

城市夜经济新范式： 构建多元、融合、可持续发展的餐饮生态

■中国城市报记者 张亚欣

盛夏高温持续，国内消费市场正呈现昼夜联动、多元形态共生的特征。据多个平台暑期消费数据显示，18时至22时成为夜间经济的“黄金4小时”，旅游休闲、餐饮购物等需求在此期间释放，推动夏日经济从白天向夜晚延伸。

当夜经济从政策概念蜕变为万亿元级消费蓝海，这些跳动在深夜的营收数据背后，书写着中国城市夜晚的全新商业叙事。海底捞夜宵主题店里，火锅与鸡尾酒的混搭碰撞出微醺烟火气；外卖平台闪烁的补贴数字，突显凌晨订单量同比激增的消费热情……数字点单系统重构服务动线，“餐饮+演艺”的复合业态打破行业边界，24小时餐厅的灯光为夜归人点亮。这不仅是营业时间的延长，更是一场关于夜间消费场景的创造性革命。

火锅店变身Livehouse， 夜经济进入场景创新深水区

夜经济这片“月光下的蓝海”正以前所未有的活力重塑着城市商业生态。这股浪潮中，单纯的延长营业时间已不能满足年轻消费者对夜间体验的多元期待，一场关于消费场景的深度创新正悄然上演。

流行音乐、舞蹈表演、花式调酒……这些场景竟然在海底捞火锅店也能见到。海底捞自今年1月推出首家夜宵主题店以来，已在北上广深等城市布局近30家门店，通过“边吃火锅边蹦迪”进一步升级夜间消费体验。

22点，上海首家夜宵主题店——海底捞北京西路店切换为“夜宵模式”，舞池节奏感十足的电子乐与餐桌区的霓虹灯带交织成一片动感的声光海洋，消费者们高举荧光棒跟随音乐舞动，开启了一场潮流派对。门店在场景设计上融合了DJ舞池、打酒站等元素，打破传统餐饮门店的静态场景，将火锅店变为年轻人释放自我、享受社交的Live-house。

“自门店打造夜宵主题后，20点半至22点半的夜宵时段客流量有明显增长，生意提升约15%。”上海一海底捞夜宵主题店店长在接受中国城市报记者采访时称，夜宵

时段的消费者以年轻人为主，乐于尝试新鲜事物，多为2—3人结伴消费。此外，海底捞在产品端推出烧烤、炸鸡等佐酒菜品，配合高颜值鸡尾酒和调酒表演，满足Z世代“餐饮+社交”的复合需求。更有门店融入“大唐侍郎”国风互动等特色内容，通过沉浸式体验提升消费粘性。

“这种场景创新，本质上是餐饮品牌对夜间经济的深度挖掘。”国研新经济研究院创始院长朱克力在接受中国城市报记者采访时分析，传统餐饮靠菜品和价格竞争，现在则要靠场景溢价。海底捞的夜宵主题店，通过限定菜单、特色表演、社交互动，让消费者愿意为体验买单，这种创新不仅延长了营业时间，更提升了客单价和复购率。

不过，朱克力也提醒，场景创新不能流于表面，必须真正贴合目标群体的需求。比如年轻人喜欢拍照打卡，那场景设计就要有视觉冲击力；喜欢社交，就要设置互动环节。否则，再华丽的场景也难持续吸引消费者。

据介绍，海底捞还瞄准了6月至8月的夜宵黄金期，在近期推出了多款夏季新品的夜宵菜单，涵盖了锅底、涮品、小吃、饮品以及烧烤。海底捞相关负责人告诉中国城市报记者：“更新夜宵菜单，全方位满足消费者深夜味蕾需求的同时也为夜经济注入了更多的活力。”

解码“补贴+场景”的 夜经济新公式

午夜的城市依然灯火通明，外卖平台的补贴大战正悄然改写夜经济的游戏规则，这些真金白银的让利激活了深夜味蕾，持续满足更多元场景的需求，持续激发夜间消费活力。补贴已不仅是价格利器，更是撬动夜间消费升级的重要支点。

7月以来，淘宝闪购500亿元平台消费券直接带动广州、深圳、济南等多地夜间订单增长超过2倍，全国超过64万家门店的夜订单环比增长超过100%。同时，露营地、景区、酒店等更多夜间线下场景的消费需求被激活，拉动小吃、啤酒、冰品等多品类夜间销量增长超过200%。

在以小吃、龙虾、烧烤等夜宵品类为主营的餐饮连锁品牌中，已有数千个品牌在7月的周末生意继续突破历史峰值。“自淘宝闪购上线以来，漠漠家的订单整体迎来了爆发式的增长，尤其是夜间，7月以来夜间订单月环比增长超过了100%。”漠漠家超级潼关肉夹馍老板徐蒙恩介绍，品牌已有近40%门店24小时营业，随着夜间消费需求的爆发，这个比例仍在持续增长。

为深度融入夜经济发展浪潮，不少餐饮品牌从多维度推进夜间市场差异化布局。以胡大为例，通过“堂食+外卖”双渠道和场景化创新，胡大成功激活夜间消费潜力。其总店24小时营业，各分店延长夏季营业时间；新增冷食、烧烤等夜宵菜品，增设歌手驻唱和调酒专区提升体验；等位区配备移动空调优化服务。“簋街四店日均接待6500人，夜宵高峰排队达3小时。”北京胡大餐饮副总经理张胜滔在接受中国城市报记者采访时坦言，外卖业务有效缓解堂食压力，70%订单来自周边酒店游客，满足游客酒店夜宵的需求。

“线上平台现在已是夜间餐饮的加速器。”朱克力认为，外卖让夜间餐饮突破了时间和空间的限制，以前22点后很多餐厅关门，现在通过外卖，消费者随时能点到热乎的饭菜。尤其是单身群体和小家庭，外卖成了夜间消费的主要方式，而直播和短视频则侧重种草和引流，直播带货则能在夜间时段推出限时优惠，促进即时消费。

此外，朱克力还提到，线上平台无法完全替代线下体验。消费者到店消费，不仅是为了吃饭，更是为了社交、放松。因此，朱克力建议，餐饮品牌不能只依赖线上，必须线上线下融合，比如通过线上平台引流到店，再通过线下场景提升消费体验，形成闭环。

如何构建理想的 城市餐饮生态

发展夜经济已成为推动城市高质量发展的重要引擎。作为消费升级的关键抓手，夜经济不仅能够延长商业活动时间、提升城市空间利用率，更能带动多个产业融合发展，

创造新的经济增长点。相关数据显示，中国夜间经济规模到2024年底已突破30万亿元，较上年同期增长了5.0%，2024年全年中国夜间经济规模达到36.4万亿元，同比增长17.6%。

餐饮作为夜经济的核心业态，不仅是满足味蕾的消费场所，更是承载社交、文化体验的重要空间。一个好的城市夜经济餐饮生态，能够通过多元业态融合、数字技术赋能和服务标准升级，既激活本地消费潜力，又塑造独特的城市夜间名片。

究竟什么才是理想的城市夜经济餐饮生态？

基于多年的餐饮经营经验，张胜滔认为，理想的夜经济餐饮生态需以“民生为本、品质为基”，商家应聚焦消费需求，提升食材、口味与服务，同时注重环保与噪声管控。行业需推动线上线下融合，促进老字号与新业态互补共生，如夜市、Livehouse等多元场景有机联动，构建丰富夜间生活圈，并通过规范化发展与业

态协同，让夜间餐饮既满足多元消费需求，又传递城市融合共生的温度，成为美好生活的重要载体。

“理想中的城市夜经济餐饮生态应该是多元、融合、可持续发展的。”朱克力表示，多元指的是餐饮类型丰富，既有高端餐厅，也有小吃摊，既有本地特色，也有国际风味，让不同消费层次的人群都能找到适合自己的夜间餐饮选择；融合指的是餐饮与其他业态的结合，比如“餐饮+娱乐”“餐饮+零售”“餐饮+文化”等，消费者可以在一家餐厅里吃饭、看演出、买周边，形成一站式消费体验；可持续则包含两方面，一方面是经济可持续，餐饮品牌能通过夜间经营盈利，而不是靠补贴或低价竞争，另一方面则是社会可持续，夜间餐饮不扰民、不污染环境，与城市居民和谐共处。“所以，理想的夜经济餐饮生态应该是政府引导、市场主导、企业参与、消费者受益的良性循环，让夜间餐饮成为城市活力的象征，而不是负担。”朱克力说。



深夜，北京胡大总店门前，消费者排起了长队。受访者供图