

2023我们再出发

□ 本报记者 李治国 李景

上海餐饮业复苏调查

春寒料峭中，一股暖流在餐饮行业流动洋溢。刚刚过去的元宵节延续了春节假期的“开门红”，各地餐饮、休闲、娱乐等消费场景持续火热，各大商场迎来如潮的市民游客，热门餐厅响起熟悉的叫号声，印证着2023年消费复苏的潜力和活力。餐厅生意的红火、消费活力的不断释放正提振着全行业的信心。餐饮行业是否迎来了全面复苏？未来该如何更加稳健地走下去？记者在上海餐饮市场满满的烟火气中探寻答案。

迈进2023年，随着元旦、春节、元宵节等节日的到来，上海餐饮业迎来久违的红火，老字号餐厅食位几乎天天订满，多家餐馆需要等位。按下复苏键的上海餐饮市场，如今呈现出什么样的态势？餐饮行业又出现了哪些新变化？答案就在热气腾腾的烟火气中。

V型复苏

市场是慢慢火热的。记者在走访中了解到，今年年初，部分上海市民对在公共场所就餐仍心存余悸，餐饮从业者也一度担心兔年春节市场遇冷。

“好在最近餐厅情况比较正常。”1月初，上海荷雨餐饮管理有限公司创始人何宇晴告诉记者，不少员工刚恢复健康，餐厅上座情况恢复到2019年的八成左右。此时的何宇晴还在担心春节市场的情况，并不知道接下来会如何。

其实，当时整个餐饮行业以及行业管理者都有同样的担心。以年夜饭市场为例，记者从上海市商务委了解到，今年市场走势与往年相比截然不同，上海年夜饭堂食预订于去年11月启动，一度出现包间难订、大堂仅有少量位子可订的情况，但受去年12月新冠病毒感染高峰等因素影响，年夜饭堂食退订量高达50%。

变化出现在元旦以后，沪上年夜饭堂食预订率快速提升，平均超过80%。V型复苏，满血归来，逐渐热闹起来的餐饮市场，让不少餐饮从业者长出了一口气。

春节前后，记者两度采访本邦菜老品牌绿波廊总经理陆亚明，他直说“没想到”。“今年的年夜饭预订情况基本恢复到了往年水平，尤其大年夜更是热门时段，几乎一桌难求。”1月13日，陆亚明直言，没想到年夜饭堂食在短期遭遇退订潮后能恢复如此迅速。

“春节期间，日均营业额创下历史新高，每天9点开始就有顾客来取号了。”1月28日，陆亚明告诉记者，春节期间的市场反弹让他有点始料未及。“消费市场复苏的威力，激发了餐厅上下的干劲，春节假期开始前，从一线员工到管理层悉数上岗，即便是要延期与家人团聚也毫无怨言。大家都热情高涨，铆足了劲儿要抓住这个时间窗口，全力做好餐饮服务。”陆亚明说。

这股热情也在餐饮行业中传递。和记小菜区域总经理杨海直言，“复苏比想象中更快”。“我们的每家店都排队，春节同期增长27%左右，创历史新高。”火锅

品牌左庭右院董事长郑坚说。

豫园文化饮食集团相关负责人介绍，节日期间，集团旗下南翔馒头店、上海德兴馆等知名餐饮老字号无论是午市还是晚市，每家门店都是一座难求。

作为上海“海拔”最高的餐厅，配合新年登高等主题，J酒店上海中心的粤餐厅和淮扬餐厅大受欢迎。“今年客源明显更丰富，数量也显著提升。”上海锦江杰酒店管理有限公司董事总经理夏力表示，J酒店春节期间的良好业绩预示着锦江集团餐饮业的整体复苏。

上海市中心的餐饮名店实现“开门红”，沪郊金山山阳金山嘴海鲜一条街上的餐饮小店同样火爆。成立于1987年的天桥饭店是这里最早一批开办的饭店，去年底曾暂停营业20多天，如今重新营业了。80岁的老店主陆奇龙说，春节假期生意很不错，中午会有十几桌顾客，晚上也有十几桌预订。节日期间，在天桥饭店隔壁的美食海棠糕和海鲜萝卜丝饼摊位前，等候的队伍一直不断，店主沈桂蓉阿姨笑着说，“一年忙到头，忙着也开心”。

据消费市场大数据实验室(上海)监测显示，今年春节假期期间(1月20日至26日)，上海市餐饮业消费金额达41亿元，比去年农历同期增长4.9%。美团数据显示，春节假期前6天，全国多人堂食套餐订单量同比增长53%；其中，上海堂食消费最旺，订单量同比增长240%。这个春节，餐饮业迎来了自己的“春天”。

新意盎然

北京时间1月13日18时26分，从伊斯坦布尔直飞上海的土耳其航空TK026航班，缓缓降落在上海浦东国际机场。这是1月8日国际客运航班相关管控措施取消后，浦东机场恢复的首条因疫情原因暂停的外航国际客运航线。土耳其最大的餐饮集团TFI首席执行官、汉堡王中国董事会主席可汗就在这架飞机上。

“时隔3年，重返中国市场，我亲眼见到了中国市场的复苏活力，中国市场不可替代。”可汗来到中国后，马不停蹄地考察了上海、杭州等地，感受到了中国新春消费市场的阵阵暖意。

“我知道很快就会迎来中国的春节假期，但我不想再等了。”可汗表示，汉堡王已在中国约150个城市开设了约1400家餐厅，接下来，更多的汉堡王餐厅将陆续在中国各大城市开设。“很快我们会恢复到疫情前的开店速度，每年至少要新开200家门店。”

外资连锁看好餐饮市场，百年老店同样不甘落后。148岁的上海老饭店(上海豫园店)经历了近1年的闭店装修后，在春节前焕新回归。上海老饭店品牌总经理龚大军告诉记者，此次调整改造后，老饭店焕发青春。春节期间，一楼迎宾区的大门几乎没有合上过，许多顾客从上海地铁豫园站一出来就直奔这家老字号名店，慕名品尝他们的“非遗十二道”名菜。

“我持续看好2023年的餐饮复苏。”郑坚认为，如今的消费升级，对品质餐饮来说是个大机会。如何捕捉大机

商务部数据显示

今年春节期间，全国重点零售和餐饮企业销售额

▲ 比去年农历同期增长6.8%

顾客在春风秋月楼上海豫园店门口排队购买素菜包。

黄莉明摄

会？记者走访上海餐饮市场，发现一个明显趋势，无论什么品牌类型的餐饮企业，都认为春节前后这波销售高潮将带动后市复苏，餐饮业向好的内外部环境已经形成，行业信心得到重塑，必须立足现在，不断推陈出新。

说到创新，火爆的预制菜是绕不开的话题。2023年新年第一周，年夜饭预制菜市场就迎来首轮高峰。在线上，叮咚买菜平台的年夜饭相关菜品销量同比增长500%，主打家乡味道的传统宴席“八大碗”系列上线仅半个月，销量就突破10万份。在线下，杏花楼、新雅、上海老饭店、绿波廊等沪上多家老字号餐饮企业均表示，成套预制菜销售红火，最受欢迎的送货时间是农历腊月二十九、除夕和兔年正月初一，“一看就是在为团圆饭做准备”。

上海商情信息中心主任原立军表示，近几年预制菜被越来越多的消费者知晓和接纳，新的消费习惯已经形成。随着预制菜发展日趋成熟，老字号餐饮品牌推出的年夜饭预制菜已经成为市民餐桌上的热门选择。

上海餐饮烹饪行业协会副会长、盘点食品科技公司董事长伍俊峰认为，预制年菜能集中展现预制菜行业发展的新成果，“尤其是一些新菜肴，很适合通过预制菜的方式推出，这既是对消费需求捕捉，也是对生产技术的考验，更能看出整条餐饮供应链水平”。

“破圈”也是创新关键词之一。走访中记者发现，不少餐饮老字号品牌已经走出传统束缚，寻求跨界、拥抱数字经济，让海派美食既守得住经典，也能走向更广阔的市场。

你听说过“馒头就酒”吗？南翔馒头店联席总经理游玉敏说，今年春节，他们就把小笼馒头和酒“重组”，让馅芯中的熟醉蟹肉拥有一股独特的酒香，令人回味无穷。“这款熟醉蟹小笼馒头已成为堂食应季新品里的人气款商品，平均每天至少售出300只。”游玉敏说。

不过，老字号餐饮在跨界时，也生怕步子太大坏了名声。王家沙点心店总经理蔡宏杰告诉记者，叮咚买菜开始研发八宝饭时就找到了王家沙，他们对叮咚买菜从研发到生产端到产品端进行了多轮详细考察，评估认为其品控具有专业性，最后才谨慎作出首次跨界合作的决定。

小心翼翼的合作带来了大获成功的喜悦。王家沙与叮咚买菜联名推出的首款经典八宝饭——双色糯米豆沙八宝饭在全国范围内上架后，截至1月19日已售出25万份，成为平台销量最高的“爆款”八宝饭。

“这次合作让我们看到了数字经济的新机遇。”蔡宏杰表示，通过大数据预测，可以更加精准地控制生产、减少浪费。叮咚买菜预制菜负责人欧厚喜说，目前已与王家沙、上海老饭店、绿波廊等老字号品牌联手，帮助他们在年轻消费群体中“破圈”，推动沪上老字号品牌在全国开拓新市场。

暖在心头

市场暖意融融，企业劲头满满，在市场恢复的关键时期，政策的及时跟进也让餐饮企业底气更足。

1月30日，肯德基龙吟路店、星巴克湖滨路店、盒马邻里周园路店同时收到了一份“新春大礼包”——成为上海首批享受食品经营许可证便利化的企业。

“我们1月29日提出的申请，第二天就拿到了证照，门店开业时间比原计划提前了半个多月，为我们节省了很大一部分门店租金和人力成本。”盒马公共事务部负责人张文婷表示，这是他们到手速度最快的一张许可证。

“以往，开分店办理食品经营许可证一般要20个工作日。”上海星巴克咖啡经营有限公司政府事务部总监杨雯说，如今企业纳入“许可便利名录”后，只要做出相应承诺，就可简化申请材料、免于现场检查，1至3个工作日就能拿证，企业运营成本大大降低。

这一切得益于上海优化营商环境的新举措。农历新年伊始，上海市市场监管局推出“许可便利名录”动态管理，通过评审的上海连锁食品经营企业总部，在办理食品经营许可证时可以简化

消费市场大数据实验室(上海)监测显示

今年春节假期(2023年1月20日至26日)上海市餐饮业消费金额

41亿元

比去年同期增长4.9%

目前上海

连锁餐饮企业

178家

连锁超市便利店企业

超过20家

其中全国门店超过100家的餐饮企业总部有

45家

申请材料、免于现场检查、缩短审批时限，助力企业规模化发展。

这对于沪上餐饮连锁企业而言，是一大利好。数据显示，目前，上海全市有178家连锁餐饮企业，超20家连锁超市便利店企业，其中，全国门店超过100家的餐饮企业总部有45家。上海推出的新政策释放出支持餐饮连锁企业合理扩张的发展决心。

从“20天审批时间”压缩到“最快当天取证”，背后是刀刃向内的系统改革。上海市市场监管局食品经营安全监督管理处处长黄丽榕介绍，依托上海“一网通办”平台，目前门店的申请材料能被审批系统自动识别并接受，缩短审批环节，最大程度减少人工干预，用数字化手段提升政务服务效率。

“优化营商环境没有止境。”黄丽榕表示，今后还将与上海市商务委在早餐工程上展开探索，制定小型餐饮店经营管理规范，分门别类制作标准流程和模板，让更多小餐饮商家也能少跑路，享受更多便利化举措。

不只是监管部门在行动，随着人们积蓄3年的消费意愿开始集中释放，上海也亮出了一系列恢复和提振消费的举措。

记者注意到，兔年新春伊始，上海就推出了“优化营商环境6.0版”，提出195条任务举措。上海市市场监管局从市场准入退出方面入手，注重集成性和实效性，在法律允许的前提下，最大程度释放政策空间，为企业带来实实在在的便利。

优良的营商环境是吸引企业的法宝。在七宝古镇、携程美食林、饿了么共同打造的“兔如其来——‘吉祥七宝’新春美食汇”上，记者感受到了节日的热闹氛围。从沈大成、功德林、鲜得来、诸老等百年老字号，到北京冰糖葫芦、重庆酸辣粉、武汉热干面、长沙臭豆腐、天津狗不理等各地名小吃……一大波舌尖上的美味让人“吃不暇接”。

长沙臭豆腐摊主罗清华是湖南衡阳人，已在嘉兴安家的她，春节放弃了与丈夫、孩子团圆的机会，选择来摆摊。“机会难得，今年大家都出来玩了，这次他不仅参加了美食汇，还在七宝老街北大街盘下了一家店面重新开张，“因为我对未来有信心”。

“满街的烟火气，带来的是满满的信心和希望。”上海闵行区七宝古镇管委办党支部书记沈嘉倩一语道出了人们的心声。

凝聚合力谋复苏

李景

随着疫情防控进入新阶段，堂食、排档等线下餐饮营造的烟火气又充满大街小巷，尤其是今年春节，堂食聚餐需求得到集中释放，餐饮业一派欣欣向荣。

记者在采访中发现，服务员们回来了，而且是带着信心坚定回归。不少人主动放弃过年，自愿加班，更有人预判到餐饮业复苏前景，专程返乡返岗，加入春节餐饮服务行列。这种劳动力要素的流动趋势，清晰地揭示出当前的市场逻辑，即餐饮需求正稳步回升。

对需求端而言，疫情影响因素的减弱，势必会带来线下餐饮需求的回归。这种自然形成的反弹态势对于已经弱态盘整了3年的餐饮业来讲，仍有很大的提升空间。客流量能否持续稳定甚至重回巅峰，仍需多方共同努力。在供给端，各方参与主体要形成合力，配合需求回暖，多措并举进一步放大需求、刺激需求，把失去的时间找回来，把更大的市场做出来。

在营商环境方面，各地仍需积极开动脑筋，营造有利于餐饮企业吸引人气的外部环境。例如，相关部门要进一步落实国家与地方的相关政策，针对恢复期企业的实际困难，继续分阶段地缓缴

五险一金和税款，扩大房屋租金减免优惠范围，及时发放援企稳岗补贴等，为企业减费让利，为餐饮企业卸包袱、添活力。同时，各地也要主动作为，携手行业协会、餐饮企业举办各种美食节、购物活动，通过发放专项餐饮消费券等为餐饮业汇聚人气。

在市场主体方面，要加大力度优化服务供给，用更好更丰富的餐饮品质吸引消费者。当前，消费者越来越高的餐饮需求与优质供给不足之间的矛盾还比较突出。优质供给是多元化的，因此餐饮企业要不断创新，比如推出跨界合作的创意菜品，研发符合现代健康理念的新式菜肴，创造满足“懒人经济”“小家庭消费”的特别套餐等，给消费者不断带来新鲜体验；优质供给也是便利化的，餐饮企业要进一步实施数字化转型，在门店系统、客户服务等方面提升管理水平，为消费者提供便利的线上线下服务体验，提升门店运营效率。

当前，餐饮业复苏渐有起色，参与各方更要抓住行业反弹的窗口机遇，趁热打铁凝聚合力，携起手来相互配合，为后续餐饮市场持续向好打下基础。

调查手记

上海豫园老字号宁波汤圆店在兔年新春推出“兔子大福”点心。

新华社记者 刘颖摄

