

年夜饭有哪些新变化

本报记者 李思雨 余颖

为满足不同消费者需求,让顾客在享受年夜饭的同时,拥有欢乐、充实且难忘的春节时光,年夜饭外带、配送服务逐渐兴起,为消费者带来更加独特、更有味道的别样体验。

今年的年夜饭预订情况怎么样?

“火爆得很。”提起这个问题,广州保利洲际酒店餐饮总监李华很自豪,“从去年年底起,年夜饭预订咨询就络绎不绝,订单数量持续攀升。水晶鸡、葱爆波士顿龙虾、鲜花椒游龙蒸老虎斑等喜庆菜品备受消费者欢迎。”

“今年我们8家店的年夜饭基本预订出去了,预订量和去年同期不相上下。”北京丹江渔村区域运营负责人何平说。

临近春节,各地年夜饭预订持续火热。美团数据显示,截至1月16日,“年夜饭预订”“年夜饭餐厅推荐”相关搜索量月环比提升256%,年夜饭线上预订量同比增长305%。

年夜饭作为一年中最重要的团圆饭,承载着人们对亲情、幸福的美好向往。今年的年夜饭有哪些新变化?商家期盼的“开门红”能否如期开启?

定制服务走俏

丹江渔村主打湖北鱼鲜,60多间风格各异的包房散落在绿植、山石之间,还配备了儿童游乐园,服务的主要客群是家庭消费。年夜饭是餐厅经营的重头戏。

“今年我们的套餐选择更丰富了。”何平举例说,“我们餐厅推出的10人年夜饭套餐,包含了4道至6道精致冷拼、10道特色热菜、2道地方主食以及1份甜品,加量不加价,菜品设置兼顾老幼的同时,加入了诸如年年有‘鱼’等有美好寓意的菜品。”

年夜饭预订火热的同时,消费者的需求也逐渐趋向个性化,越来越多的消费者希望通过定制,打造专属自己独一无二的年夜饭体验。

“我们的年夜饭与客房打包的套餐备受欢迎。”上海临港锦江国际酒店总经理鲍逸飞表示,在餐饮消费的带动下,与去年同期相比,今年酒店房间预订火热,入住高峰提前至除夕。

对于如何吸引客人到店消费,商家心里有自己的一杆秤。“顾客为什么会选择在我们餐厅度过一年中最重要的团圆日?是因为他平时来吃过,对餐厅的菜品、环境和服务很满意。很少有人会因为某家餐厅低价、打折,就去一家从来没去过的餐厅吃年夜饭,这么重要的日子,

消费者不敢冒险的。”何平告诉记者,对餐厅来说,年夜饭不是冲刺,更像是一场赢得消费者信任的马拉松。为了满足不同消费者的需求,除了固定的套餐外,餐厅今年也推出了同价位的定制套餐,客人可以根据自己和家人的口味偏好、饮食习惯及特殊需求,与餐厅沟通,定制专属的年夜饭菜单。

苏州黑珍珠餐厅“鼎膳·匠宴”负责人也表示,门店今年可以根据顾客需求提供私人定制宴,苏式重青肉锅饭等含有非遗元素的菜品点单率较高。

除了菜品定制外,特色服务的定制也为消费者带来了更加贴心的体验。鲍逸飞表示,酒店在除夕夜精心筹备了新春活动,有绚丽烟花、亲子美食DIY等活动,让顾客在享受年夜饭的同时,拥有欢乐、充实且难忘的春节时光。

预制菜成新宠

今年年夜饭的一大趋势是,预制菜逐渐在年轻人的餐桌上占据C位。随着不少“90后”加入家庭年夜饭的掌勺行列,一些主打创意和健康的预制菜在年夜饭餐桌上的地位愈加显著。

走进位于北京大兴区的盒马X会员店,预制菜专区摆满了琳琅满目的菜品,从传统的四喜丸子、梅菜扣肉到创意融合的佛跳墙、海鲜大咖,应有尽有。

除夕夜,每家每户的饭桌上都不少了一道“镇桌”硬菜。盒马即食部总经理宁强表示,春节期间,不少人会倾向于尝试一些“没吃过”的菜肴和新品。今年盒马专攻年夜饭餐桌上的硬菜大菜,比如含有整只帝王蟹、6只海参、6只鲍鱼的八珍帝王蟹海鲜汇,成为今年的招牌特色菜。还有来自云南的山珍海味菌子鸡火锅、来自川渝的渣渣牛肉火锅等,让大家可以品尝到全国各地的特色美食。

“简单热一下,过年的硬菜就有了,摆盘也很精致。”来自北京的消费者许子阳正在为除夕夜的团圆饭选购预制年菜。

叮咚买菜预制菜负责人欧厚喜表示,不少消费者选择预制菜,不仅因为其节省烹饪时间,更因在品质和健康上有了新的期待。除了提供可荤可素的地方特色大菜,叮咚买菜自有品牌蔡长青还在华东上架了片片烤鸭套餐,半只足量的烤鸭,搭配鸭饼、京葱丝、黄瓜条、鸭酱,再加上赠送的椒盐鸭架,让消费者足不出户

户复刻出在餐厅吃片皮烤鸭的体验。

“为了让消费者吃得放心,我们在研发阶段就尽可能减少额外添加,对调味品的选择也十分慎重。”宁强介绍,比如,八珍帝王蟹海鲜汇的金汤是用南瓜调出来的,山珍海味菌子鸡火锅则是通过加大黄牛肝菌的含量调制出金黄的汤底,并且尽可能通过物理方式萃取食材味道,减少调味。此外,还有山楂爆牛排、沙棘羊排、黄皮鸡煲等药食同源的滋补菜看上线,以满足消费者对年夜饭的健康需求。

“年菜”闪送到家

线上平台的推动为年夜饭添了一把火。美团餐饮团购相关负责人表示,平台已设置线上年夜饭预订专区,即日起到春节期间全程推广,帮助门店提升订单量。商户纷纷推出“年夜饭套餐”,在美团平台上线的“年夜饭”主题团购套餐同比增长超3倍,除了大家庭消费外,双人、3人至4人等小家庭套餐需求也比较旺盛。

除了堂食年夜饭,为满足消费者多样化的就餐需求,年夜饭外带、配送服务也逐渐兴起,美团平台开通相关服务的餐饮商户数同比增长220%。以南京大牌档为例,推出的3人至4人、5人至6人年夜饭外带套餐正在美团上预售,除了招牌盐水鸭之外,还有充满美好祝愿的新年年菜。一款原价为1008元的6人餐年夜饭,经过商家优惠和平台补助,到手656元,可以在除夕当天自取,也可通过平台预约配送到家。

美团数据显示,截至1月16日

“年夜饭预订”“年夜饭餐厅推荐”

相关搜索量月环比提升 **256%**

年夜饭线上预订量 **同比增长305%**

年夜饭外带、配送服务逐渐兴起,

美团平台开通相关服务的餐饮商户数

同比增长220%

人还在路上,“年菜”抢先到家。对年轻人来说,年夜饭要主打方便省事。为适应这一消费需求,不少平台和餐厅都推出“年菜先到家”的配送服务。

何平表示,针对想在家吃年夜饭的顾客,今年餐厅推出了“为年夜饭餐桌添道菜”活动,顾客购买富“甲”一方和年年有“鱼”两道菜品团购券后,既可以选择半成品自己回家做,也可以由餐厅烹饪好,通过外卖连锅一起送到消费者家中。

电商平台也在发力线上下单、线下配送。目前,叮咚买菜的年菜消费已进入爆发期,销量持续走高。酱鸭、卤猪头、炸素丸子、炸藕盒等,只需一键就能将超市的熟食卤味档口搬回家。盒马也持续为消费者提供“年菜到家”服务,30分钟送达。



图为丹江渔村大砂锅鱼头汤。(资料图片)



侗族群众在湖南省怀化市通道侗族自治县年货大集上展示“福”字。吴三东摄(中经视觉)

多维
场瞭望

当前,文化和旅游消费已成为服务消费的重要领域。更好满足人民美好生活新期待,应从供需两端发力,多维度协同促进培育文旅消费新增长点,进一步繁荣文化和旅游消费,推进文化产业和旅游业高质量发展。

丰富消费惠民举措。通过举办丰富的文化旅游惠民乐民活动,让文化和旅游产业的发展成果更加普及、更加普惠,为大众提供“触手可及”的文化和旅游消费活动,常态化延伸消费惠民,提升“平日经济”活跃度,增强群众的获得感、幸福感。通过非遗展示展演展销、欢乐冰雪旅游季等活动,扩大文旅消费覆盖面,以“文化+”形式盘活公共文化服务资源,拓展公共文化机构服务供给,有助于培育居民文化消费习惯,形成政府、市场、社会共同参与的公共文化服务格局。

满足不同年龄群体消费需求。随着生活水平不断提高,人们的消费需求变得更加多元,文旅消费群体更加细分,这意味着传统的均质化和稳定化市场正在向更加个性化和定制化服务需求转变。这就要求文旅产业在产品和服务的设计上更加注重各个群体独特的消费偏好和需求,深入了解每个细分市场,提供更加匹配的定制化产品和服务。如针对少儿、老年人、职工等重点群体挖掘消费潜能,进一步

优化亲子游乐服务、创新发展研学旅游、提升老年人文旅服务品质、释放职工消费潜力,激发重点潜在消费群体的消费活力。

扩大特色优质产品供给。一方面要扩大特色优质产品供给,重点在文化娱乐产品、特色旅游产品、时尚国潮产品等方面发力,涵盖电子竞技、游戏游艺、手工创意、运动健身、国潮文创等多个领域,加强文化和旅游相关领域深度融合,推动文化资源的价值转化;另一方面要着力培育消费场景,不仅提升现有存量空间,也需布局打造新型消费场景,还要发展夜间文旅经济,这是促进消费提质升级的重要路径,也是围绕当前消费特点及趋势对“Z世代”消费“主力军”消费诉求的具体呼应。

创新产业政策优化消费环境。在创新产业政策方面,增强财政金融支撑,扩大文旅有效投资,为文旅产业发展提供资金支持,增强企业抗风险能力,促进文旅项目健康发展。在优化消费环境方面,增强公共服务、入境旅游、市场秩序的提升和保障,对重点景区、文博场馆公共服务提出更高要求,对入境旅游在政策优化、产品供给、宣传推广、服务保障方面进一步完善,并强化旅游市场综合监管,提升应急处理能力等。通过全方位部署,增强游客整体旅游体验,提振大众出行意愿。

(作者系中国人民大学创意产业技术研究院副院长、文化品牌评测技术文化和旅游部重点实验室副主任)

宋洋洋

古城年节消费旺

本报记者 刘畅 中国县域经济报记者 戚原

作为我国最为重要的传统佳节之一,春节历来是居民消费的旺季。近日,四川省阆中市张灯结彩,独具特色的民俗活动相继举行,阆中古城林立的美食铺子里,张飞牛肉、保宁蒸馍、手工香醋等地方特产吸引着八方游客,红红的节日经济效应在浓厚的佳节氛围中充分彰显。

“来来来,牛肉免费品尝,买得越多优惠越多!”最近几天,四川张飞牛肉有限公司阆中古城景区体验店负责人蔡可忙坏了,要招呼店面的生意,要备足库存,还要陈列展品。“我们阆中古城从1月7日就拉开了过大年春节文化系列活动的大幕,这段时间客流量直线上升,古城体验店近一周每天的销售额都在3万元到4万元之间,比平常要多3倍以上。”蔡可说。

不久前,阆中市发布“2025阆中古城过大年春节文化系列活动”相关内容,活动从1月7日持续至2月13日。38天的活动时长显著延长了假日消费时间,辅以丰富多彩的节庆活动,吸引不少外地游客“寻春节之源,到阆中过年”。

阆中的“年”为何过得如此之长?这和当地与春节文化的渊源密不可分。阆中是春节

文化的发源地之一。西汉时期,阆中人落下闳主导编制了《太初历》,这部历法首次纳入了二十四节气,并正式确定以每年孟春正月朔日为一岁之始,从而确立了现代春节的时间。

“作为落下闳故里,四川阆中,至今还保留着‘亮花鞋’‘游百病’‘打扬尘’‘抢银水’等不少春节文化习俗。”四川省落下闳研究会会长、四川省落下闳研究中心副主任杨小平说。阆中推出的迎春系列活动形式丰富且注重传承。比如,2024年春节,阆中古城街巷推出了“张飞巡城”“秀才赶考”“绣球招亲”“道台拜年”等传统巡游活动,热烈的氛围让古城在去年的春节假日期间接待了56.14万名游客,2月14日的接待量更是超过11万人次,达到峰值。

以传统文化为“底”,在节假日期间拉长消费时间线,丰富假期营销活动,显然可以带来不低的热度。马蜂窝大数据1月9日显示,阆中古城凭借“中国春节文化之乡”的头衔在前一周的全国“春节旅游目的地”热度榜中冲进前五,热度上涨约160%。

有朋自远方来,自然要搭好迎客的“台面”,这几天的阆中古城“变装”了。由于古城

内保留了大量明清建筑,漫步在古街小巷中,可以感受到那份历久弥新的年味;面积大小不一的商铺贴满了春联、福字,挂上了红灯笼,吆喝售卖声不绝于耳;从古城小巷走进不远处的商业街,人气更足、氛围更热闹。

“这是我给店面新增的灯笼、旗帜等摆设,各种档次的保宁醋备货也十分充裕。”在礼拜寺街的保宁醋专卖店,店长赵君告诉记者,店铺去年同期日均销售额大约5000元,今年到阆中过年的人更多了,这两天店铺日均销售额已经涨到7000元至8000元。

“我市已累计投入20多亿元实施古城历史文化街区和历史建筑修复工程,投入近300万元对30多个文化院落进行提升改造,实现‘一店一招一特色,一家一院一文化’,以‘中国春节文化之乡’IP为核心,串联阆中古城、皮影戏、特色小吃等文化符号,构建起涵盖城市特征、人文体验、旅游业态的多维度品牌矩阵。”阆中市市长唐硕介绍,当地还将持续发布具有“阆中春节”元素的旅游产品、研学线路等,充分发掘传统文化的魅力,助力春节消费氛围持续浓厚。



非遗民俗表演队伍浩浩荡荡,在古城街道上一边行进一边表演,吸引了游客追着观看。王玉贵摄(中经视觉)

本版编辑 银晟美 编 倪梦婷