



除夕年夜饭席位“一桌难求”

有食客提前一年预订座位

□信息时报记者 郑晓玫

近日，故宫推出6688元/桌的年夜饭引网友热议。新年将至，能在除夕夜跟家里人一起吃顿团圆饭是对一整年奔波的最大慰藉。那向来对美食有着极高追求的广东人，今年又是如何安排年夜饭呢？昨日，记者从广州酒家、陶陶居、花园酒店、炳胜等餐饮企业获悉，年三十年夜饭预订基本爆满，有食客甚至提前一年时间预订今年年夜饭的座位。

年夜饭两个月前就订满

“我知道今年的年夜饭席位肯定又都爆满了，所以我打算在家附近找一家没那么出名的餐厅聚一聚就好了。”在经历了去年除夕夜的年夜饭“抢座”后，市民罗女士今年已经放弃去大酒楼吃年夜饭的想法，选择就近解决。

“我们年夜饭的座位在两个月前就订满啦。有10%的客人甚至在2019年吃完年夜饭后就立刻定下今年年夜饭的座位了，这些都是广州酒家的老熟客了。”广州酒家百福广场店店长何女士向记者说。

据何女士介绍，广州酒家位于百福广场的两层门店共有22个包厢以及一百多张桌子。除夕的年夜饭门店安排两轮：第一轮(17:00-19:00)和第二轮(19:30-21:30)，预计当晚的接待量达到两百桌。“目前，我们门店这两轮都100%订满了，只预留了偏厅的少量座位来接待外地游客。”何女士说。

为了应对当晚200桌食客的接待量，何女士告诉记者，广州酒家百福广场门店的后勤、前台和厨房三个团队共300多名员工会在当天全体就位。“今年我们确保每道菜着必须是现点现做，因此对人手的要求很高。我们已经通知员工除夕当天不可以请假、缺席，必须卯



年夜饭：8人以上的大桌较受欢迎。受访者供图

足劲打好这一战。”何女士说。

和广州酒家一样，记者从炳胜、陶陶居等餐饮企业获悉，旗下餐饮门店在除夕的两轮年夜饭基本预约完毕；广州花园酒店方面目前也已售出年夜饭近60桌，不过在花园酒店旗下的荔湾亭、桃园馆、大宴会厅举办的团年宴则基本售罄。

过年期间门店菜品无涨价

“因为年夜饭都讲究团圆，一般来说，预订8人、10人、12人座的食客是最多的，4人桌的小家庭相对较少。我们也针对食客的口味推出了6个套餐。价格从900到4000多元之间。”据何女士介绍，除了服务费，广州酒家在除夕夜以及过年期间的菜品价格均无上涨，其中2689/桌这一价位的套餐是最受食客欢迎的，在已订餐的食客中超过50%预订了这一价格的套餐，价格属中等偏上。

恰逢过年，有寓意的菜肴比较受消费者欢迎。比如广州酒家预订量比较多的菜式就包括有鸿运乳猪、年年有余(鱼)、发财就手(猪手)、炭烧对虾等。而花园酒店也针对性推出寓意“风生水起”的捞起柚蜜三文鱼、脆皮当红炸子鸡等。陶陶居方面，因消费者喜欢在过

年吃一些意头好的菜式，因此传统的鸡、鱼、虾、烧鹅、乳猪等都卖得很好，另外天气冷了，陶陶居的双冬羊腩煲也很受食客欢迎。价格方面，上述几家餐饮店的年夜饭价格与往常基本持平。

不过，据何女士介绍，为迎合年轻人的口味，今年广州酒家首次在年夜饭的菜品中添加了水煮系列、剁椒鱼头等辣菜。“在我们推出的6个套餐里，既保留了传统的纯粤菜套餐，也在部分套餐里添加了1~2道辣菜。这样既满足了老人家的需求，也照顾到喜欢重口味的年轻人。”何女士说道。

另外，广东人的年夜饭怎么能缺少盆菜。除了外出就餐，有不少食客为了吃得舒服和方便，也会选择预订外卖盆菜。而广式盆菜的制作精髓在于优质食材、丰富原料和秘制汤汁。为了让食材更新鲜，广州酒家在今年全新推出了盆钵钵钵大盆菜。该盆菜的优势在于采用现做现取的方式，最大程度地保证盆菜食材的味道鲜美。消费者在购买需要提前5天预约，广州酒家师傅会在取货当天才进行制作，争取将最新鲜制作好的盆菜交予消费者的手上。何女士告诉记者，尽管现做现取的盆菜是今年首次尝试，并且价格稍高，销量却是最火的。

链接

为吸引食客新年就餐 新式餐饮门店“八仙过海”

如今，不仅是传统酒楼，包括必胜客、肯德基、麦当劳等新式餐饮品牌也有意在“年夜饭”市场分一杯羹。记者昨日从百胜中国方面获悉，为吸引食客除夕夜或春节前来就餐，必胜客携手故宫，在年前打造了“故宫中国节·五福闹新春”主题餐厅。食客除了品尝到美食外，还能近距离体验故宫的年俗和中国的传统文化。另外，在新年期间，必胜客还推出了新年“五福宴”，包括芙蓉金沙咸蛋黄鳍鱼比萨、黑叉烧比萨、ANGUS厚切牛排、芝士拉丝焗小龙虾、干杯冰淇淋共5道新品。

肯德基方面，为迎接庚子新年，肯德基选择了中国传统神兽中的“神龟”和“麒麟”，将它们形象上肯德基新春桶，成为肯德基在春节期间限定推出的“纳福”“献瑞”故宫瑞兽桶。借这两款新春限定的新春金桶及新春巨大的金桶推出，肯德基的新品“避风塘热辣脆皮鸡”、“榴莲爆浆酿翅”等也将在春节期间与食客见面。

麦当劳方面为吸引食客春节期间前来就餐，也同样开启“黄金”有味春节美食季迎接新年，并推出全新“黄金”有味系列新年餐单，包括首次推出的金尊肉酱安格斯厚牛堡、金桃新地以及每年春节限定的扭扭薯条以及红豆派等新品。麦当劳外送服务麦乐送在春节期间也不打烊，全程无休提供送餐服务。此外，麦当劳全系列新品也登陆麦乐送平台，消费者通过麦当劳官方渠道和第三方订餐平台都可以下单，在春节期间美食30分钟必达，超时将赠送红豆派。

君乐宝乳业奶粉与低温酸奶业务增速领先

信息时报讯(记者 刘芳)1月10日，君乐宝乳业集团战略焕新发布会在北京国家会议中心举行。君乐宝乳业集团现场公布：君乐宝乳业集团去年销售收入同比增长25%，在乳品行业增长率领先；去年奶粉产销量7.5万吨，同比增长62%；低温酸奶也逆势成长，行业增速领先。

据介绍，2019年君乐宝乳业婴幼儿奶粉、低温酸奶、常温液态奶三大业务板块均取得不错发展。君乐宝奶粉全年产销量达到7.5万吨，超过1亿罐，同比增长62%，其中君乐宝旗帜奶粉同比增长超230%。

欧睿最新调研数据显示：2014年到2019年中国婴幼儿奶粉市场年平均复合增长率为8.1%，而君乐宝奶粉在同期年平均复合增长率达到84.5%。“2020年，君乐宝奶粉的目标是全年产销量突破10万吨。”君乐宝乳业集团副总裁、奶粉事业部

总经理刘森森表示。

此外，君乐宝低温酸奶成绩斐然，全年销售额逆势增长，市场占有率跃居全国前列，销售范围迅速扩张，品牌知名度、美誉度快速提升。

君乐宝乳业集团董事长兼总裁魏立华介绍，君乐宝始终坚守两个价值理念，采用最严生产管理体系，将诚实、可信作为企业经营底线。为了给消费者提供高品质的产品，君乐宝创立了两个模式：一是全产业链模式，确保产品的安全放心；二是“四个世界级”模式确保产品品质，包括：世界级的牧场、工厂、合作伙伴和质量管理体系。在这个过程中，君乐宝坚持全球优选和产品要无与伦比两个价值理念：所有原材料要全球优选，所有设备、技术要全球优选，为消费者带来无与伦比的产品。



君乐宝去年奶粉与低温业务增速领先。受访者供图