电话成热线、到店排长龙……中秋、国庆“双节”效应凸显

边逛边吃 “舌尖上的消费”火热

假日新生活

预订电话被打爆、提前两周满房、到店排长龙……全国多地餐饮市场这个假期上演一幕幕火爆场面,今年中秋、国庆“双节”叠加,大家假期休闲出游需求旺盛,全国餐饮消费也迎来高峰。

■ 主营本帮菜的上海“必吃榜”餐厅食客盈门 本报记者 **陈梦泽** 摄

团圆餐订单大增

到宁波吃海鲜、到宁夏吃滩羊肉、到苏州吃大闸蟹……美团、大众点评数据显示,9月29日—30日,上海团圆主题套餐订单量同比增长178%。中秋前后,各地的必吃美食火热“上新”,餐饮行业迎来最火“国庆档”。其中,鱼鲜、自助餐、火锅均是餐饮热门消费品类,堂食线上订单量同比增幅位居全国前列。

据上海必吃榜餐厅吉品小鲜营运总监朱杰介绍,从九月初开始,陆续有顾客通过大众点评提前预订中秋套餐,中秋当天的预订率超过80%,餐厅“一座难求”。

“这个假期店门口上午10点、下午4点就开始排队,一天可以接待100多桌,翻台4到5遍。”主营本帮菜的上海“必吃榜”餐厅晓平饭店老板唐懿宸表示,这几天店里游客占比超过五成,总体客流较往年增幅超过两成,估计整个“十一”黄金周生意都不错。

记者了解到,为了迎接双节餐饮高峰,不少餐馆在8月—9月就开始“备货”“备人”,并在餐馆服务方面提前做好准备。比如,海底捞在8月底就陆续招聘储备国庆假期的人手,一名店长表示,为了迎接双节到来,提前增加了6名兼职员工。

节假日,不少市民游客因“食”而动。围绕街区和商圈展开的“City Eat”正悄然成为年轻人假期出行新选择。据美团数据,临近中秋国庆假期,与“美食”相关的前十个热搜词中,超七成涉及商场、商圈,“步行街”“美食”,关键词搜索量同比增长近80%。其中,上海五角场与成都春熙路、深圳会展中心、深圳龙华、成都华阳、武汉江汉路等地的搜索量及订单量均位列全国前列,是中秋国庆“City Eat”最为火热的商圈。

美团数据显示,9月29日—10月2日,上海餐饮堂食订单量同比增长超90%,堂食餐饮消费热度TOP5商圈分别是五角场商圈、人民广场南京路商圈、陆家嘴商圈、徐家汇商圈、静安寺商圈。

味蕾游成为时尚

眼下,正值果蔬、水产上市旺季,不少餐饮商家在线上运营下足功夫。美团、大众点评数据显示,最近这段时间,上新“大闸蟹”“梭子蟹”等团购的餐饮门店数较去年同期增长140%,相关订单增长260%;上线“桂花”类团购新品的餐饮门店增长112%,桂花酒酿奶茶、桂花拿铁、桂花糕均是热销单品。

另外,今年假期餐饮消费还有一个特点是味蕾游成为不少人的新选择。

跟着味蕾出发,美食已经成为影响旅游决策的重要因素。中国旅游研究院此前发布的《2023中国美食旅游发展报告》显示,随着旅游空间从风景到场景的转变,美食在旅游目的地建设和发展体系中的地位越发凸显。浙江的“百县千碗”、湖南的“味道湖南·去湘当有味的地方”、安徽的“皖美好味道,百县名小吃”,广州亚洲美食节、青岛啤酒节、济南鲁菜美食节等美食活动都说明,美食已被纳入地方旅游发展的战略视野,成为促进旅游消费、推动旅游业高质量发展的新动能。

“味蕾游、沉浸游等新潮玩法持续走红,极大地丰富了市民出行体验。”美团研究院副院长厉基巍表示,今年以来,各地各部门从供给侧和需求侧两端发力,采取积极举措推动国内旅游市场复苏,激发了人们出游意愿,有效拉升旅游消费预期,提振旅游行业信心。同时,持续创新的文旅供给,也让更多人愿意走出家门拥抱诗和远方。

本报记者 **杨硕**

带你开启秋日赏味之旅

豫园老字号纷纷亮出新菜单新口味

中秋国庆假期带旺了消费者买买买、吃吃吃的热情。记者从豫园文化饮食集团了解到,像上海老饭店、绿波廊、南翔馒头店、上海德兴馆、春风松月楼、松鹤楼等餐饮老字号预订火爆,同期还推新品促活力,为消费者提供更多“舌尖上的美味之旅”。

当季新口味

位于福佑路上的百年老字号——上海老饭店是许多上海人阖家团聚的首选。为了让顾客能在假期品尝到具有秋季特色的本帮味道,节前他们一口气研发出十多道新品。

“这道白葱牛肝菌辣炒脆肠头,乍一看很重口味,但吃起来不会油腻,口感酥脆。”上海本帮菜肴传统烹饪技艺第五代非遗传承人罗玉麟说,这道秋季新品以深受老上海人欢迎的大肠为主角,做工讲究:大肠要先卤后炸,直至表面炸出一层金黄色脆皮,新鲜牛肝菌要切片后两面煎香,再与大肠一起爆炒出干香,闻起来就很有食欲。

同样选牛肝菌作为当季主打食材,绿波廊将牛肝菌与白松露酱、海虎虾球组合成一道“白松露肝菌虾球”,两种山珍与一种海味堪称一盘舌尖上的“三国演义”,别有风味。

擅长在馅心上大胆创新的南翔馒头店,这次推出一款“弹眼落睛”的新口味:香菜咸蛋黄小笼馒头,让原本作为配菜点缀的香菜当一回主角。

今年迎来140岁生日的中华老字号上海德兴馆继续深耕“上海老味道”。糟骨头蒸鲳鱼、秋耳爆蜇头等“怀旧”菜,是秋季菜单上的主角。

美食新玩法

为了更好地承接假期大客流,餐饮老字号除了在美食创新上动足脑筋以外,还推出了一系列新活动。春风松月楼与肯德基早餐联名的首家快闪店——K记松悦馆于9月28日亮相豫园商城外的旧校场集市。

店铺的整体设计参照了古时的包子铺,硕大的素菜包、蒸笼等造型元素十分吸睛,同时结合对当代年轻人生活压力大、讨厌急忙心态的洞察,围绕“得闲饮茶,不如得闲吃早”的主题打造整体视觉和联名新品:店名“松悦”既是春风松月楼的谐音,又寓意轻松愉悦。店内除了供应中西共创新品、经典招牌美食以外,还有专属联名文创产品,游客一来就能感受“松悦”氛围。

据透露,春风松月楼此前通过与肯德基早餐合作推出“菜包+咖啡”的早餐组合,找到了老字号连接年轻消费者的新方式,此次借中秋之机,双方进一步共创合作:联名款素菜包将在肯德基全国8000多家线下门店陆续上市,并特别邀请“春风松月楼净素菜包制作技艺”的非遗传承人崔晓菁在多个城市的线下餐厅内举办亲子非遗体验活动,面对面演绎非遗技艺、讲述文化故事,播撒守护非遗文化的种子,也让上海老字号的影响更深更广。

本报记者 **杨玉红**

乡村里的文艺范

着汉服看展制陶 提灯笼嬉游许愿

嘉定区首届『秦古国潮游园会』人气足

白墙黑瓦的徽派建筑、碧波摇曳的荷花池、精美雅致的瓷器陈设……这座置身其中仿佛“穿越”的园林就坐落在嘉定区上海秦古美术馆前。近日,首届“秦古国潮游园会”正在这里举办;同时上线的还有“瓷绘东方——名家瓷画作品邀请展”“千载一卷,只此青绿——《千里江山图》临摹作品展”。看到消息,女大学生小封特地换上汉服从闵行赶来,一圈兜下来觉得不虚此行:“原本只为拍照而来,但其实这里内容特别多,逛了一下午。”

傍晚,花园里游人如织。许多游客特地身着古装前来,也有不少人现场换上由主办方免费提供的汉服。游园活动分为茶艺体验区、祈福区、传统游艺区、集市区、瓷绘互动区五个区域。在这里,游客不仅可以买到精美的手工艺品,还可以体验射箭、投壶、制作灯笼、接对诗词等各种游戏项目。完成游戏任务即可收集印章,集满五枚能兑换精美的文创礼品!还在读小学的吴同学最喜欢传统游艺区的投壶游戏,一连玩了六七次。“刚开始觉得很难,箭掉出来好多次,不过多试几次就找到感觉了!”说罢,他举起箭瞄准,一掷,果然轻松入壶。

步入美术馆,不计其数的陶瓷艺术作品瞬间将记者包围。工作人员介绍,美术馆一楼为常设展“海派名家精品瓷器展”。这里不仅有精美雅致、器型多样的陶瓷作品,还有各种风格迥异的瓷板书画。二楼,“瓷绘东方——名家瓷画作品邀请展”则汇聚了不少大师之作,有的拙朴,有的写意,有的典雅,有的张扬。而在另一侧的艺术长廊,则是“千载一卷,只此青绿——《千里江山图》临摹作品展”。将展出的24块临摹作品拼合起来,便可一览这幅“中国山水画的瑰宝”的无穷魅力。

在美术馆院落一角有一座“窑坊”。许多陶瓷艺术作品,就是在这个看上去并不起眼的平房里烧制出炉的,在这个上海秦古美术馆的陶瓷工作室,人们可以看到陶瓷艺术品“素颜”的样子,它们正静静等待着烈火的洗礼。陶瓷工作室对公众开放,游客可以亲身体验如何制作陶瓷作品,经过一天一夜的烧制,“作品”便能成型。

入夜,红灯笼一盏盏亮起。这时,花园里的许愿区总会聚集很多游客。他们身着古装,提着灯笼,在木板上写下自己的心愿。这些天,附近居民姚阿婆总会来这里坐坐,“这里景好,气氛好,人也多。我晚上没事就来坐坐、逛逛,心情也变得愉快。”事实上,除了活动期间专程前来“打卡”的游客,在周边社区,还有很多“常客”。上海秦古美术馆,不仅是一座陶瓷艺术的殿堂,更是附近学校师生和周边社区居民共享的文化空间。据悉,集市游园活动将一直持续到10月6日。

本报记者 **曹博文**