

# 反弹中的餐饮业：有的排队1小时，有的闭店回家过年

餐饮业的“烟火气”一点点回来了。

12月24日-25日，是餐饮防疫措施调整后，北京餐饮业迎来的首个周末。恰逢圣诞节，许多人来了一场久违地外出聚餐。

12月19日，北京宣布恢复餐饮堂食。随即，各大商场开启迎客模式。20日起，合生汇、龙湖天街、万达广场等购物中心相继表示，商场内餐饮堂食不再查验核酸阴性证明。

堂食核酸限制取消了，第一波“阳康”出动了。12月23日开始，“北京(路上)又恢复堵车了，而且一天比一天堵”，这话出自最熟悉北京路况的出租车司机。

北京餐饮业和路况一样快速回暖，一天一个样。刚刚过去的这个周末，人们约上朋友、带上家人，出门感受圣诞的节日气氛，找个饭馆“搓一顿”。

12月23日-25日，深燃实地探访了北京的多种餐饮业态，试图还原北京全面恢复堂食后的首个周末，餐饮业不同类型、规模、位置的回暖现状：

商场连锁餐饮的恢复速度明显快于街边独立餐饮、写字楼附近的餐饮；以年轻客群为消费主力的餐饮品牌，比老牌餐饮人气更旺；

商场里，地下一、二层的餐饮，尤其是小吃快餐、特色餐饮，生意可以用火爆来形容，客流是楼上高层餐饮加起来的几倍之多；

茶饮咖啡甜品小吃、火锅烧烤烤鱼，生意好于其他品类，到用餐高峰时段基本都有排队现象；正餐的头部效应尤为明显，大型连锁品牌店的上座率多在七八成以上。

北京多位餐饮店负责人表示，和过去一个月相比，恢复状况一天比一天好，客流一周比一周多。回想起既往三年疫情影响下的多轮堂食暂停，他们相信这一次，餐饮业正在走向复苏。

广州、上海的餐饮业，也迎来消费小高峰。郑州、广州、重庆、成都等地陆续调整防疫措施，助力餐饮业重生烟火气。

有些餐饮老板松了一口气，准备大干一场，更多人行十来年的餐饮人却异常冷静。近三年里，看着大量街边店相继消失，商场里到现在仍有大批店铺空置，他们认为，现在谈餐饮大复苏还言之过早，餐饮业还需通过黎明前的最后一轮考验。

商场餐饮首先复苏，小吃奶茶甜品领跑。12月24日，多位北京出租车司机一致的感受是，景点开始有人了，饭点打车去商场的人明显多了。25日，在午晚餐时段，多个热门商圈的路口出现了堵车现象。

在餐饮防控政策调整后的首个周末，加上圣诞节的加持，北京购物中心的餐饮业首先破冰。

人气颇高的商场，餐饮业也更快回暖。有媒体报道，24日当天，朝阳合生汇单日客流量超10万，恢复到2022年夏天的客流水平；大兴西红门荟聚客流量超10万，恢复到2019年同期的九成；顺义中粮·祥云小镇的客流环比上周六翻倍；西城西单大悦城的客流比前一天翻倍增长。

赶在用餐高峰时段，深燃探访了合生汇、荟聚、龙湖天街等多个商业中心。当开车进地库需要等候，商场里的女卫生间开始排队、许多“网红”餐饮店门前坐满了拿号等位的顾客时，能感受到，北京餐饮业的这轮复苏，有着开门红的景象。

前往商场的人们，许多直奔餐饮店，还有一些人激动地拍照打卡，记录回归的烟火气和圣诞的节日气氛。

同一座商场不同品类的餐饮店，正上演着“冰火两重天”。低层的小吃快餐、奶茶甜品，普遍比高层的正餐，人气更旺；重口味的火锅、烧烤、烤鱼，比日料、粤菜，生意更好。

中午12时左右，合生汇地下的21街区内已经烟火气十足。地方小吃、甜品奶茶颇受欢迎，许多摊位前挤满了等候取餐的客人。

据深燃观察，很多是年轻人带着三两好友或是一家几口，手里捧着美食，边“逛”边“吃”。几位正在排队的顾客对深燃说，“阳过了，没阳的不敢出门”。有的顾客说，“大病初愈，就想吃点重口味的”，还有的是带孩子出来解解馋。

小吃快餐店里很快就坐满了人，像和府捞面、张拉拉牛肉面，即便不是用餐时间，也有接近一半的上座率。

从合生汇、亦庄龙湖的低层往高层走，会有一种割裂感。连锁品牌的火锅、烤鱼店里忙得不亦乐乎，店外的等位区都很火爆。但客单价更高的高端餐饮就冷清很多，例如

淮扬菜、粤菜的上座率只有三成左右。

不到3公里外的北京SKP也是如此。虽然爱马仕、香奈儿等奢侈品店内已经迎来了排队人潮，但高层的高端餐饮区，只有穿行的保安和服务员，店内上座率仅有一两成。

午餐和晚餐后，购物中心的客流陆续涌入茶饮店、咖啡店。星巴克、喜茶、奈雪、Seesaw咖啡的店里，很难找到空位。深燃发现，更多人把这里当成见面聊天、感受城市新气象的地方。

不止一位餐饮店的相关负责人提到，年轻人最先回来，小孩回流的速度比预想中快，不过，老年人、中年人的确少了很多。

亲子项目聚集的西红门荟聚商场，近几日的人气回升速度，超过很多餐饮店老板的预期。12月初恢复营业后，这里的客流是2014年开业以来的最低值。到23日时，北京荟聚总经理对媒体表示，“(客流恢复)最好的时候达到了80%。”

24日18时，荟聚再现排队用餐的场景，连锁品牌的火锅、烤肉、川菜，不但店内没有空位，门前的等位座椅也全部坐满，等位时间平均超过1小时。许多顾客嘟囔着，“没想到会有这么多人”，“怎么刚到6点就找不到地方吃饭了”。

一位忙个不停的烘焙店负责人说，因为低估了客流、备货不足，外卖接不过来也停止接单了。

餐饮业的烟火气正在商业中心徐徐升腾。而不同于连锁品牌，在室外零下7度的北京街头，独立餐饮店、写字楼附近的餐饮店，还在等待回暖。

即便是市区中心、商圈附近的独立餐饮店，堂食恢复情况也不理想。个别小吃快餐店，还不时有客人光顾，许多正餐店是门可罗雀，甚至闭店锁门的状态。

与富力广场一街之隔、距离不到三百米的一家中餐馆，门上贴着大大的字，“全天营业”，走进一看，店内只有少数服务员。老板说，12月初，堂食受限的时候，还有一些外卖订单能支撑生意，自从19日以来，堂食恢复，外卖订单明显变少，店里只有零星的老客人光顾。

客流是一方面，复工复产的节奏也有差异。不同于连锁品牌早早备货、组织人员重新迎接堂食，多家独立餐饮店的准备明显不足，有的员工到岗率只有一两成。

24日，双井街边一家火锅店仓促营业，门上“暂停营业”的告示还没揭下来。相关负责人说，部分员工已经回家过年了，还有的员工因为身体没完全恢复，暂时无法上岗，就算客人大批回流，也实在忙不过来。

不止一位街边餐饮店老板，把春节前一个月当成过渡期，“先把招牌亮起来，告诉客人可以来我们这堂食了”，不过，因为人手不够，预判客人不多，就取消了一部分菜品、备货按照平时堂食五分之一的量来准备，近几天，实际到店的客人还不足平日的一成。

不过，同样是在街边，正餐的头部品牌效应尤为明显。

两家海底捞社区店的工作人员说道，12月24日、25日这个周末，从中午12点到晚上，等位没停过，晚上8点需要等位一小时以上。海底捞方面表示，截至23日，北京部分门店客流量较上周同期，增长五成左右；广州部分社区类门店，近一周客流量增长近20%。

对于苦熬在写字楼附近、园区里的餐饮店而言，被按下暂停键的时间更长一些。

12月23日的工作日，深燃探访了建外SOHO附近的餐饮店，感觉这里一派冷清，距离烟火气还很遥远。楼里的美食城关闭已久，街边的商铺大批空置。开业的基本是四大类，咖啡店、便利店、早餐店和少数快餐店。

一家开业中的快餐店老板说，外卖订单从上周起有一定回升，但本周工作日，堂食的客人一天只有零星几个，现在还赚不回房租，天天盼着楼里的公司快快复工。另一位餐饮店的老板打算看看下周的情况，如果不见恢复，打算提前关店，回家过年。

有的迎来转机，有的歇到春节。经历疫情三年，餐饮业的复苏脚步必然不是同步的，重振之路也不会一蹴而就。

复苏快慢与门店选址相关，更取决于品类和面向的人群。总的来看，刚需的、高频的、低价位的大众餐饮，最先回暖。

一位全国连锁牛肉面品牌的创始人告诉深燃，目前整体客流恢复到了疫情之前的六到七成。

而对酒馆业态而言，现在谈复苏还太



早。北京、武汉的多家酒馆负责人均对深燃说，恢复堂食后，酒馆生意基本还是停滞状态。北京一家精酿酒馆的老板判断，线下饮酒的需求会先回流到酒吧，精酿酒馆的生意复苏至少要等到2023年春天。

快餐连锁品牌米国煲仔饭的创始人李柏稼判断，以聚餐为主的大型中餐馆、酒楼，恢复速度偏慢，甚至大酒楼会成为上一个时代的产物，被新的餐饮形式所替代。

餐饮复苏，还取决于一座城市里人们的消费意愿和消费能力。

堂食解封后，西贝门店业绩相较疫情当中有明显提升，但整体业绩不及往年同期，由于部分地区消费者仍对疫情有较大顾虑，故整体客流仍较为稀少。

不止一位餐饮从业者提到，北京是这次国内餐饮业首轮恢复的城市，紧接着是广州、上海。目前来看，一线城市的恢复状态要好于二三线及低线城市。

位于上海、广深地区的连锁咖啡品牌“本来不该有”的创始人对深燃表示，因为部分员工无法上岗，门店正在经历短暂的闭店阶段，目前是每个月恢复营业30-50家，现已开业接近300家。“咖啡对于一些人是刚需饮品，恢复速度相对较快，预计2023年开春会恢复正常。”

陈初是湖北地区一家连锁餐饮品牌的负责人，目前，品牌在武汉的门店有一半营业，湖北其他城市的多已正常营业，目前整体客流恢复了三分之一。陈初管理的品牌属于早餐快餐类别，需求刚性，恢复得较快，“很多正餐店因为团年夜饭预售情况不好，已经准备年后开业了”。

武汉的餐饮从业者林心了解到的情况也是如此，目前，武汉有一半餐饮店还没有复工，复工门店的销售额恢复了三成左右，大量餐饮店直接放假，等过完年再复工。而她的餐饮店中只有一家中餐店正常营业，“主要是为了维系客户关系，尽量养活几个员工”。

和一些同行交流后，河南郑州的餐饮从业者王洋得知，近期，当地餐饮业复工情况普遍不好，顾客回流的情况非常不乐观。现阶段，谈不上恢复，最多就是小吃店和一些刚需品类开始有顾客了，更多餐饮店还是闭店状态。

一位乌鲁木齐的老餐饮人说，乌鲁木齐的堂食政策调整后，有过短暂的餐饮消费热潮，随即客流下降，据他预估，目前整体只恢复到了原来的三成左右。

疫情三年，改变了什么，留下了什么？尽管复苏的速度有快有慢，但整体趋势还是向好的。

国家统计局数据显示，今年1-10月份，餐饮收入同比下降5%。每年从12月圣诞节到第二年元宵节，是餐饮消费的黄金周期之一，餐饮防控措施在这个当口大幅调整，无疑振奋了不少从业者的信心。“餐饮人的春天要来了”，“抢人、抢粮、抢地盘”的声音此起彼伏。

经历疫情三年的冲击，商场、社区、写字楼里出现了大量空置商铺，行业留出了一定的市场空白，一副百废待兴的景象。有数据显示，从2020年到2022年，中国餐饮净减少了200万家店。

但真正有信心、有能力抢人抢地盘的，往往是背后有资本驱动、连锁型的餐饮。百联咨询创始人庄帅判断，餐饮及相关的投资将火热，坚持做直营的品牌越来越少，加盟再次占据主导。过去一个月，喜茶和虎头局等品牌相继宣布开放加盟。

新创业者会优先以加盟方式入局，低成

本的餐饮加盟更符合当前市场。谈及一些过去要三五十万、现在只要5万甚至更少加盟费的餐饮品牌，李柏稼认为，新入场者愿意一搏，许多人已经摩拳擦掌、准备大干一场。

而更多艰难熬过三年的资深餐饮人却集体冷静。一位从业十几年的餐饮人看到各地政策松动的消息后，给管理层下达了命令：“2023年第一季度，死握现金流，先撑过去再看情况。”王洋从餐饮同行中感受到的悲观情绪居多，少数派认为过完春节后会慢慢恢复，还有许多餐饮老板没有精力抬起头、向前看，正在贷款、卖车卖房，想办法筹钱为品牌“续命”。

疫情三年，林心的餐饮店从20家砍到只剩3家。陈初管理的品牌一年时间缩减了100家左右。剩下的店还在经历生死考验，就算看着心仪的商铺空出来、租金下调，他们也不敢拿下。多位北京商场里的连锁餐饮品牌负责人，心里也在打鼓：目前有部分是“压抑”一个月后的报复性消费，圣诞节元旦过后，客流会不会回落？春节之前会不会有传染高峰期？

西贝方面表示，在目前这一阶段，餐饮行业还需渡过最后艰难的100天。在北京地区西贝部分门店堂食业绩只有高峰时期的一半左右，类似情况在上海、广州等一线城市也同样存在。西贝继续重视外卖和线上零售食品销售，例如，上海门店外卖业绩普遍上涨20%以上，带动了门店销售额，部分门店成为月万单店。

中小品牌的餐饮从业者，更是不敢放松片刻。在堂食全面恢复后，李柏稼继续坚持线上直播卖货，做线上团购、私域引流，并寻找更多新渠道。

疫情三年对餐饮的改变是深刻的。庄帅总结，大部分餐饮都在加大外卖业务的投入、零售产品的开发，数字化管理加速，更重视现金储备和利润率。餐饮在快速提升连锁化率，根据美团数据，中餐连锁化率从2019年的13.3%提升至2021年的18%。

从目前整体偏冷的市场情绪看，疫情给餐饮业上的最关键一课是，市场对餐饮的认知刷新了。它从过去的低门槛行业，成了公认的高风险行业。

最艰难的时刻即将过去，餐饮业有了回暖迹象，但更多从业者都在思考：经历疫情三年，餐饮消费习惯被改变了吗？什么样的餐饮能活得更好？美国餐饮业的恢复情况有一定参考价值。

美国前餐饮创业者孙邻家对深燃说，长期来看，疫情之后，消费者回到线下的消费习惯是没有障碍的，但也发生了一些改变，给餐饮业上了一课。

例如，头部效应非常明显，它们恢复得更快，且持续领跑。这里所说的“头部”包括品牌力强的，连锁化、供应链标准化做得好的，注重使用互联网工具的，以及注重口味、服务的餐饮店。而剩下的那些，正在加速被淘汰，“美国的洛杉矶这一年就倒闭了大量餐饮门店”。

着眼当下，疫情对餐饮的影响还将持续一段时间。新零售专家鲍跃忠的判断是，一季度恐怕很难带来正增长，二季度向好，三季度会更好，四季度迎来爆发。他给餐饮人的建议是，一季度谨慎对待，二、三季度逐步发力，四季度铆足了劲，可能会有不错的收获。

对于来年餐饮业的恢复节奏，多位餐饮人一致认为，趋势是向好的，但餐饮业还需经历一段缓冲期，真正的复苏恐怕要等到2023年下半年。