

果然財經

GUO RAN

FINANCE

最近,不少酒店开启“摆摊”新模式,凭借亲民的价格、过硬的品质,吸引众多消费者“捧场”。当星级酒店的精致餐点走出大堂,与街头烟火气相遇,会碰撞出怎样的消费新场景?



接地气的“星级美食”受到消费者热捧。

星级酒店街头摆摊,升腾人间烟火气

有颜有味更有性价比,不少“星级美食”刚出摊就被抢光

文/片 张志恒 于佳霖 报道

酒店“星级”美食进入寻常百姓家

“我要三个海菜包子”“我要两个枣饽饽,再来一份小龙虾”……最近一段时间,每天下午四点半一出摊,济南倪氏海泰大酒店二环店(以下简称“倪氏海泰”)的摊位就吸引了不少市民前来选购。“我们是7月1日开始出摊的,海菜包子、炸货、卤味熟食都非常受欢迎。”酒店副总经理毕杰介绍。

11日下午六点,记者经过济南东方大酒店的外摆摊位时,本想购买一些炒菜,却发现都已卖完,只剩下少量卤味熟食。“明天早来一会儿吧,这几天卖得特别快。”服务员向记者热情介绍,“咱家的苦肠味道也不错,要不要来点?才20块钱一根。”刚下班的刘女士本想买份晚上吃的便饭,没想到卖得这么快,在服务员热情推荐下,刘女士购买了荷叶饼、把子肉和鸭脖等产品。

在济南倪氏海泰的摊位前,傍晚六点左右,饭菜也售卖一空。“我们每天只摆下午的摊,晚上店里的餐饮还要正常做,所以不会准备太多的外摆产品,每天现炒现卖,一般到下午五六点钟就卖得差不多了。”工作人员介绍。

在威海等地,也有越来越多星级酒店加入“摆摊大军”。

威海百纳瑞汀酒店将招牌菜、特色小吃、现制饮品“搬”到街头,让“星级”美食,成为市民随手可带的“家常菜”。威海百纳瑞汀酒店餐饮总监孔红丽表示,这一“跨界”尝试并不是盲目求变,而是用更真诚的服务满足消费者需求,让高端餐饮服务真正走进百姓家里。

记者看到,百纳瑞汀酒店摊位上既有自家招牌菜,也有专为摆摊设计的“亲民款”。肘子、猪蹄等现卤现卖,无添加的制作工艺让市民吃得更放心;而大肠包子、芸豆排骨包等4元一个的特色面点,炸面鱼、酸辣蕨根粉、海肠捞饭等美食,更是一上架就被抢购一空。

据统计,目前百纳瑞汀酒店摊位每日供应餐品达60余种,并且会根据销量动态调

整,淘汰滞销品、新增热门款,让菜单始终贴合大众口味。

“每天下午4:30至6:30,我们会在酒店门口摆摊,但现场排队的人很多,为方便大家,我们开通了微信接龙服务,提前预订的市民可直接取餐,省去等候时间。”孔红丽说,所有餐品均由酒店大厨当日14点前分批次制作,当天售完,确保新鲜。同样,威海蓝海御华大酒店的摊位前,也排起长队,威海金猴集团酒店还在短视频平台分享他们的摆摊日记……

酒店摆摊热潮为何席卷全国

从6月份开始,安徽、江苏等地出现星级酒店摆摊的抖音直播,引发全国多地效仿。而郑州永和铂爵酒店的直播被媒体报道后,有关“五星级酒店摆地摊”的话题播放量,已达8000多万……如今全国各地酒店“云集响应”,西安、重庆、石家庄、南通、洛阳等地的一些星级酒店纷纷加入摆摊队伍,并开始了抖音直播。相比一线大城市的高端客流,二三线城市的星级酒店,更是将摆摊当成“水到渠成”的选择。

在济南,中豪大酒店、蓝海御华、舜和国际酒店等6月份就开始试水街头摆摊,倪氏海泰、东方大酒店、格兰云天、华滨环联、泉城大酒店、联勤宾馆、维景大酒店等纷纷跟进。走访中记者发现,摆摊酒店多为四星级和五星级,售卖产品均以盒装炒菜、凉菜、小龙虾、炸货、面食为主,辅以各店特色产品,客单价在5元-50元不等。

值得注意的是,这些摆摊的

酒店都主打食材新鲜、明码标价、每天现做。“以前总觉得星级酒店的饭菜贵,如今在家门口就能买到地道的江南红烧肉,真是太方便了。”傍晚时分,在威海百纳瑞汀酒店摊位前,刚下班的李女士拿着打包好的餐食笑着说。

15元一份盒饭、4块钱一个海菜大蒸包、59元3斤小龙虾、二十多元一份炒菜……物美价廉的食品,打破了消费者对星级酒店的“高端”滤镜,当消费者觉得买得起,花得值时,酒店的品牌形象便成为其独特优势,菜品多样、食安问题相对有保证,又是星级大厨的手艺,市民自然乐于消费。

“摊位+酒店”联动让服务场景更立体

靠摆摊吸引来的人流,自然不能浪费,济南东方大酒店立起“私厨上门服务”的宣传海报,蓝海御华则摆出实惠的包间套餐宣传物料。中豪大酒店和倪氏海泰则建起粉丝群,中豪大酒店工作人员介绍,“消费者可以在群里跟我们实时沟通,多提意见。”记者看到,群里既有预订餐品的,也有对菜品提意见的,还有人咨询宴席价格。

济南倪氏海泰总经理王永华介绍说:“通过建立粉丝群,增加用户黏性,我们不仅在群里更新每日摆摊的菜品和优惠活动,也听取大家的意见,改进产品。目前已有不少消费者咨询店内的宴席价格了。”问及“摆摊要持续到什么时候”,王总说,“应该会继续摆下去吧”。

“摆摊经济”不仅拉近了酒店与市民的距离,更成为消费引流

的新渠道。据了解,威海百纳瑞汀酒店摆摊以来,不少尝过的市民专程走进酒店,体验自助餐或正餐服务;酒店近300间客房的住客,也经常到摊位选购,将“街头美味”带回房间。这种“摊位+酒店”的联动,让服务场景更立体。

从最初30余种餐品到如今60余种,从简单的铁盘陈列到定制品牌标识、升级保温设备,威海百纳瑞汀酒店的“摆摊”服务正不断升级。“接下来,我们还将为工作人员定制统一服装,强化品牌辨识度,让我们的摊位既保留烟火气,又不失品质感。”孔红丽说。

盘活闲置资源积累潜在客户

据了解,酒店的收入,可分为客房、会议与活动、餐饮几部分,此外还有健身、游泳、SPA等附加营收,以及品牌加盟、物业管理等,其中餐饮收入能占整个酒店收入的30%—50%。

数据显示,2024年企业差旅预算普遍削减了30%—60%,金融科技行业的会议订单也在下跌;根据民政部门披露的数据,2024年全国结婚登记610万对,比十年前少了整整一半,2025年一季度,全国结婚登记181万对,较去年同期减少15.9万对,降幅达8.1%。结婚人群减少,婚宴自然变少,这也让酒店餐饮缺了一大块收入。

现在酒店纷纷出来摆摊,既盘活了闲置场地,服务人力与厨房产能,也没有较大的新增成本,既让消费者了解酒店产品,了解品牌形象,也为后续的聚餐、办宴会等积累了潜在客户。

“随着消费需求多元化与市场环境的变化,我们意识到,主动走出去,贴近大众生活,才能让优质的餐饮服务触达更多消费者。”孔红丽告诉记者,酒店“摆摊外卖”,既能让消费者享受星级美味,还能为酒店注入新的活力、找到新的增长空间。

酒店集体摆摊,目前看来虽是权宜之计,但就像一位摆摊的酒店餐饮主管所说,“能卖一份是一份,能赚一点是一点”,毕竟对于当下的餐饮从业者来说,主动求变、好好“活下去”才是第一要义。

□评论

近日,郑州永和铂爵国际酒店门口,35元半只的烤鸭摊前排起长队,两小时售罄进账6万元;重庆两江假日酒店摊位前,市民冒雨抢购小龙虾;济南中豪大酒店地摊上,一盘新鲜蛋挞3分钟内被抢购一空……一场由星级酒店主导的“摆摊热”正席卷全国餐饮市场。这绝非简单的“掉价”求生,而是高端服务业向市场规律的全面俯身,更藏着行业求新求变的破局密码。

星级酒店摆摊,是闲置产能的激活与消费需求的精准对接。长期以来,星级酒店困在“高定价”与“低周转”的闭环里,中餐、宴会等业务的不饱和,导致专业厨房、厨师人力等闲置成了沉疴。郑州永和铂爵国际酒店的尝试,道出了行业共识:闲置的标准化供应链与专业烹饪能力,完全能转化为街头竞争力,是资源利用率的优化。

这场下沉的价值,远不止于现金流。摆摊虽难成支柱收入,却能让星级品质“破圈”触达大众,成为品牌亲民化的活广告。更关键的是,它搭建了与潜在客户沟通的桥梁。

过去,星级酒店的水晶灯总与高不可攀的价签绑定,现在平价的地摊美食让消费者触摸到“星级品质”的真实温度。这种认知转变,能打破星级酒店“高高在上”的刻板印象,引导顾客“从店外走向店内”,让高端服务真正触及大众日常生活。

需要厘清的是,这场摆摊热潮,不是让酒店永远扎根街头,而是让消费者“记住我、了解我”的过渡策略。长远来看,星级酒店的立身之本,仍在于不可替代的高端场景与服务体验——婚宴、大型会议、精致餐饮的独特价值。

当五星级大厨的烟火气飘入市井,这场“下沉实验”证明:真正的高端并非曲高和寡,而是能以灵活姿态满足多元需求,找到高端服务与大众市场的平衡点。未来能否在亲民与高端间游刃有余,在释放产能的同时守护品牌护城河,将是能否在激烈的市场竞争中稳步发展的关键。

大众新闻·风口财经评论员 耿伟杰



济南倪氏海泰大酒店二环东路店的外摆摊位。

乐见大酒店摆摊谋破局