

“五一”餐饮消费生意经

本报记者 黎竹 刘旺 北京报道

今年“五一”假期，居民消费热情高涨，消费市场保持较快增长。其中，餐饮业迎来了新一轮高峰。

据商务部5月3日消息，餐饮休闲消费持续火热，重点餐饮企业销

“一桌难求”排长队

据了解，节前多家餐厅的包间预订一空。

“才下午四点，我打电话过去，不是忙得没人接听就是说‘满座了’，没有提前预订，找个吃饭的地儿太难了”，晓榕向记者表示。美团数据显示，“五一”假期中，全国餐饮消费规模较2019年增长92%，部分餐厅重现排队等位超过1000桌。而假期前，全国餐厅堂食线上订座量较2019年同期增长了205%。

据了解，节前老字号餐饮预订就已经很紧张了，多家餐厅的包间预订一空，大堂散席也只有少量余位。4月29日，有老字号商家向记者表示，

体验式“味蕾游”

据悉，到2025年，前门大街将不断推动老字号与非遗文化场景融合创新，形成“老字号+国潮”模式。

随着淄博烧烤出圈，“味蕾游”成为今年“五一”假期消费新趋势。美团数据显示，“美食”“度假”等假日消费出游相关的关键词搜索量，比2019年同时段增长超过300%。

浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任盘和林进一步指出，旅游消费市场正发生深刻变化，由观光型转换成体验型，想要留住游客的心，除了抓住游客的胃，还要抓住游客的体验感。

老字号餐饮本身具有“美食+文化”的双重功能，尤其像豫园、老门东、前门大街等打造的沉浸式体验区，将餐饮与旅游深度融合，赋

售额同比增长57.9%。《中国经营报》记者观察到，“五一”假期老字号餐饮品牌和特色餐饮品牌预订非常火爆，成为消费者旅游体验的重要部分。

业内专家表示，“味蕾游”在未来会持续盛行。Co-Found 智库秘

其名店雅间的预订已超过八成。

聚德华天的相关负责人告诉记者，公司旗下位于什刹海地区的烤肉季、老西安饭庄鼓楼店、护国寺小吃地安门店、峨嵋酒家地安门店等老字号，假期接待顾客超过一万人次。全家或是三五好友到老字号品节日菜肴，成为假期中不少消费者的选择，家宴热、旅游热将成为老字号今年假期的亮点。

此外，小龙虾、火锅、烧烤等品类由于能够满足人们“五一”的节日出游或朋友聚餐的需求，颇受年

予了游客深刻的体验感。

来自杭州的张女士告诉记者：“因为朋友推荐我沿着中轴线游览北京，加上有老字号美食的加持，所以前门大街是此次北京出游必打卡的体验地之一。”

张女士口中的前门大街，是老北京最热闹的地界之一，沿街东西两侧的北京坊、大栅栏、鲜鱼口，有30多家“京味”老字号门店。网络平台数据显示，随着北京中轴线申遗推进，今年1月以来，“中轴美食”相关搜索量较去年同期增长365%，探寻“中轴美食”成为社交新趋势。

在前门大街，有一家老字号全

书长张新原表示，伴随各种著名景区共生的老字号特色餐饮，在发扬传统经典的基础上推陈出新，结合时尚、科技和国潮等多种元素推出具有创新特色的新品类，让老字号



广州沙面结合当地特色，举办沙面啤酒音乐节。

本报资料室/图

轻人青睐。受走红的淄博烧烤影响，不仅实体店内人多，连零售平台盒马鲜生的烧烤类商品周环比增长都即将达到2.5倍。

据多位消费者反映，位于成都的吼堂老火锅在“五一”期间，创造了单日最高近3000桌、翻台9轮的

在新时代重新焕发生机，吸引大量游客和消费者光顾。此外，当地特色餐饮品牌向“城市网红”靠拢，形成了一种“旅游+特色餐饮”高端化的发展趋势。

经营纪录。一家小龙虾店老板告诉记者，这些特色餐饮都具有鲜明的社交属性，自己看好小龙虾品类的发展势头，未来计划开更多的店。

“随着消费信心的恢复，今年的餐饮业将呈现持续向好发展态势。”中国食品产业分析师朱丹蓬表示。

艺术活动、体育赛事等。”前门大街相关负责人表示。

朱丹蓬认为，“味蕾游”其实是餐饮细分赛道的一个具体表现，体验各个地方特色美食已成为消费者的旅游必选项，就是把美食与旅游、地方文化合并在一起了。打造城市特色餐饮就是打造城市名片，也是老字号借力焕新的好机会。

盘和林则认为，在推动线下消费时，政府要把精力和资金投入 to 改善消费体验、营造诚实守信的消费环境上，打造旅游口碑，让老百姓愿意消费、敢于消费。城市也要改善就业环境，提高对中小微企业的包容性。

连续七年双位数增长 五粮液再跨百亿台阶

稳字当头、稳中求进，一个稳字，是对五粮液过去几年发展路径的最贴合的诠释。

4月28日，五粮液(000858.SZ)交出了2022年的业绩答卷。2022年度，五粮液实现营业收入739.69亿元，同比增长11.72%，营收跨上700亿元台阶。归母净利润266.91

多项核心数据稳步提升

回顾2020~2022年，五粮液营收分别为573.21亿元、662.09亿元和739.69亿元。每年都会跨上一个百亿新台阶，“百亿三连跳”，无疑是一个现象级的增长情况。这“三连跳”的起点是500亿元的营收体量。

跨上700亿元营收的台阶，五粮液的发展进入了又一个新阶段，伴随着营收规模的扩大，其他核心数据也在稳步提升。

2022年，五粮液归母净利润266.91亿元，同比增长14.17%。2023年第一季度，实现营业收入

亿元，同比增长14.17%。

短期来看，这样的业绩表现可谓亮眼，2022年，五粮液酒类产品毛利率为81.88%，创其历史新高。此外，肉眼可见的是，五粮液的产品结构正在持续优化，持续把高质量发展成果转变为高品质生活。在这过程中，五粮液推出个性化、

311.39亿元，同比增长13.03%；归母净利润125.42亿元，同比增长15.89%。

而净利润稳步增长，对于酒企来说，无疑代表着强劲的盈利能力和发展潜力，另一方面也代表着公司在竞争中取得了更好的市场占有率和优势地位。

这在另一项数据中也有所表现，年报显示，2022年，五粮液酒类产品毛利率达到了81.88%，创其历史新高，增长1.59个百分点。

五粮液公布了2022年利润分配方案，每10股派37.82元(含税)，

高价值文化酒产品，五粮液浓香公司坚持“三性一度”“三个聚焦”和大单品打造战略，产品体系持续优化，全年开瓶扫码同比实现两位数以上增长。

将时间线拉长，在过去三年，五粮液的营收以每年百亿元的数量增长，每年跨上一个百亿台



现金分红总额为146.80亿元，分红比例为55.00%。

数据显示，五粮液连续三年现金分红超100亿元。近八年来，

阶。可以说，五粮液以良好的业绩表现，诠释了龙头企业的经营韧性。

另外，连续七年，五粮液的营收和净利润均保持双位数的稳健增长，这足以证明五粮液长远的企业战略、强大的品牌优势和竞争力。

五粮液分红率维持在50%左右。据统计，自1998年上市至今，公司累计实施21次现金分红共计760亿元。

产品、研发、渠道、品牌多轮并驱

实际上，五粮液的业绩情况，与其产品结构持续优化不无关系。2022年，五粮液共清理12个品牌，并优化八代五粮液和低度五粮液包装设计，上新和美中国、五福熊猫、兔年生肖酒等多款文化酒。此外，五粮液香酒坚持“三大聚焦”，五粮春、五粮醇、五粮特头曲、尖庄等全国性战略大单品和区域性重点品牌影响力持续增强。

在产品的背后，是五粮液持续进行的研发投入，用现代科技解码传统工艺，更好地赋能产品品质。2022年，五粮液研发费用投入2.36亿元，同比增长32.90%。五粮液新建成中国白酒风味科学研究中心、中国白酒酿酒专用粮工程技术研究中心。

与此同时，五粮液技术攻关取

得重大突破，首次在国际上发现并公布3株浓香型白酒典型微生物菌株；在国际上首次公布第八代五粮液风味指纹图谱，发现约3000种化合物；多项成果达到国际领先水平，浓香型白酒老窖泥新菌种研究等4项成果作为中国白酒重大科技成果隆重发布，引领中国白酒行业高质量发展。

此外，五粮液营销变革也在纵深推进。2022年，五粮液实施“总部抓总、大区主战”营销策略，21个营销战区调整为26个营销大区，新增专卖店近百家。

伴随着产品、研发和营销方面的持续发展，五粮液的品牌价值得以进一步提升。根据围绕“十四五”发展目标，公司提出以生态为

底色、品质为核心、文化为支撑，数字为动能、阳光为保障，全力打造“生态、品质、文化、数字、阳光”五位一体的持续稳健、高质量发展的五粮液，坚持守正创新、文化铸魂，持续加强文化建设，赋能品牌。

2022年《中国500最具价值品牌》中，五粮液以3646.19亿元人民币的品牌价值荣登榜单第16位，品牌价值较上年增长393.03亿元，以12.08%的品牌价值增幅连续5年实现两位数增长。

而在《Brand Finance 2023年全球品牌价值500强》榜单中，五粮液以302.9亿美元的品牌价值位列榜单第59位，品牌强度评级(Brand Rating)达到AAA+（全球最高级别）。

社会责任方面，五粮液发布了《2022年度环境、社会及公司治理(ESG)报告》，详细披露五粮液2022年度在环境、社会、公司治理以及经营等领域的实践和绩效，既符合国内监管要求又回应国际关切。其ESG报告中专门设置“长江流域源头保护”专题，对国际普遍关注的绿色、低碳、可持续发展问题提出企业主张。

2022年，五粮液坚持以稳健发展为中心，筑牢可持续发展基础；坚持以守正创新为根本，增添可持续发展活力；坚持以文化建设为内核，厚植可持续发展优势；坚持以绿色低碳为支点，绘就可持续发展底色；坚持以公益慈善为责任，增强可持续发展动能。

如何递交特色名片？

对于商家来说，如何把这波“流量”转为“留量”是一道待考题。

“五一”期间，各个城市热门景区附近的餐饮店前人头攒动。平台数据显示，重庆、长沙、苏州、南京四个城市的烧烤类商品销售周环比增幅超过350%。

然而，对于商家来说，如何把这波“流量”转换为“留量”，把“网红”变“长红”，是一道待考题。

朱丹蓬指出，很多餐饮商家针对此前就餐困难、门店拥挤甚至食材不足的问题，在本次假期准备了充足的原材料，同时在人员调配、菜色上新、礼盒升级等方面下功夫，而这些也是对统一供应链建设的考验。

聚德华天方面告诉记者，虽然老字号餐厅人气旺，但其同时也准备了充足的“伴手礼式”美食、镇店名菜和提前尝鲜的夏季菜。比如“南宛北季”的烤肉宛、烤肉季国家级非遗“武吃自烤”烤肉；像菜团子、椒盐虾、大列巴和罐焖牛肉这类特色菜，还在外卖窗口加大了供应量，西餐老字号的大地西餐厅，店里的外卖销量也再创新高。

除了传统护国寺小吃的十三绝礼盒，聚德华天也在速食伴手礼方面有所扩充。据老西安饭庄连锁店总经理白穆沙透露：“我们店里准备了便于携带和保存的盒装腊牛肉，同时在店里还备下了泡馍、羊肉串、甑糕等组合的快捷套餐。”

经记者了解，除老字号外，海底捞等头部火锅品牌，以及半重山、朱光玉等网红火锅品牌也迎来客流新增长。

海底捞相关负责人指出，“今年‘五一’期间的餐位预订提前一周就开始了，预订高峰也较往年提前。”

据悉，海底捞景点门店预订尤为火爆，为了尽可能满足顾客用餐需求，部分门店开启“晚市多轮预订”模式。面对热门城市可预见性的需求增长，在北京、上海、杭州、成都等热门旅游城市门店的备货量较平时翻倍增加。此外，还推出了5大品类的9款春夏新品，并举办线下快闪活动，以高颜值打卡点和趣味十足的互动方式展示新品。

海底捞相关负责人指出，“我们希望通过持续打造爆款产品和多样消费场景等方式，为餐饮消费市场注入活力和动力。”

此外，多位专家指出，当下出现了“美味小城游客多”的消费新现象。

特色美食是传递城市形象的名片，能够带动城市经济的发展；相关行业、协会和政府的多方助力亦能够促进餐饮消费。广东作为美食大省，拥有众多热门餐饮消费城市。据美团数据，淄博、汕头、潮州等小城住宿预订量与往年相比增幅显著，以潮汕为例，五一期间住宿预订量较2019年同期上涨1200%。

据记者了解，广州多家百货商场在广交会期间全面升级“广式服务”措施，推出广州点心、广式腊味、鸡仔饼、鸡蛋卷等广府手信。据消费者反映，“早上六点半现场取号，下午一点半才吃上，”而这种情况在非节假日也会遇到。

此外，据武汉餐饮业协会调研数据，“五一”假期，武汉仅小龙虾就“撮”了超300吨。而“五一”前夕，武汉餐饮业协会已经联合美团、抖音、饿了么等线上平台，启动了武汉小龙虾美食节活动。

继续保持双位数增长目标

年报中，五粮液披露了2023年的发展目标，经营上，五粮液的目标是营业总收入继续保持两位数的稳健增长。从行业格局和趋势上看，五粮液的新目标有一定的发展土壤。从宏观经济看，我国经济韧性强、潜力大、活力足的特点未改变，支撑实现高质量发展的条件未改变，特别是2023年各级政府部门都把恢复和扩大消费摆在优先位置，多渠道增加城乡居民收入，将加快推动消费复苏。

从白酒行业看，增长是长期性趋势，产业结构性繁荣加快演进，加速向优势品牌、优势企业、优势产区集中，整体效益进一步提升；随着消费复苏，白酒产业正迎来新一轮战略机遇。

从政策机遇看，国家相关部门印发了扩大内需战略规划纲要，扩大内需上升为国家战略，白酒消费潜力仍然巨大；四川省把发展特色优势产业和战略性新兴产业作为主攻方向，大力实施优势产业提质增效计划；宜宾市支持五粮液助力打造世界优质白酒产业集群，五粮液迎来多重战略机遇叠加。

拥有良好的发展环境的同时，五粮液自身也在持续发力。五粮液在年报中提到，2023年，公司将按照“讲政治、抓发展、惠民生、保安全、创一流”工作总思路，坚持“稳字当头、稳中求进、提质增效、多作贡献”，以“品质为基、文化铸魂、守正创新”为遵循，持续补短板固优，主动作为、拔节起势，实现质的有效提升和量的合理增长，进一步巩固和提升全国浓香型白酒龙头企业地位。

在这过程中，五粮液将坚持传统酿造工艺，着力提升名酒产量和品质。同时，立足“大国浓

香、和美五粮”品牌价值主张，加快推进中国白酒文化圣地和世界一流酒企门户型建设，积极争创“国家文物保护单位示范区”。持续参与多个高端平台，提升和美化文化节、玫瑰婚典、1218粉丝节等和美IP，加强重点市场城市地标建筑广告投放，做实区域性特色媒体传播，持续高位塑造品牌形象。

在产品端，持续完善主品牌“1+3”产品体系，加快推出经典20、经典30，统筹推进文化酒、封藏酒、陈年酒项目，持续丰富高价值产品资源；五粮液浓香酒要聚焦打造五粮春、五粮醇、五粮特头曲、尖庄大单品。

渠道上，基于“总部抓总、大区主战”，着力做好组织优化、绩效考核、督查督导、能力提升四项重点工作。按照“有进有退、不退不进”原则，大力开展渠道优化、精准有序开发企业直销客户。持续赋能渠道建设，实施形象升级、效益提升、客情维护三项工程；积极拓展创新渠道，加强内容电商布局和创新平台引流。

着力推进重点项目建设，确保10万吨生态酿酒一期2万吨、勾储酒库技改工程、智能包装仓储一体化项目一期、110千伏配电系统改造项目竣工。确保10万吨生态酿酒二期、制曲车间扩能项目、江北供水系统升级改造项目按进度加快建设。

“2023年，五粮液将坚持稳字当头、稳中求进、提质增效、多做贡献，坚持品质为基、文化铸魂、守正创新，在经济社会发展大局中挑大梁、走在前、树标杆，实现质的有效提升和量的合理增长，加快迈向世界500强，奋力谱写中国式现代化五粮液篇章。”五粮液方面提到。