

## 相关

星级酒店摆摊  
发力舌尖突围

每天下午5点半,长沙潇湘华天大酒店门前的“美食驿站”准时开张:安乡酱卤鸭掌6元一个、现做手工凉面8元一份……在香气四溢中,市民排起长队。不到半小时,热门商品便告售罄。

同样的场景正在全国蔓延:江苏常州文璞酒店门前,8元的榴莲酥、18元的龙虾凉皮、1元的花卷吸引着过往行人;郑州永和铂爵国际酒店摊位前,38元一斤的小龙虾不到40分钟就被抢购一空。

曾经象征高端与奢华的五星级酒店,正在中国城市的街头巷尾展开一场前所未有的生存实验。

## 高端酒店“弯腰求生”

文化和旅游部数据显示,2019年中国有845家五星级酒店,截至2024年三季度减少至736家,减少了100多家。

曾经辉煌的行业标杆面临转型困境:北京瑜舍酒店(太古集团旗下,房价曾高达3.5万元/晚)于2024年6月关闭;营业35年、接待过多国政要的北京长城饭店在2023年年底停业;温州万和豪生大酒店、重庆解放碑威斯汀酒店相继退出市场。

“面子值多少钱?活下去才是关键。”一位酒店总经理的直言道出了行业的现实困境。

五星级酒店放下身段的尝试带来了意外收获:潇湘华天大酒店的“美食驿站”自推出以来,单日销量多次突破万份,日营收最高达6万元;郑州永和铂爵国际酒店每日下午5点开摊,37分钟即售罄,单日营业额稳定在3万元左右。

这种模式的成功有其内在逻辑。酒店利用下午闲置厨师人力,复用中央厨房标准化流程,在酒店门口零租金空间经营,大幅降低成本。

“定价普遍约为酒店正餐价格的1/5,”有五星级酒店负责人解释,“覆盖了学生、上班族等多圈层消费者。”

更重要的是,这种尝试为五星级酒店拉来新客。数据显示,60%的顾客是首次接触这种类型的酒店服务。部分消费者坦言此前“不敢进五星级酒店”。扫码支付收集用户画像后,郑州酒店推出“地摊消费满200元赠下午茶券”活动,成功将18%的地摊顾客转化为店内的正餐客户。

## 领先企业探索深度转型

亮眼数据背后,隐忧也已然浮现。常州某酒店外摆业务毛利率仅15%,远低于传统餐饮业务。人工与食材成本占比高达41%,低价策略的可持续性面临挑战。

经不完全统计,全国已有超过70家星级酒店加入摆摊行列,但产品高度同质化——卤味、小龙虾占比超80%。石家庄部分摊位已出现“排队减少”现象,新鲜感消退后如何维持客流成为难题。另外,长期低价可能削弱高端形象,导致核心客群流失。

面对挑战,领先企业已开始探索深度转型。华天集团提出构建“全民餐饮”生态体系:在高端市场保留“沁潇湘”中餐厅(客单价超400元),通过“美食驿站”拓展大众市场,推出“星厨到家”入户定制服务。

形态创新也在涌现。天津丽思卡尔顿推出58元的和牛汉堡餐,常州文璞酒店在保留高价堂食的同时售卖平价榴莲酥,形成差异化产品矩阵。

当星级酒店的大师傅们从包间后厨走向街头摊位,为普通家庭的餐桌忙碌,本质上是供给侧对消费者主权的回应:不是消费者买不起高价,而是不愿为冗余的“仪式感”付费。

这场转型的背后,一个更理性的消费时代已经到来。当星级酒店的酱牛肉与个体户的卤味在同一个街角氤氲出香气时,展现的不仅是一场生意的调整,更是一个社会应对变化的韧性。

本版综合中国商报、财经网、中经网等

外摆集市  
让烟火气点亮  
夜经济



## 从粗放式发展迈向规范化经营 外摆经济 提振多元消费

今年夏天,外摆经济成为激活城市消费的新引擎。在各地精准施策的引导下,外摆经济从“粗放式发展”迈向“规范化经营”的新阶段,呈现业态多元、管理精细、效益显著的良好态势,不仅为市民游客提供了多元化的消费选择,更在稳就业、促增收等方面发挥了积极作用。



夜市经济

### 满足多元化的消费需求

门店外摆是户外商业的主流形式,涵盖了街边门店外摆销售和户外摆餐厅、商业综合体和购物中心、主题街区外摆等多种形式。

夜幕降临,位于江苏常州经开区的常青里街区热闹非凡。一间酒吧外,乐队演奏着动感的音乐,外摆区坐满了年轻人,大家一边品尝着美食,一边享受着夏夜的清凉。“自从开放外摆区域,生意明显好了不少。”店主周先生介绍,他们将咖啡店、酒馆、烧烤吧与音乐现场融为一体,工作日安排露天电影、开放麦演出,周末则有乐队表演、相声脱口秀等活动,满足了年轻人的个性化需求。

与常青里的潮流氛围不同,相距不远的华丰路特色摊位疏导点则洋溢着朴实的烟火气。炒饭的香气、米线的酸辣味与铁板鱿鱼的吱吱声交织在一起,摊主们热情地招呼着食客。“以前流动摆摊担心抢位置、怕被劝离,现在心里踏实多了!”一位摊主表示。

江苏的外摆经济是各地积极探索的一个缩影。杭州进一步放宽外摆后,西湖边的“湖畔有艺市”小市集在互联网上火爆出圈。这个充满“非遗、宋韵、时尚”风的市集,晚上是夜市,等夜市收摊后,市集上的摆台、桌椅成了供路人和游客休憩的靠椅。“这个设计绝了。”南来北往的游客,纷纷在网上点赞。

傍晚6点,北京市朝阳区蓝色港湾国际商区的亮马河畔座无虚席。沿河餐厅的外摆区域错落有致地摆

放着绿植与遮阳伞,消费者在晚风轻拂中享受美食,对岸的璀璨灯火与河畔夜景相映成趣。“天气好的时候,在户外用餐感觉特别惬意,这种消费体验很独特。”市民张女士说。

外摆位不仅成为留住消费者的“引力场”,也是很多品牌吸引消费者的“秀场”。上海杨浦大学路一家运动潮牌店门口专门打造了露营风的外摆位,铺满灰色砂石的土地上,摆放着充满设计感的露营椅和装备。年轻人被这些外摆位吸引走进店内消费。大学路沿街有80多家店铺,半数以上开设了外摆位,有的面积几乎与店内面积相当。不少店家表示,少了外摆位,收入可能会减少一半。

“商业外摆就在消费者的身边,有着很天然的接近性,可以满足多元化的消费需求,有很强的人群聚集效应。”中国商业联合会专家委员会委员、北京商业经济学会常务副会长赖阳表示,商业外摆的作用越来越受到重视,外摆区不仅为商家带来人气,也为商圈吸引客流,呈现出良好的发展趋势。

### 精准施策保驾护航

外摆经济的有序发展离不开科学的政策引导。今年3月,中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《提振消费专项行动方案》就提出,要持续优化营商环境,包括鼓励各地区对促销活动、社区集市、户外展示、招牌设施设置等简化审批流程。

上海、杭州、三亚等地也出台了相关政策积极响应,鼓励、引导和规

范商业外摆,在放宽限制的同时强化精细化管理,形成了各具特色的经验,使城市的烟火气息加速回归,经济更加繁荣活跃。

上海市人大于2022年修订的《上海市市容环境卫生管理条例》为有序开展摆摊经营活动提供了法律依据。今年4月,上海市商务委员会等部门联合又发布了《关于进一步优化设摊治理 提升城市“烟火气”的工作方案》,提出将加强对守法合规的外摆位、设摊经营等活动的包容与鼓励。

浙江省在今年3月下发的《大力提振和扩大消费专项行动实施方案》中提到,要“支持符合条件的临街商铺开展外摆经营”等。如今,杭州“外摆新政”已升级至2.0版本。政策明确规定,支持8个省级及以上示范智慧商圈和文旅消费集聚区打造夜消费集市、文化艺术展演点、特色售卖点,并合理设置户外广告点位、媒体墙和临时宣传设施。

今年4月,海南省三亚市天涯区推出了“商户临时外摆”措施,划定试点街区允许商户临时拓展经营空间。此次政策首批选定7个试点街区覆盖核心商圈,推动商业繁荣与城市管理有机融合。三亚市旅游行业协会联合会轮值主席、市旅游酒店行业协会会长刘凯强表示,通过标准规范外摆区域、时间、经营主体与范围,既激发市场活力,又维护城市秩序;增设便民设施,强化巡查监管,实现了商业繁荣与精细管理的平衡。这种“放管结合”的治理方式,值得点赞。

### 切实筑牢安全底线

在外摆经济掀起热潮的同时,也给城市管理带来了新的挑战。食品安全、环境卫生、噪声污染等问题,成为市民关注的焦点。如何在保障外摆经济活力的同时,有效解决这些问题,实现可持续发展,考验着城市管理者的智慧。

“城市治理需要有力度更需要有温度,天涯区一系列政策给游客和居民带来了便利,同时也使本地小微经济体更加活跃。”三亚学院副院长柴勇直言,外摆经济在便利化的同时也带来拥堵、卫生等挑战,只有合理出台管理措施、保障措施才能更好地让好事落地,让居民和游客都拍手叫好。

食品安全是外摆经营的重中之重。为促进餐饮服务行业有序发展,维护消费者舌尖上的安全,四川省广元市市场监督管理局开展外摆经营活动的经营主体及消费者们发出食品安全提示,经营者需主动公示证照、规范加工操作过程、确保原料来源可追溯、保持环境干净整洁等。

在消防安全方面,山东滨州发布的关于规范城区餐饮门店临时外摆经营秩序的通告提出,经营者不占用消防通道、盲道等公共安全通道,加强安全管理,遇极端恶劣天气,确保所使用的经营设备、设施(如遮阳伞、遮阳棚等)牢固安全。

针对噪声扰民问题,上海宝山街道发布的《户外外摆协议》提出,晚上8点后降低音响音量,9点后关闭音响;凌晨结束营业后主动扫垃圾,把桌椅收进店内,次日营业时再摆出来。该街道还引导商户形成自律公约,约定降噪措施、收市时间等,实施轮值“街长”制度。

