饮企业,往往受到的影响越大。

“疫情要求之前一些没有做线上化、外卖化的餐饮企业开始向线上化、外卖化的方向发展。相比于传统的重线下的堂食模式,外卖等轻模式逐渐成为了餐饮市场发展的主要方向。”江瀚说。

与此同时,餐饮企业的业务板块逐渐扩大,不再局限于堂食和外卖,包括西贝、同庆楼、广州酒店等大型餐饮企业,在今年已经进军预制菜赛道。

更多的餐饮企业开始布局零售业务。越来越多的餐饮品牌,将自己的产品铺货到超市、卖场,试图通过零售渠道增加收入。

太二酸菜鱼、小龙坎、眉州东坡的零售业务已经初具规模。另外,一些茶饮品牌如奈雪的茶等也在布局瓶装饮料市场并在各大商超铺货。

朱丹蓬告诉记者,无论是疫情还是消费端的竞争,都在倒逼餐饮行业创新迭代。尽管有些时候餐饮企业是处于被动的位置,但这种产业结构调整就是行业升级的表现。

“数字化运营和私域化营销将会成为市场发展的主要方向。很多餐饮企业进一步提升自己的数字化运营水平,当下的很多商业模式都可以进行优化。”江瀚告诉记者。

酒店民宿预订量上涨 端午假期成恢复拐点

本报记者 李媛 北京报道

儿童节刚过,端午节紧随其后,全国各大城市周边游热度再度攀升。从目前来看,“距离近、时长短、高频次”的周边游、微旅行已逐步成为人们远离城市喧嚣、享受美好假日的全新生活方式。

城市周围民宿等也在有序恢复接待游客。5月28日,北京疫情防控工作第348场新闻发布会上,有关部门发布了北京门头沟、平谷、怀柔、密云、延庆区酒店民宿农家乐恢复正常接待服务。当晚,《中国经营报》记者就注意到,一些旅游平台的搜索酒店流量大幅攀升。

途家数据显示,截至5月29日中午,北京门头沟、平谷、怀柔、密云、延庆区民宿搜索量较前一日上涨两倍,其中,怀柔、延庆、平谷是搜索量最高的三个区。去哪儿平台数据则显示,北京京郊酒店的搜索量较前一日上涨了一倍。

“几家OTA(在线旅行社)都出了一些数据,行业整体信心还是有恢复的,各地给到酒店业的纾困和扶持政策也是层出不穷,相信从端午小长假开始,酒店业的复苏指日可待。”迈点网主编兼迈点研究院研究总监郭德荣对记者说。

华美顾问首席知识官、高级经济师赵焕焱告诉记者,虽然目前他所在的上海地区还没有近期酒店的经营数据,但“期待正常社会生活恢复后,正常企业经营和正常工作带来的人员流动,酒店业也能因此看到希望”。

提升经营管理是关键

熙熙攘攘的乐园是一家位于延庆区界碑石村、主打亲子特色的乡村民宿。民宿主人刘添文一直琢磨着升级民宿体验,疫情期间,他陆续为民宿增加了骑马、露营等体验项目,并按照平台的指导全面为泳池、滑梯等设施进行了消杀。用他的话来说,“这20多天并没有因为暂停营业歇下来,反而更加忙碌”。

截至5月30日,刘添文的十多

间房在端午节期间全部订满,甚至已有不少客人开始预订暑期档的房间了。

事实上,民宿业可以说是疫情防控部分解封后最快的受益者,因为民宿大多接纳的是周边游、微旅行的游客,在跨区域流动还不是很确定的情况下,周边游、微旅行还是行业趋势。而酒店业在疫情期间虽有着很多不确定因素,但这也是提升自身经营管理

的契机。

“目前堂食还没有解封,酒店会做一些套餐类产品服务周围居民,另外,还引进了月子中心等服务,在星级酒店坐月子,保证产妇的餐饮。多元化的经营才能让酒店在疫情常态化的过程中拥有持续收入。”王府半岛酒店的一位资深从业者告诉记者。

记者在采访中发现,在疫情常态化的背景下,一些酒店一边

应对疫情冲击,一边谋求通过产品升级强化竞争力,提升收益率。同时,一些酒店希望通过产品升级来抢占风口,打开发展空间,但又不得不面对现金流吃紧等问题,一些平台也给出了纾困和具体的解决方案。携程通过免房置换和分期支付帮助酒店解决现金流问题,酒店可以0现金投入实现酒店升级;对特色酒店给予营销资源支持,通过特色标签和

优化展示信息实现酒店人群精准导流,帮助酒店实现口碑、流量、收益等多维度提升。

另外,携程先后打造亲子房、电竞房等模式来丰富酒店的产品线,提高客房溢价。旺盛的消费需求也在助推酒店供给侧加速提质升级的步伐。数据显示,5月份以来,携程与酒店共同打造的亲子房产品,已连续3周环比增长100%以上。

《关于推进以县城为重要载体的城镇化建设的意见》,明确了要因地制宜促进县城建设发展的方针,未来县域经济发展空间巨大。由此可见,下沉市场已成大势所趋,是未来酒店集团扩张新版图的重要方向。

“消费者出游住酒店的意愿肯定不会因疫情而减弱,反而会更加强烈,端午节点肯定会带来一波小高潮,但作为酒店从业者,更应该思考在不确定性环境下的经营管理该如何改善,如此才能为长远经营奠好基石。”浩华管理顾问公司董事蒋海峰认为,疫情只不过加速了酒店业之前问题的凸显,真正的问题在于酒店自身的经营管理。“在任何情况下,做好自己的本分工作,重新考虑行业的初心,才是重振酒店业的根本。”蒋海峰表示。

尽管疫情的不确定性缩短了消费者的决策周期和出游半径,但旅行热情却持续高涨。一些客户更是在五一假期过后,就开始为端午节甚至更长期的旅行做准备。

携程平台数据显示,在过去的半个月内,通过携程直播、携程特价专区等渠道预售的高星酒店的产品较去年同期增长近20%。与传统的即订即用的酒店产品相比,高星酒店预售产品具有性价比高、所购房券有效期长、部分产品节假日通用等特点。从近期酒店预售交易额最高的目的地来看,三亚、杭州、湖州、苏州、宁波分列前五名。

《2022端午假期出游趋势预测大数据》显示,跨省游回暖、大西北升温、住宿体验和花式玩法持续创新,成为今年端午旅游市

场的主要特点,部分旅游业态相比五一和清明假期呈好转迹象。

携程研究院战略研究中心副主任张致宁认为,近期,国内本轮本土疫情得到有效控制,5月最后一周,国内确诊病例数连续下降,恢复跨省游的省份逐渐增多,作为上半年最后一个长假,端午假期会成为国内旅游市场的一个拐点。

数据显示,2022年端午亲子酒店热门城市TOP10为澳门、三亚、广州、深圳、南京、杭州、重庆、长沙、成都、青岛。其中,三亚订单量相较清明增长90%,入住天数为一天,订单量相较清明增长162%;广州订单量相较清明增长93%,订单量同比增长7%;深圳订单量相较清明增长354%,订单量同比增长41%。

“同样是3天假期,与今年清

明假期相比,端午假期的跨省团队游已提前半个月恢复至清明假期的55%以上。在游客旅行决策周期显著缩短的背景下,跨省团队游仍有较大的复苏潜力,预计端午假期的跨省团队游整体交易额将超过清明假期,从而为今年上半年的假期跨省团队游画上一个句号。”携程相关人士对记者说。

从途家目前的京郊端午民宿预订量来看,最热门的民宿区域TOP5是怀柔风景区、延庆休闲度假区、平谷城区、门头沟/妙峰山风景区、密云古北水镇。5月30日,记者致电怀柔区四渡河的老木匠民宿负责人肖彤,其称上午已接到端午期间的订单,但仍在等待怀柔区正式营业的通知。

华住集团数据显示,端午假期的订定量较五一假期有大幅提