

2018

中国餐饮业年度报告

2017 财政年度

Financial Year 2017



中国饭店协会
CHINA HOSPITALITY ASSOCIATION

2018 中国餐饮业年度报告

2018 CHINA RESTAURANT INDUSTRY SURVEY REPORT

2017财政年度
Financial Year 2017

发布单位

中国饭店协会

编 委 会

主 编：陈新华

副 主 编：张景富、宋小溪

数据收集：金 勇、张宪红、李剑锋、崔明杰、邢 程、何 娟

报告撰写：宋小溪、杨冠杰、刘梦雪

更多信息，请联系：

中国饭店协会

地址：北京市西城区月坛北街25号

电话：010-68391490

传真：010-68391490

网址：www.chinahotel.org.cn

邮箱：41629460@qq.com



前言



《中国餐饮业年度报告》自 2009 年发布以来，受到了国家商务部、各地商务主管部门、餐饮企业和新闻媒体的高度关注，已成为中国餐饮行业最真实的统计研究资料，为行业培育品牌、树立标杆和企业上市服务发挥了重大作用。

本次报告共汇总了全国不同业态餐饮企业的情况，涉及餐馆几千家，总餐位数上百万，主要是国内餐饮行业中各业态、各区域的代表性企业和领军企业。在此基础上，我们以企业申报和专家调查相结合，以直营店数据为主，以上市公司合并报表原则为准，发布了“中国餐饮集团百强排名”。前 100 强集团营业收入超过 2000 亿元，占全国

餐饮业营业收入 5.04%。本报告发布的“中国餐饮集团品牌”适应新型业态加速发展趋势，按正餐、火锅餐饮、快餐、团餐、西餐及休闲餐饮分为五个类别。

本次报告发布的国内各省市餐饮收入排行，这些数据都源于各省市自治区 2017 年统计公报。前 10 大省市餐饮营业收入共计 22622 亿元，占全国餐饮业营业收入的 57.06%，这些区域在全国餐饮业中发挥着举足轻重的作用。

2017 年，全国餐饮收入 39644 亿元，同比增长 10.7%，高于同期社会消费品零售总额增速。目前，餐饮业大众消费已经达到 80%，快餐、团餐、火锅、小吃、商场餐饮、休闲餐饮生意红火。高端消费比例下降，百姓消费成为主流。在这一年，在国民经济结构呈现新变化、推动经济高质量发展进程中，消费对经济增长的贡献率不断提高，随着人民群众收入提高和中等收入群体规模扩大，餐饮的消费结构加快向多样化、特色化、品质化升级，品质品牌餐饮引领作用显著。餐饮业在扩内需、促消费、稳增长、惠民生方面作用强劲，餐饮市场继续呈现稳步增长态势。正餐高质量、特色化发展特点明显；团餐成为增长最快的餐饮业态；火锅品类增长放缓，直营成为主流；快餐在中央厨房和供应链支持下集中度不断提高；在线外卖市场保持高速增长；新餐饮成为行业创新主要驱动力。

最后，感谢所有支持和参与本年度《中国餐饮业年度报告》的地方协会和餐饮企业对此次意义深远的研究的支持，正是由于有这些兄弟协会和优秀企业的大力支持，本研究才得以成功面世。

A stylized, handwritten signature in black ink, appearing to read '郭明' (Guo Ming).

中国饭店协会会长

联合调查及支持单位：

北京市烹饪协会

北京餐饮行业协会

上海餐饮烹饪行业协会

重庆市饮食行业协会

重庆火锅协会

天津市烹饪协会

河北省饭店烹饪餐饮行业协会

内蒙古自治区餐饮与饭店行业协会

山东省烹饪协会

江苏省餐饮行业协会

浙江省餐饮行业协会

广东省餐饮服务行业协会

河南省餐饮与饭店行业协会

湖南省餐饮行业协会

湖北省烹饪行业协会

山西省饭店业商会

四川餐饮酒店娱乐行业协会

海南省酒店与餐饮行业协会

云南省餐饮与美食行业协会

广西餐饮烹饪协会

辽宁省饭店餐饮行业协会

辽宁省餐饮烹饪行业协会

吉林省饭店餐饮烹饪协会

新疆饭店协会

黑龙江省餐饮烹饪协会

安徽省餐饮行业协会

宁夏餐饮饭店行业协会

广州市饮食行业商会

广州餐饮商会

深圳市饮食服务行业协会

杭州市餐饮旅店协会

南京餐饮商会

西安饭店与餐饮行业协会

济南市饭店业协会

厦门市餐饮行业协会

哈尔滨市饭店烹饪协会

温州市饭店与餐饮行业协会

南昌市餐饮烹饪行业协会

……

等省市饭店与餐饮行业协会



目 录

关于此报告.....	6
第一部分 餐饮业年度经营分析报告	7
一、2018年度国内各省市餐饮收入排行（2017财年）	8
（一）2018中国各省市市区餐饮收入排行	8
（二）2018“丝绸之路”主要省市市区餐饮收入排行	9
（三）2018“21世纪海上丝绸之路”主要省市市区餐饮收入排行	9
（四）2018“京津冀”主要省市餐饮收入排行	10
（五）2018“长江经济带”主要省市餐饮收入排行	10
二、2018年度中国餐饮集团百强榜（2017财年）	11
（一）2018中国正餐集团50强	11
（二）2018中国火锅餐饮集团20强	13
（三）2018中国快餐集团10强	14
（四）2018中国团餐集团10强	14
（五）2018中国西餐及休闲餐饮集团10强	15
三、2018餐饮市场经营分析	16
（一）正餐市场分析.....	17
（二）火锅餐饮市场分析.....	20
（三）快餐市场分析.....	23
（四）团餐市场分析.....	26
（五）西餐及休闲餐饮市场分析.....	29
（六）餐饮上市公司经营分析.....	32
第二部分 2018餐饮企业家信心指数分析报告	39
一、餐饮企业家信心指数编制与计算方法	41
（一）信心指数编制方法.....	41
（二）信心指数计算方法.....	41
二、数据收集情况	43
三、信心指数整体分析	44
四、不同类型餐饮企业家信心指数分析	47
（一）不同业态餐饮企业家对比分析.....	47
（二）不同规模餐饮企业对比分析.....	48
附件	49
商务部、中央文明办关于推动餐饮行业深入开展“厉行勤俭节约 反对餐饮浪费”工作的通知	49
商务部办公厅关于做好2018年绿色循环消费有关工作的通知（节选）	52
市场监管总局关于印发餐饮服务明厨亮灶工作指导意见的通知.....	53
国家食品药品监督管理总局关于加强餐饮服务环境卫生监督管理的通知.....	55
上海市商务委、食药监局关于转发《上海市餐饮行业创建“绿色餐厅”活动实施方案》的通知.....	57

关于此报告

1、本报告主要是针对中国经济进入新常态、消费升级和餐饮业供给侧结构性改革的大背景下，对2017年行业发展新的形势做出的调查分析，力求准确反映2017年我国餐饮业发展现状和2018餐饮业发展方向。

2、本报告第一部分主要依据中国饭店协会对全国范围内近百家典型企业调查数据进行的测算和定性分析，其中同比数据主要依据为本年度受调查典型企业的同比变动。第二部分主要依据中国饭店协会与零点有数集团共同开展的餐饮企业家信心指数调查，在回收问卷基础上，由零点餐饮研究中心进行汇总分析。

3、鉴于典型企业统计方法的局限性，考虑到行业经营单位的分散性、差异性，该结果可能存在误差。

4、该报告目的在于反映行业大众化、信息化、品牌化、产业化的变动趋势，为企业经营决策、以及相关投资或政策决策提供参考。



第一部分 餐饮业年度经营分析报告

一、2018 年度国内各省市餐饮收入排行 (2017 财年)

(一) 2018 中国各省市市区餐饮收入排行

序号	省份	餐饮收入 (亿元)	同比增长 (%)	GDP 收入 (亿元)	GDP 同比增长 (%)	备注
	全国	39644	10.7	827122	6.9	
1	广东	3680.3	5.9	89879.2	7.5	
2	山东	3602.6	10.5	72678.2	7.4	
3	江苏	3076.6	11.4	85900.9	7.2	
4	河北	2739.3	16.3	35964	6.7	含住宿
5	浙江	2558	13.8	51768	7.8	
6	四川	2487.8	12.4	36980.2	8.1	
7	湖北	2389	15.5	36522.9	7.80	
8	湖南	1841.6	11.8	34600	8	
9	辽宁	1667.4	3.2	23942	4.2	
10	福建	1329.4	8.9	32298.3	8.1	
11	安徽	1225.2	12.6	27518.7	8.5	
12	重庆	1153.1	12.1	19500.3	9.3	
13	内蒙古	1120.5	9.1	16103.2	4	
14	北京	1028.8	7.7	28000.4	6.7	
15	上海	1025.4	7.9	30133.86	6.9	含住宿
16	吉林	998.4	12.5	15288.9	5.3	
17	黑龙江	984.2	8.8	16199.9	6.4	
18	云南	979.5	17.1	16531.34	9.5	
19	天津	920.9	11	18595.4	3.6	含住宿
20	陕西	840.1	11.9	21898.8	8	
21	江西	805.8	8.3	20818.5	8.9	
22	广西	748.1	12	20396.3	7.3	
23	甘肃	717.6	14.1	7677	3.6	
24	山西	626.5	8.8	14973.5	7	
25	河南	513.4	11.2	44988.2	7.80	
26	新疆	406.6	10.9	10920.1	7.6	
27	贵州	364.9	14.7	13540.8	10.2	

序号	省份	餐饮收入(亿元)	同比增长(%)	GDP收入(亿元)	GDP同比增长(%)	备注
28	海南	276.1	11.3	4462.5	7	
29	宁夏	151.5	13.3	3453.9	7.8	
30	西藏	86.8		1310.6	10	
31	青海	64.8	9.3	2642.8	7.3	

(二) 2018 “丝绸之路”主要省市区餐饮收入排行

序号	省份	餐饮收入(亿元)	餐饮收入同比增长(%)	GDP收入(亿元)	GDP同比增长(%)
1	四川	2487.8	12.4	36980.2	8.1
2	重庆	1153.1	12.1	19500.3	9.3
3	内蒙古	1120.5	9.1	16103.2	4
4	云南	979.5	17.1	16531.3	9.5
5	陕西	840.1	11.9	21898.8	8
6	甘肃	717.6	14.1	7677	3.6
7	新疆	406.6	10.9	10920.1	7.6
8	宁夏	151.6	13.3	3453.9	7.8
9	青海	64.8	9.3	2642.8	7.3

(三) 2018 “21世纪海上丝绸之路”主要省市区餐饮收入排行

序号	省份	餐饮收入(亿元)	餐饮收入同比增长(%)	GDP收入(亿元)	GDP同比增长(%)	备注
1	广东	3680.3	5.9	89879.2	7.5	
2	山东	3602.6	10.5	72678.2	7.4	
3	江苏	3076.6	11.4	85900.9	7.2	
4	浙江	2558	13.8	51768	7.8	
5	福建	1329.4	8.9	32298.3	8.1	
6	上海	1025.4	7.9	30133.9	6.9	含住宿
7	天津	920.9	11	18595.4	3.6	含住宿
8	广西	748.1	12	20396.3	7.3	
9	海南	276.1	11.3	4462.5	7	

(四) 2018 “京津冀”主要省市餐饮收入排行

序号	省份	餐饮收入 (亿元)	餐饮收入同比 增长(%)	GDP收入 (亿元)	GDP同比 增长(%)	备注
1	河北	2739.3	16.3	35964	6.7	含住宿
2	北京	1028.8	7.7	28000.4	6.7	
3	天津	920.9	11	18595.4	3.6	含住宿

(五) 2018 “长江经济带”主要省市餐饮收入排行

序号	省份	餐饮收入(亿元)	餐饮收入同 比增长(%)	GDP收入 (亿元)	GDP同比 增长(%)	备注
1	江苏	3076.6	11.4	85900.9	7.2	
2	浙江	2558	13.8	51768	7.8	
3	四川	2487.8	12.4	36980.2	8.1	
4	湖北	2389	15	36522.95	7.80	
5	湖南	1841.6	11.8	34600	8	
6	安徽	1225.2	12.60	27518.7	8.5	
7	重庆	1153.1	12.1	19500.3	9.3	
8	上海	1025.4	7.9	30133.9	6.9	含住宿
9	云南	979.5	17.1	16531.3	9.5	
10	江西	805.8	8.30	20818.5	8.9	
11	贵州	364.9	14.7	13540.8	10.2	

二、2018 年度中国餐饮集团百强榜（2017 财年）

2017 年，全国餐饮收入实现 39644 亿元，同比增长 10.7%。餐饮的消费结构加快向多样化、特色化、品质化升级，品质品牌餐饮引领作用显著。餐饮业在扩内需、促消费、稳增长、惠民生方面作用强劲，餐饮市场继续呈现稳步增长态势。

从中国餐饮集团百强情况来看，在市场的重新洗牌下，大众餐饮成为市场新的主体。特色餐饮 50 强营业额合计超过 1000 亿元，杭州饮食服务集团有限公司以其近 60 亿的营收继续蝉联百强榜首，上海杏花楼（集团）股份有限公司、北京华天饮食集团公司位居其后；火锅餐饮 20 强营业额合计超过 440 亿元，四川海底捞餐饮股份有限公司成为领军企业，呷哺呷哺餐饮管理有限公司、成都小龙坎餐饮管理有限公司进入前三甲；快餐 10 强营业额合计超过 150 亿元，真功夫餐饮管理有限公司位居首位，味千（中国）控股有限公司、永和大王餐饮集团紧随其后；团餐 10 强营业额合计超过 550 亿元，河北千喜鹤饮食股份有限公司、深圳市德保膳食管理有限公司、北京健力源餐饮管理有限公司位居前三强；西餐及休闲餐饮 10 强营业额合计超过 100 亿元，厦门豪客来餐饮管理有限公司、济南东方豪客餐饮管理有限公司、厦门豪享来餐饮娱乐有限公司进入该业态前三位。

（一）2018 中国正餐集团 50 强

序号	企业名称
1	杭州饮食服务集团有限公司
2	上海杏花楼（集团）股份有限公司
3	北京华天饮食集团公司
4	山东凯瑞餐饮集团
5	广州酒家集团股份有限公司
6	北京西贝餐饮管理有限公司
7	外婆家餐饮集团有限公司
8	蓝海酒店集团
9	重庆陶然居饮食文化（集团）有限公司
10	国际天食集团有限公司（原小南国集团）
11	中国全聚德（集团）股份有限公司
12	丰收日（集团）股份有限公司
13	宁波白金汉爵酒店投资有限公司
14	南京大惠企业发展有限公司
15	安徽同庆楼集团
16	厦门市舒友海鲜大酒楼有限公司

序号	企业名称
17	南京古南都投资发展集团有限公司
18	上海避风塘美食有限公司
19	唐宫（中国）控股有限公司
20	新荣记餐饮服务公司
21	宁波石浦酒店管理发展有限公司
22	江苏东园投资集团
23	眉州东坡餐饮管理（北京）有限公司
24	广东东江饮食集团
25	上海顺风餐饮管理有限公司
26	杭州张生记酒店管理有限公司
27	上海老城隍庙餐饮（集团）有限公司
28	北京旺顺阁餐饮管理有限公司
29	广州九毛九餐饮连锁股份有限公司
30	武汉艳阳天商贸发展有限公司
31	长沙饮食集团有限公司
32	上海苏浙汇投资管理咨询有限公司
33	广州市炳胜饮食集团
34	洛阳餐旅（集团）股份有限公司
35	徐记酒店管理有限公司
36	哈尔滨东方合众餐饮有限责任公司
37	武汉湖锦娱乐发展有限责任公司
38	狗不理集团股份有限公司
39	武汉市亢龙太子酒轩有限责任公司
40	西安饮食服务（集团）股份有限公司
41	耀华饮食集团
42	北京便宜坊烤鸭集团有限公司
43	浙江向阳渔港集团股份有限公司
44	金海华餐饮发展有限公司
45	重庆阿兴记产业（集团）有限公司
46	四平李连贵饮食服务股份有限公司
47	江苏小厨娘餐饮管理有限公司

序号	企业名称
48	杭州楼外楼实业集团股份有限公司
49	新世纪青年饮食有限公司
50	上海柒麟餐饮有限公司

(二) 2018 中国火锅餐饮集团 20 强

序号	企业名称
1	四川海底捞餐饮股份有限公司
2	呷哺呷哺餐饮管理有限公司
3	成都小龙坎餐饮管理有限公司
4	北京黄记煌餐饮管理有限责任公司
5	重庆德庄实业(集团)有限公司
6	内蒙古小尾羊餐饮连锁有限公司
7	重庆刘一手餐饮管理有限公司
8	四川香天下餐饮管理有限公司
9	重庆鲁西肥牛餐饮文化发展有限公司
10	巴奴毛肚火锅
11	北京新辣道餐饮管理有限公司
12	上海龙辉餐饮管理有限公司
13	北京东来顺集团有限责任公司
14	浙江凯旋门澳门豆捞控股集团有限公司
15	上海傣妹餐饮管理有限公司
16	重庆五斗米饮食文化有限公司
17	成都大龙燚餐饮管理有限公司
18	重庆朝天门餐饮控股集团有限公司
19	成都蜀大侠餐饮管理有限公司
20	名都晓荷塘主题火锅

(三) 2018 中国快餐集团 10 强

序号	企业名称
1	真功夫餐饮管理有限公司
2	味千(中国)控股有限公司
3	永和大王餐饮集团
4	北京庆丰包子铺
5	安徽老乡鸡餐饮有限公司
6	宁波海曙新四方餐饮管理有限公司
7	深圳面点王饮食连锁有限公司
8	上海世好餐饮管理有限公司
9	常州丽华快餐集团有限公司
10	天津格朗合餐饮管理有限公司

(四) 2018 中国团餐集团 10 强

序号	企业名称
1	河北千喜鹤饮食股份有限公司
2	深圳市德保膳食管理有限公司
3	北京健力源餐饮管理有限公司
4	快客利集团
5	上海麦金地集团股份有限公司
6	安徽蜀王优芙得餐饮服务有限公司
7	武汉华工后勤管理有限公司
8	广州市和兴隆食品科技股份有限公司
9	海航食品控股有限公司
10	北京振达餐饮管理有限公司

(五) 2018 中国西餐及休闲餐饮集团 10 强

序号	企业名称
1	厦门豪客来餐饮管理有限公司
2	济南东方豪客餐饮管理有限公司
3	厦门豪享来餐饮娱乐有限公司
4	江苏水天堂餐饮管理有限公司
5	广州市一级棒餐饮管理有限公司
6	权金城企业管理（北京）有限公司
7	武汉市半秋山餐饮管理有限公司
8	上海赤坂亭餐饮投资管理有限公司
9	北京将太无二餐饮有限责任公司
10	北京江户前餐饮有限公司

三、2018 餐饮市场经营分析

2017 年全国餐饮业在宏观经济稳步发展、大众消费持续增强、餐饮升级持续推动、餐饮对美好生活供给质量的不断提升下稳健增长，全年餐饮收入 39644 亿元，比上年增长 10.7%，高于社会消费品零售额增长 0.5 个百分点，占 GDP4.8%，成为为人民美好生活服务的重要产业。纵观全年，在国民经济结构呈现新变化、推动经济高质量发展进程中，消费对经济增长的贡献率不断提高，随着人民群众收入提高和中等收入群体规模扩大，餐饮的消费结构加快向多样化、特色化、品质化升级，品质品牌餐饮引领作用显著。餐饮业在扩内需、促消费、稳增长、惠民生方面作用强劲，餐饮市场继续呈现稳步增长态势。

特色餐饮高质量发展特点明显

伴随着消费升级，餐饮业整体朝着两个方面发展，一种是特色、文化餐饮，满足个性化、多元化、社交化的消费需求，一种是连锁餐饮零售化、工厂化，满足快速化、便捷化的消费需求，“生产基地 + 中央厨房 + 餐饮门店”以及“生产基地 + 加工企业 + 商超销售”的模式有了新的发展，老字号企业也在特色化、创新中传承发展。

团餐表现突出，增长最为明显

据中国饭店协会团餐专业委员会发布的《2016-2017 年度团餐发展报告》显示，2017 年受调查的 125 家团餐企业总营业收入 185 亿，较上年增长 21.71%，估测整个团餐行业整体营业收入增长近 30%。本报告中被调查团餐企业营业额增长超过 24%，门店数增长超过 33%。团餐市场成为餐饮业黑马。据估测 2017 年中国团餐市场近万亿。

在线外卖市场保持高速增长

2017 年外卖市场继续快速增长，根据美团点评发布的数据，2017 中国在线外卖市场规模达到 2046 亿元，增长 23%，在线订餐用户规模达到 3 亿人，同比增长 18%，远高于餐饮大盘增速，对餐饮收入增长起到拉动作用。外卖品类不断扩张，品质不断提升，三四线城市覆盖增长迅猛。

新餐饮成为行业创新主要驱动力

2017 年，随着消费市场的年轻化、新技术的全面导入，由分散到集中，由粗放到集约，由共性到个性，由守成到创新，具有互联网时代特征的新餐饮已经形成，以智能餐厅、单一品类的新餐饮与新零售相结合，催生跨界新模式。新餐饮成为行业创新主要驱动力。

火锅品类继续受到市场热捧

餐饮业中，火锅营业额占据很大比重，根据美团数据，是各细分品类中规模最大的一个。2017 年，火锅业增长表现良好，本报告中被调查的火锅企业营业额增长超过 24%。麻辣火锅增长较快，尤其是其中的串串香等小餐饮品类发展迅猛。

（一）正餐市场分析

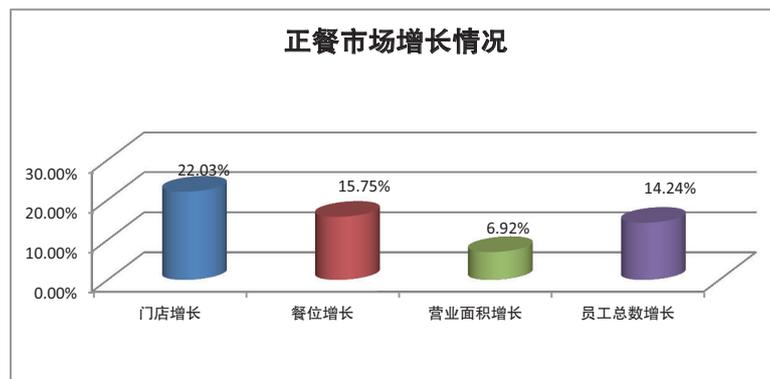
1、营收情况

项目	数值	较上年变化
每平米营收	1.02 万元	-2.86%
每餐位营收	6.21 万元	-3.72%
人均劳效	23.47 万元	-2.59%

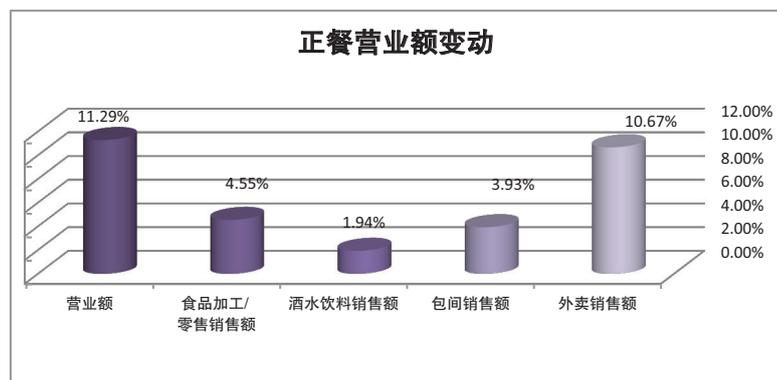
2、消费变化

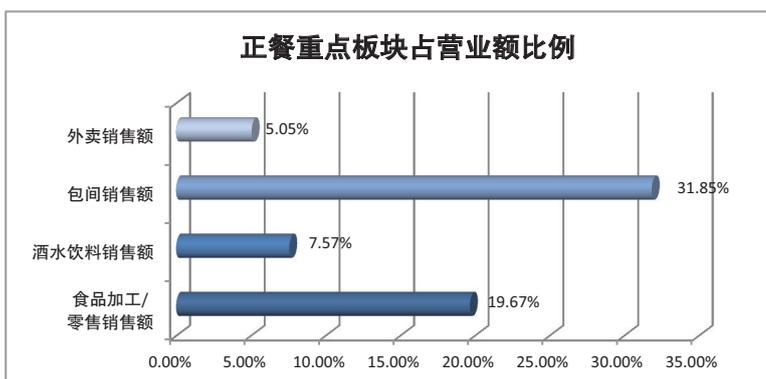
项目	高档餐饮	中档餐饮	大众餐饮
人均消费较上年变化	0.48%	-4.47%	1.74%
消费人次较上年变化	1.49%	11.45%	12.93%

3、增长情况

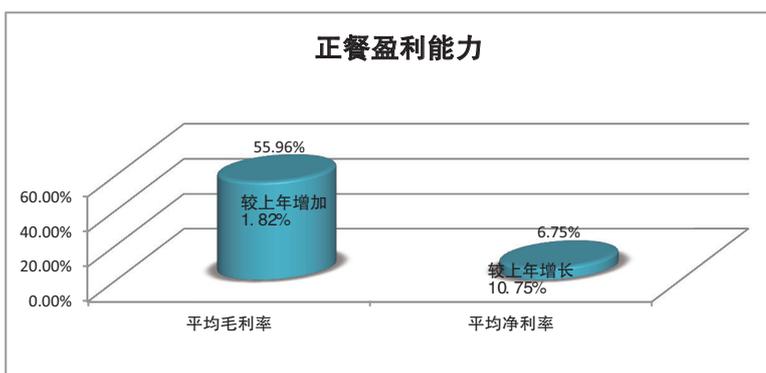


4、营业额变动及构成

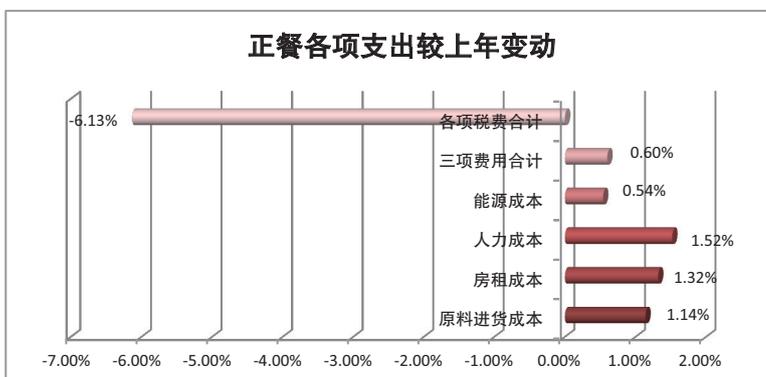
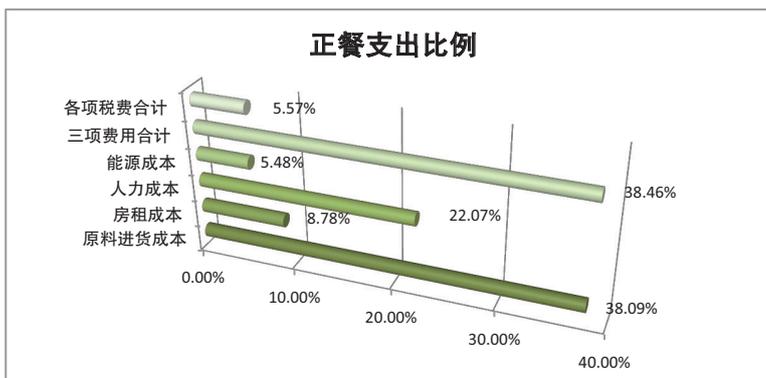




5、盈利情况



6、支出比例及变动



7、员工流失

年平均员工流失率 :25.72%

8、移动支付

占营业额比例：38.38%

(二) 火锅餐饮市场分析

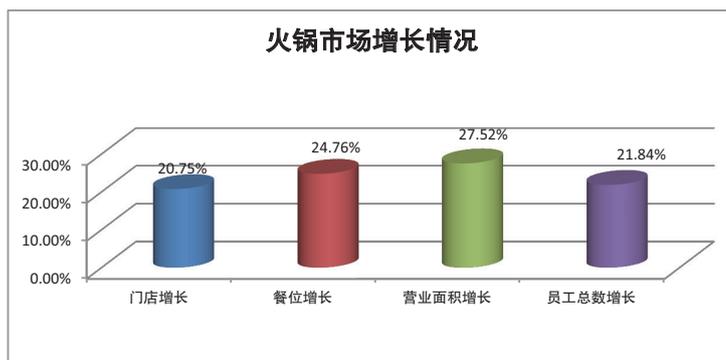
1、营收情况

项目	数值	同比
每平米营收	2.63 万元	-2.20%
每餐位营收	4.90 万元	-5.91%
人均劳效	23.32 万元	2.36%

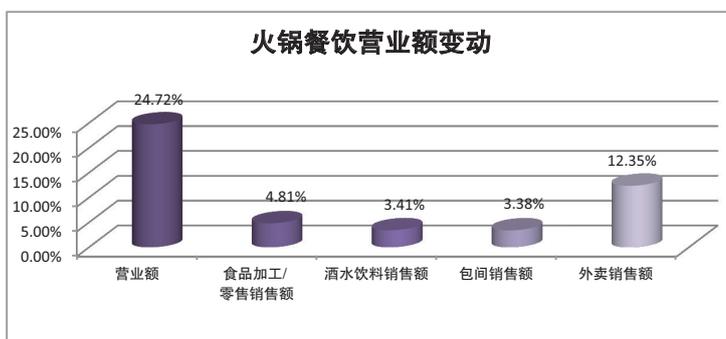
2、消费变化

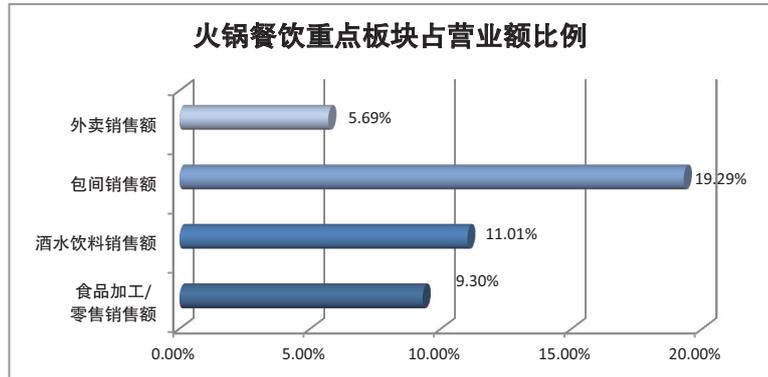
项目	高档餐饮	中档餐饮	大众餐饮
人均消费较上年变化	5.71%	11.64%	8.90%
消费人次较上年变化	7.07%	13.87%	9.50%

3、增长情况

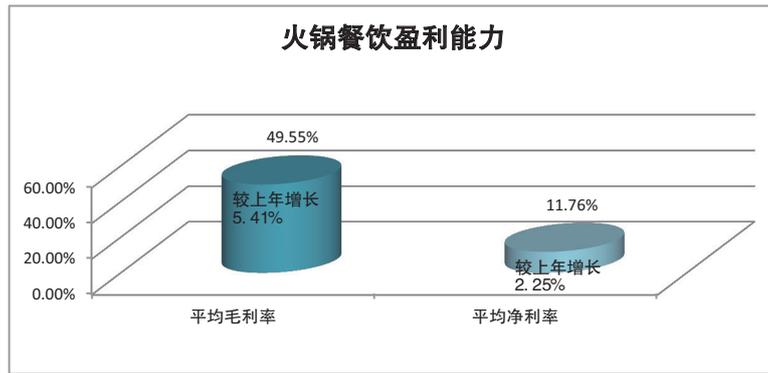


4、营业额变动及构成

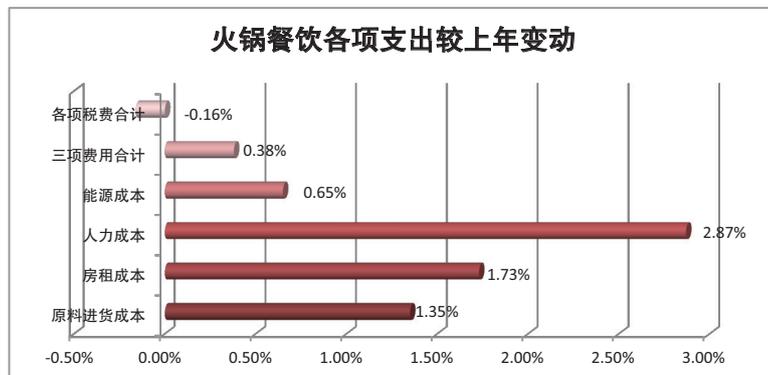
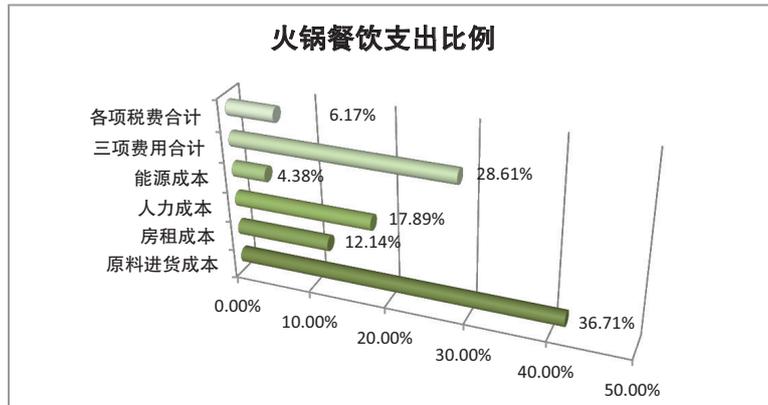




5、盈利情况



6、支出比例及变动



7、员工流失

年平均员工流失率 :38.46%

8、移动支付

占营业额比例：58.46%



(三) 快餐市场分析

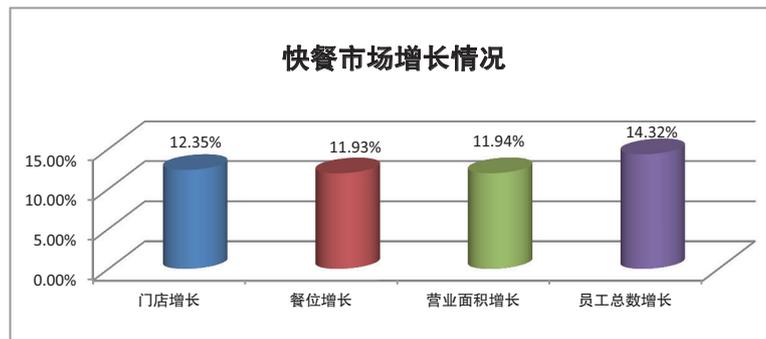
1、营收情况

项目	数值	同比
每平米营收	2.51 万元	-2.15%
每餐位营收	3.43 万元	-2.37%
人均劳效	18.11 万元	5.78%

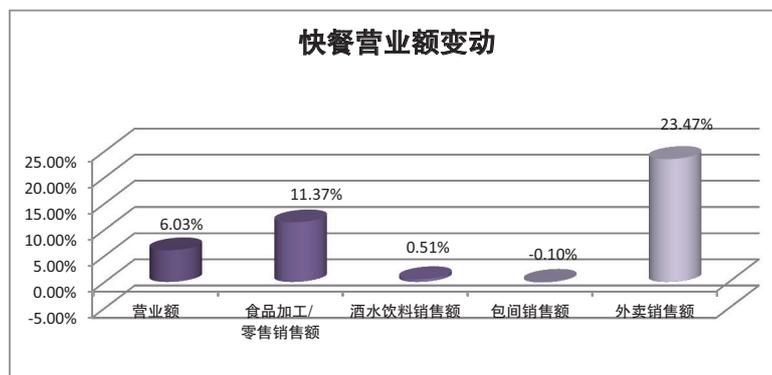
2、消费变化

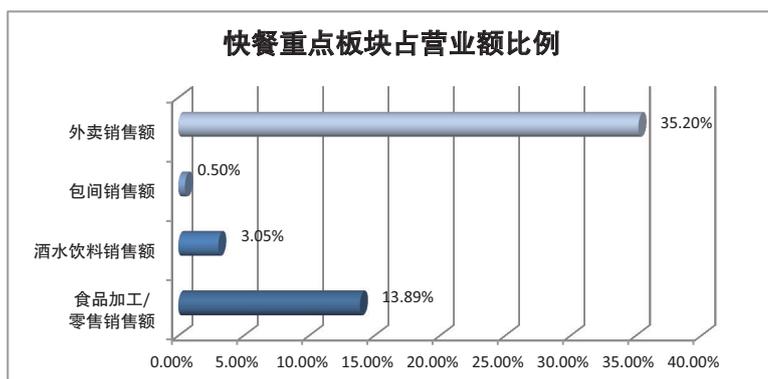
项目	数值
人均消费较上年变化	6.87%
消费较上年变化	1.90%

3、增长情况

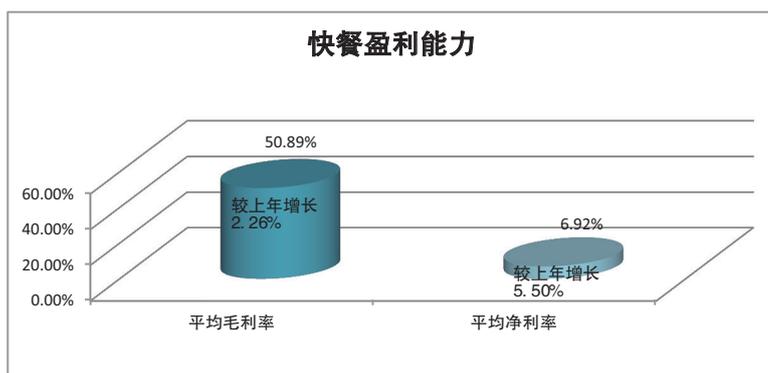


4、营业额变动及构成

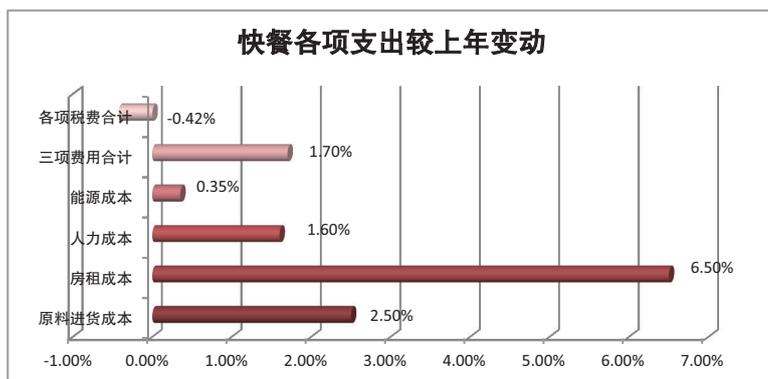
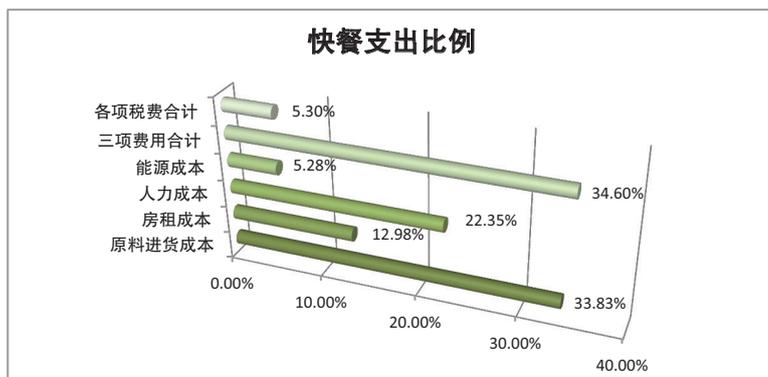




5、盈利情况



6、支出比例及变动



7、员工流失

年平均员工流失率 :44.04%

8、移动支付

占营业额比例：64.04%

(四) 团餐市场分析

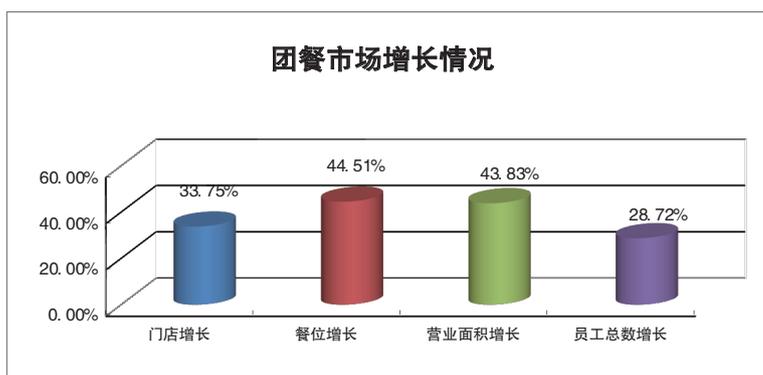
1、营收情况

项目	数值	同比
人均劳效	21.68 万元	-1.42%

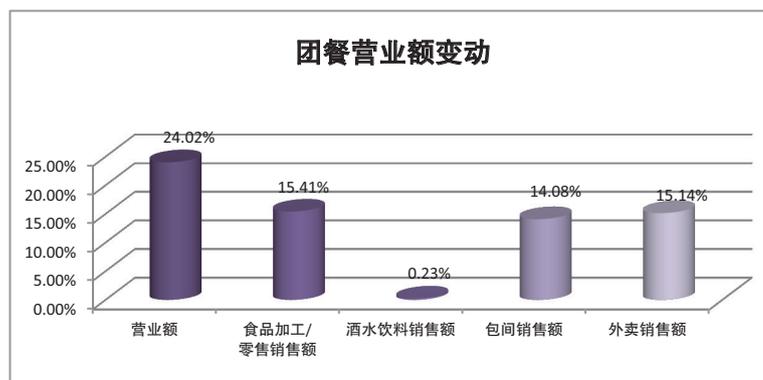
2、消费变化

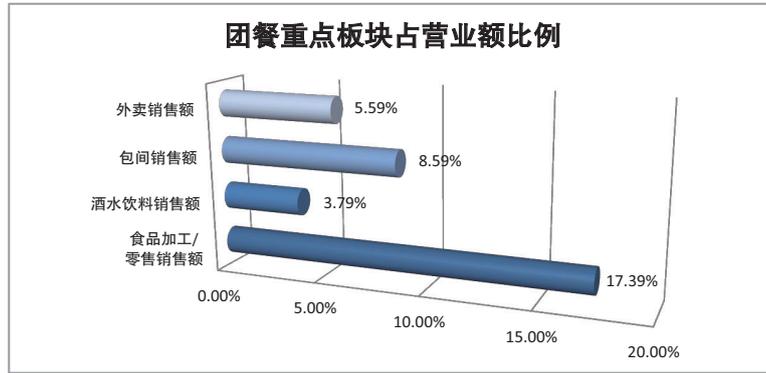
项目	数值
人均消费较上年变化	2.82%
消费人次较上年变化	17%

3、增长情况

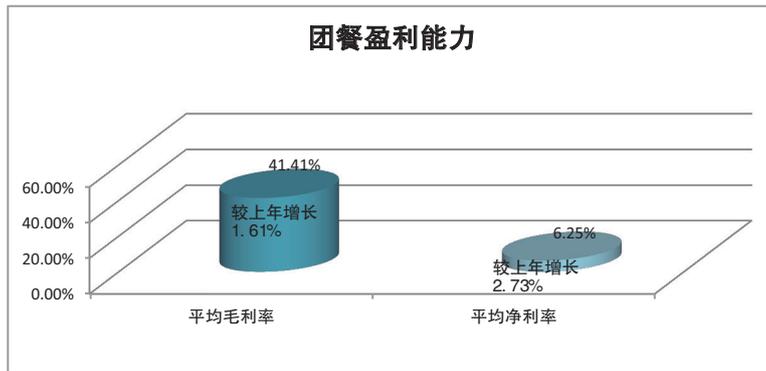


4、营业额变动及构成

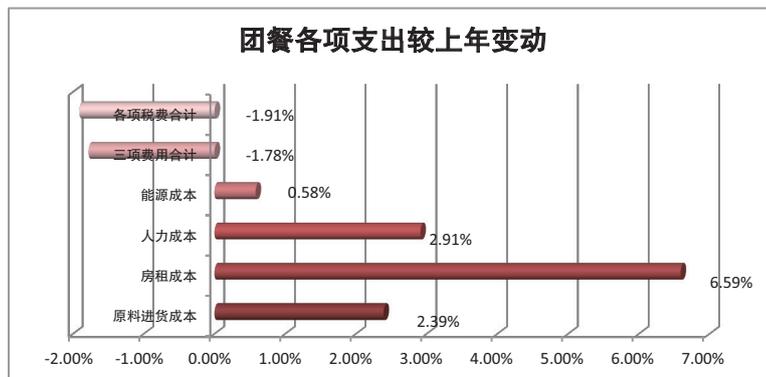
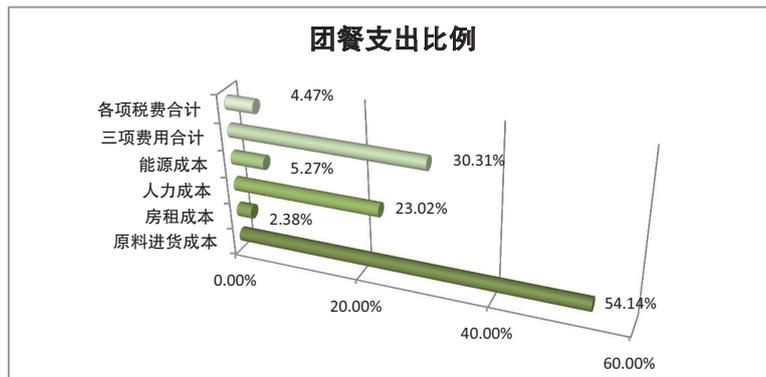




5、盈利情况



6、支出比例及变动



7、员工流失

年平均员工流失率 :57.28%

8、移动支付

占营业额比例：7.89%



(五) 西餐及休闲餐饮市场分析

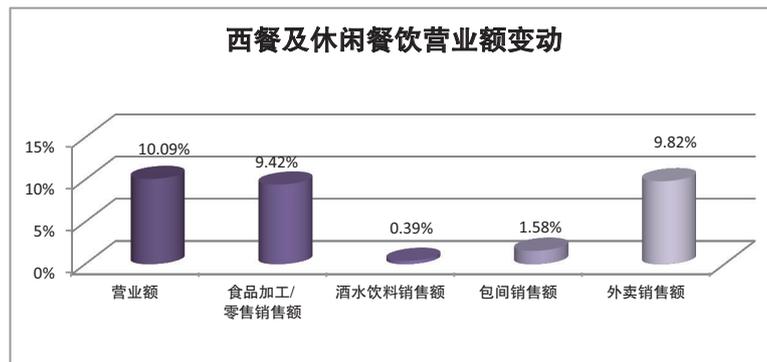
1、营收情况

项目	数值	同比
每平米营收	1.45 万元	-2.35%
每餐位营收	4.28 万元	1.48%
人均劳效	20.53 万元	-8.59%

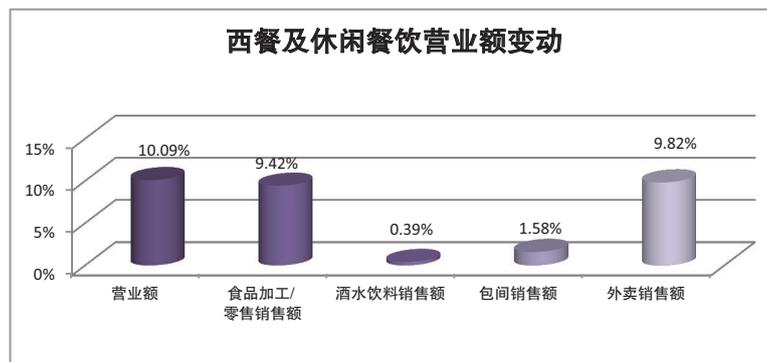
2、消费变化

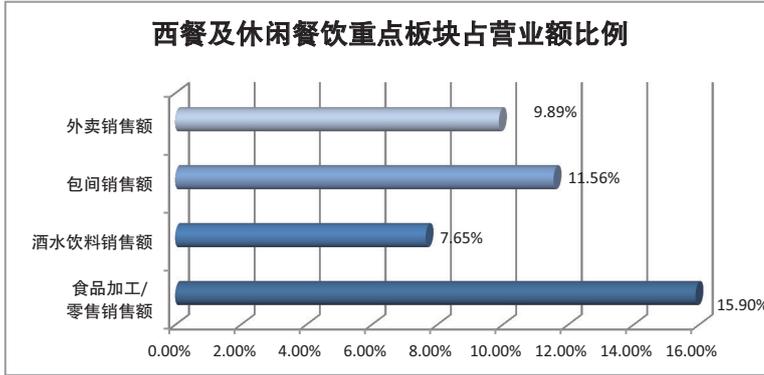
项目	高档餐饮	中档餐饮	大众餐饮
人均消费较上年变化	-15.96	12.82%	12.25%
消费人次较上年变化	-13.11%	-2.27%	35.55%

3、增长情况

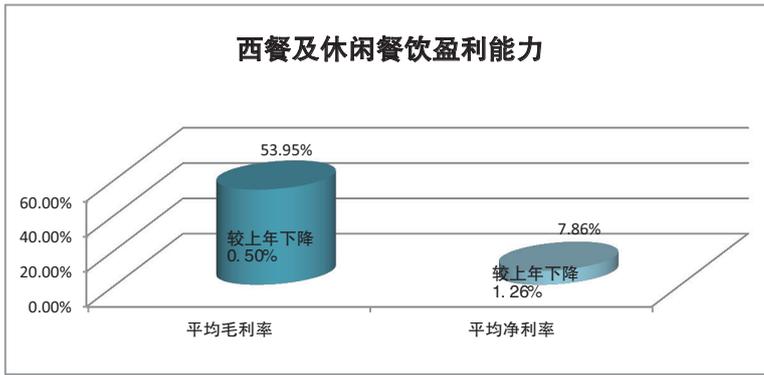


4、营业额变动及构成

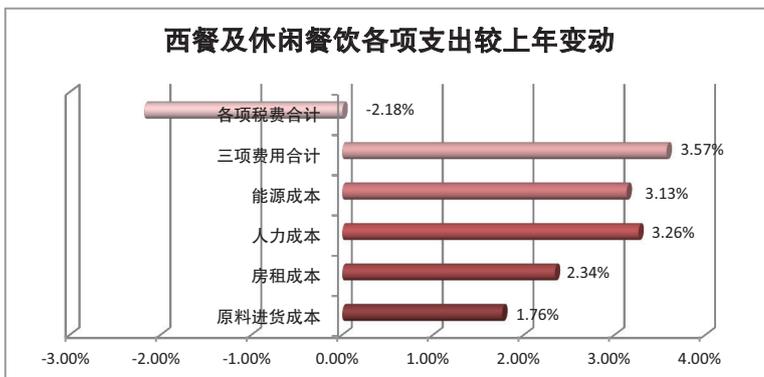
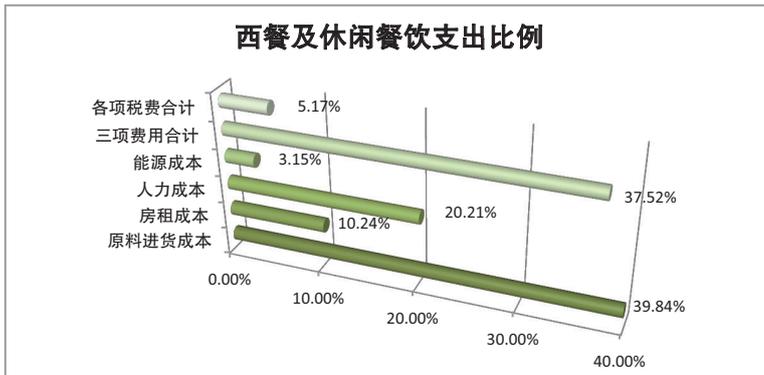




5、盈利情况



6、支出比例及变动



7、员工流失

年平均员工流失率 :37.11%

8、移动支付

占营业额比例：52.62%

（六）餐饮上市公司经营分析¹

2017年全国餐饮业在宏观经济稳步发展、大众消费持续增强、餐饮升级持续推动下稳健增长，全年餐饮收入39644亿元，比上年增长10.7%。餐饮业已经成为为人们美好生活服务的重要产业。特色餐饮、团餐、休闲餐饮、外卖快速发展，表现突出。

2017年餐饮业的资本市场中，发生了一些变化。广州酒家成功登陆A股市场，新丰小吃走入新三板，丰收日、香草香草、华磊股份终止挂牌。迄今为止，餐饮业主板上市企业已有3家：西安饮食、全聚德、广州酒家；新三板企业有20家（其中狗不理因属食品制造，也纳入餐饮范畴），即：洛阳餐旅、百富餐饮、紫罗兰、优格花园、粤珍小厨、望湘园、红鼎豆捞、华鼎团膳、伊秀股份、新五心、小尾羊、幸运时间、小六汤包、顺风股份、千吉莱、咖啡之翼、优鼎优、金百万、狗不理、新丰小吃。

本部分整理汇集了主板、新三板及部分港板上市餐饮企业的主要经营指标（除了紫罗兰、望湘园在本稿截止前仍未发布年报），从中也可看出行业发展的方向所在。

主板企业

西安饮食

报告期内，主营业务为餐饮服务和工业化食品生产及销售。

报告期内，公司实现营业收入4.94亿元，同比下降1.35%；归属于上市公司股东的净利润-1125万元，同比下降191.11%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润-1298万元，同比增长43.44%；按公司期末总股本计算，每股收益-0.0225元，同比下降191.09%；总资产10.76亿元，较年初增加2.46%。

其中，餐饮服务营业收入3.84亿元，较上年降低3.70%；营业成本2.61亿元，较上年降低4.67%；毛利率32.03%，较上年增长0.69%。生产制造营业收入5071万元，较上年增长27.28%；营业成本3948万元，较上年增长33.17%；毛利率22.15%，较上年降低3.45%。

报告显示，期末餐饮服务营收占比77.76%，较上年减少1.90%；生产制造占比10.27%，较上年增长2.31%。

报告称，由于受市场大环境的冲击，加之场地租赁、历史原因和人员负担重等问题，公司所属老字号企业面对当前餐饮市场及客源结构发生的新变化，目前经营仍显艰难。同时，公司通过积极调整产品结构，强化质量管控，探索建立内部与市场化渠道相结合的营销新路子，进驻商超便利连锁店，开展线上销售，抢占市场份额，食品工业稳步发展，公司食品工业实现销售收入同比增长37.99%。全年拓展新网点27个，先后开设“五一大包”连锁店25家、同盛祥“华为”店和曲江加盟店，经营效果良好。

全聚德

报告期内，主营业务为中式餐饮服务和食品生产销售两大板块。

2017年度营业收入为18.61亿元，同比增长0.72%；利润总额为2.05亿元，同比上

¹ 本部分内容摘编自各公司2017年报。

升 3.81%；归属于母公司所有者的净利润为 1.36 亿元，同比下降 2.57%；基本每股收益为 0.4409 元，同比下降 2.56%；加权平均净资产收益率为 9.27%，同比下降 0.70%；扣除非经常性损益的净利润为 11,944 万元，同比下降 5.68%；接待宾客 804.07 万人次，同比上升 4.35%；人均消费同比下降 3.97%；上座率同比下降 2.21%。

其中，餐饮服务营业收入 13.50 亿元，较上年增长 0.30%；营业成本 4.09 亿元，较上年降低 4.05%；毛利率 69.71%，较上年增长 1.37%。商品销售营业收入 4.61 亿元，较上年增长 2.27%；营业成本 2.95 亿元，较上年增长 1.66%；毛利率 35.92%，较上年增长 0.38%。

报告显示，期末餐饮服务营收占比 72.55%，较上年增加 0.30%；商品销售占比 24.78%，较上年增长 2.27%。

报告显示，2017 年，公司确立了品牌连锁化、系列化的发展战略，提出了“提质、复制、孵化和管理升级”行动策略，开启公司各品牌全面升级的进程。公司面对国家致力打造京津冀、长三角世界级城市群的宏伟蓝图，划分了京津冀和长三角（长江经济带）2 个重点区域，提出深耕打透重点区域市场的发展思路，一手抓升级复制门店；一手抓孵化品牌。2017 年新开全聚德北京亦庄店、绍兴店、镇江店、上海控江路店等 7 家店。

广州酒家

报告期内，主营业务是食品制造与餐饮服务。

报告期内，公司营业收入 21.89 亿元，同比增长 13.08%；归属于上市公司股东的净利润 3.40 亿元，同比增长 27.62%；每股收益 0.8981 元，同比增幅 19.21%；加权平均净资产收益率 26.35%；整体毛利率 53.15%，同比提高 0.21%。

其中，餐饮业营业收入 5.59 亿元，较上年增长 20.78%；营业成本 2.13 亿元，较上年增长 19.15%；毛利率 61.86%，较上年增长 0.52%。食品制造营业收入 15.95 亿元，较上年增长 11.42%；营业成本 8.01 亿元，较上年增长 11.09%；毛利率 49.76%，较上年增长 0.15%。餐饮业和食品制造业占主营业收入的比例分别为 25.79% 和 73.56%。

报告称，公司根据“餐饮立品牌，食品创规模”的双轮驱动战略，在报告期内，继续聚焦主业，强化内部管理，调整市场策略。报告期内公司加速开发新客户，重点推广核心产品，加强拓展零售终端在华东、华中等区域的覆盖，报告期内，境内广东省外和境外的营业收入增长较高，分别为 28.28% 和 18.85%。报告期末公司拥有 17 家餐饮直营店、1 家餐饮参股经营店。

新三板企业

洛阳餐旅

报告期内，主营业务是餐饮及酒店客房服务。

报告期内，公司营业收入 1.36 亿元，比上年同期下降 5.78%；营业成本 4886.09 万元，比上年同期增长 4.33%；净利润 184.71 万元，比上年同期下降 77.81%；毛利率由上年的 67.46% 降为 63.97%。报告期末，公司总资产为 1.93 亿元，比上年末增长 3.35%；归属于挂牌公司股东的净资产 1.56 亿元，比上年末增长 101.97%。

报告称，营业收入下降是由于受中国传统文化的影响，两头春，新人办理婚宴的场次减少的原因，使收入降低；而营业成本增加是因为宴席预定减少，为提高宴席预定量，增加菜量，使得营业成本增加，利润下降。

百富餐饮

报告期内，主营业务是西式快餐。

报告期内，公司实现营业收入 2.16 亿元，同比增加 27.16%；归属于挂牌公司股东的扣除非经常性损益后的净利润为 1261.93 万元，同比增长 68.95%；毛利率由上年的 65.75% 增长至 66.12%。

报告称，外送业务的持续增加及储值卡业务的大幅增长导致收入增加。报告期内，外送业务增加 3800 万元。

优格花园

报告期内，主营业务是第三代冰淇淋的销售及为创业投资者提供创业整体服务。

报告期内，公司实现营业收入 600.74 万元，较去年降低 44.53%；营业成本 503.85 万元，较去年同期增长 57.38%；实现净利润 -474.85 万元，较去年同期降低 331.93%；公司毛利率为 16.13%，较上期降低 54.31%。公司总资产 1711.77 万元，较去年同期降低 22.92%。

报告称，营业收入降低主要原因为行业竞争激烈，投资创业者选择范围较大，对比较多，会选择使其预算投入低的企业，导致公司签单量减少，直接影响到了品牌创业整体解决方案服务收入。

粤珍小厨

报告期内，主营收入为团膳业务和中式连锁餐饮。

报告期内，公司营业收入 1.40 亿元，较上年同期增长 13.50%；归属于挂牌公司股东的净利润 622.60 万元，较上年同期增长 24.09%；毛利率为 58.26%，较上年同期降低 0.13%。

其中，公司供餐收入占比 89.26%，比上年增加 0.35%；面馆收入占比 8.62%，比上年减少 1.1%；配送收入占比 2.12%，比上年增长 0.75%。

报告称，营业收入增长主要是公司新增经营项目网点和对原来的项目网点业务增值服务项目的提升。净利润增长主要是因为营业收入增长的同时，费用增幅较收入增幅较小。

红鼎豆捞

报告期内，主营业务为海鲜火锅餐饮。

报告期内，公司营业收入 1.73 亿元，较上年增长 12.15%；毛利率 66.29%，较上年增长 0.45%；归属于挂牌公司股东的净利润 -593.55 万元，较上年下降 913.28%。

报告称，净利润下降是因为北京、上海店面经营选址失误，商圈内、外客源引流不足，难以支持日常经营开支，北京和上海亏损共 2,095 万元所致。除此之外公司其他分店主营

业务项目运行正常。

华鼎团膳

报告期内，主营业务为团体供餐、食材销售服务。

报告期内，公司营业收入 2.93 亿元，比上年增长 33.05%；毛利率 18.08%，比上年下降 2.2%；归属于挂牌公司股东的净利润 2755.58 万元，比上年增长 20.31%。期末，公司总资产为 1.43 亿元，同比增长 38.18%。

报告称，营业收入增长主要系 2017 年公司销售业绩增加，新开餐点，团体供餐销售收入增加所致。

伊秀股份

报告期内，主营业务为日式料理及简餐服务。

报告期内，公司营业收入 1.44 亿元，较上年增长 9.1%；毛利率 65.47%，较上年下降 1.47%；归属于挂牌公司股东的净利润 203.53 万元，较上年下降 78.25%。

报告显示，公司营业收入增长是因为增加新店，收入增加。净利润下降主要是因为公司财务费用和销售费用上升，分别上升 13.95% 和 29.34%。

新五心

报告期内，公司主要采取以食堂经营管理、商业连锁经营、农产品加工配送为发展重点的商业模式。

报告期内，营业收入 6038.65 万元，比上年增长 32.32%；毛利率 19.68%，比上年增长 2.97%；归属于挂牌公司股东的净利润 363.62 万元，比上年增长 113.72%。

报告称，公司净利润增长，主要是因为公司市场业务及产品销售增长，营业收入和毛利率增长。

小尾羊

报告期内，公司主营业务为餐饮经营、餐饮加盟、餐饮咨询服务及物流销售。

报告期内，营业收入 2.52 亿元，比上年增长 3.01%；毛利率 56.09%，比上年增长 1.08%；归属于挂牌公司股东的净利润 228.75 万元，比上年增长 544%。

报告称，净利润增长主要原因是报告期内根据小尾羊业务发展需要，合理的税收筹划，将餐饮公司下设的全资子公司内蒙古小尾羊餐饮管理有限公司的加盟板块业务并入到餐饮公司核算，为小尾羊节约企业所得税约 164.00 万元。

幸运时间

报告期内，公司主营业务是大中型美食广场的餐饮管理服务。

报告期内，营业收入 2722.92 万元，比上年增长 32.75%；毛利率 40.62%，比上年增长 9.67%；归属于挂牌公司股东的净利润 576.00 万元，比上年增长 378.78%。

报告称，公司净利润增长主要是由于营业收入增加，且期间费用减少所致。银业收入

增加一方面是由于密云店品牌调整完毕，并且已经进入正常运营状态，增加了营收，另一方面是由于子公司西藏幸运时间的业务发展稳步增长，给公司带来了有利的增长空间。

小六汤包

报告期内，公司通过直营店为客户提供特色汤包及菜品的餐饮服务。

报告期内，营业收入 2.64 亿元，比上年增长 25.43%；毛利率 62.03%，比上年西江 1.01%；归属于挂牌公司股东的净利润 1713.36 万元，比上年增长 69.52%。

报告称，公司净利润增长，主要原因是业务规模增长引起营业利润的增加，同时收到政府补助。2017 年度公司新开 10 家直营店。截至 2017 年 12 月 31 日，公司下辖直营门店数合计 54 家，其中西安地区 40 家，宝鸡地区 10 家，郑州地区 3 家，兰州地区 1 家。

顺风股份

报告期内，公司主营业务为餐饮服务。

报告期内，营业收入 10.02 亿元，比上年增长 8.98%；毛利率 56.57%，比上年下降 0.5%；归属于挂牌公司股东的净利润 7980.85 万元，比上年下降 2.05%。

报告称，营业收入增长主要原因：（1）主要对部分热销菜品提高了售价，同时对菜单进行了调整。（2）2017 年新开了 6 家门店，川沙店已盈利，大多数新门店在下半年开业，发展发展趋势良好。（3）受惠国家营改增等利好政策，公司 2017 年扣除进项税后营业成本有所下降。净利润减少主要原因：四家店受大楼装修或自身装修影响营业，新开 6 家门店的开办费一次性摊销和部分门店改造开办费一次性摊销费用影响了净利润。

报告显示，截至期末，公司品牌全国门店数共计 28 家。2017 年新开 6 家门店（包含 2018 年 2 月开业的西部顺风）。

千吉菜

报告期内，公司主营业务为旅游餐饮与住宿。

报告期内，营业收入 3348.81 万元，比上年增长 11.82%；毛利率 22.35%，比上年下降 2.56%；归属于挂牌公司股东的净利润 123.22 万元，比上年增长 2.66%。

报告称，公司营业收入增长，主要系公司新设立了控股子公司台州吉派开展生鲜销售业务，为公司增加营业收入 358.09 万元；公司客房业务收入也较去年同期有所增长，增长率达 14.41%。

咖啡之翼

报告期内，公司主要从事餐饮服务和品牌加盟业务。

报告期内，营业收入 1.05 亿元，比上年增长 65.22%；毛利率 45.16%，比上年下降 2.88%；归属于挂牌公司股东的净利润 941.39 万元，较上年同期扭亏为盈。

报告称，公司营业收入增长，主要因为公司拓展智能咖啡机和供应链业务，共计为公司产生收入 4845.85 万元。

优鼎优

报告期内，公司主营业务为基于门店和互联网平台销售以川式冒菜为主的川味快餐产品。

报告期内，营业收入 1.09 亿元，比上年增长 9.89%；毛利率 62.55%，比上年增长 3.17%；归属于挂牌公司股东的净利润 22.47 万元，转亏为盈，上年同期亏损 306.41 万元。

报告称，公司净利润转亏为盈，主要原因是收入增加金额超过费用增长金额，并且当期理财收入增加，导致当期利润增加。

金百万

报告期内，公司主营业务为正餐服务。

报告期内，营业收入 2.67 亿元，比上年减少 10.30%；毛利率 64.34%，比上年增长 3.97%；归属于挂牌公司股东的净利润 2204.80 万元，比上年减少 28.91%。

报告称，报告期内，公司餐饮业务经营情况平稳。期末公司有 47 家实体门店，拥有 160 万会员。公司大力开展线上业务，目前主要以外卖为主，所有门店实现了线上线下全面打通，目前外卖业务的流水已接近餐饮门店收入的 40%，同时金百万以特许加盟的方式快速推广线上网络餐厅，目前北京的网络餐厅已达 300 余家，日交易单量 3 万以上。

狗不理

报告期内，公司主营业务为速冻食品生产和销售。

报告期内，营业收入 1.08 亿元，比上年增加 7.23%；毛利率 39.80%，比上年增长 6.34%；归属于挂牌公司股东的净利润 1820.82 万元，比上年增长 33.21%。

报告称，净利润增加主要是因为以下四个方面所致：①保持原有传统销售稳步增长的同时，新的电商销售渠道营业收入同比增长 59.37%；②优化产品结构，包子自动化生产线研制实验成功，产量提高，摊薄了生产成本，提升了毛利率 6 个百分点；③合理利用不动产，租赁收入实现 69 万元；④合理偿还部分银行贷款，财务费用减少 16 万元，⑤公司通过高新企业认定，企业所得税率由 25% 下降到 15%。

新风小吃

报告期内，公司是以供应包子、小笼、馄饨、粉丝等杭式小吃为主的中式餐饮服务连锁企业。

报告期内，营业收入 1.54 亿元，比上年增长 3.90%；毛利率 65.12%，比上年增长 2.47%；归属于挂牌公司股东的净利润 1042.81 万元，比上年增加 14.22%。

截止 2017 年 12 月 31 日，公司拥有的直营门店 24 家，加盟店 31 家，正在经营的加盟门店 29 家。

港板企业

味千

2017 年度，公司实现营业额 23.32 亿元人民币（下同），同比下滑 2.0%；净亏损

4.86 亿元，上年同期净利润 6.65 亿元；毛利率 75.2%，比上年增加 3.2 个百分点。

公告显示，2017 年年度的毛利达到约人民币 17.54 亿元，较 2016 年同期的约人民币 17.12 亿元增加约 2.5%。年内，味千中国的存货消耗成本占营业额的比例为 24.8%，较去年同期下降 3.2 个百分点；毛利率由 72.0% 增至 2017 年 75.2%；此外，集团租金及相关成本占营业额的比例为 16.4%，较上年同期上升 0.1 个百分点。

报告显示，2017 年集团外卖营业额 1.94 亿元，比上年增长 94.38%，外卖业务在营业额中的占比为 8.8%，比去年提升 4.3 个百分点。

截至 2017 年 12 月 31 日，集团共拥有 704 家味千连锁餐厅。2017 年净增加 54 家门店。其中，中国大陆地区新开 109 家、香港地区新开 4 家，共计新开 113 家；中国大陆地区关闭 49 家，香港地区关闭 10 家，共计关店 59 家。

呷哺呷哺

2017 年度，公司实现收入 36.64 亿元人民币（下同），同比增长 32.8%；公司拥有人应占利润 4.2 亿元，同比增长 14.2%；经调整纯利 4.32 亿元，同比增长 15.9%。

溢利增长主要得益于该集团致力扩张餐厅网络，以及全国同店销售强劲增长 8.5%，进而导致该集团的餐厅层面经营利润取得 25.4% 的增长。

截止到 2017 年 12 月 31 日，公司共有餐厅 759 间，比上年增加 120 间；2017 年翻座率为 3.3，顾客人均消费 48.4 元，去年的数字相应为 3.4 和 47.7 元；2017 年，公司新开张 136 间餐厅及 19 间凑凑餐厅。

国际天食

2017 年度，公司实现收入 19.12 亿元人民币（下同）；毛利为 13.95 亿元；毛利率增长 1.3%；净利润达 1.02 亿元，较 2016 年 0.34 亿元增加 0.68 亿元，增长率达 197.7%。

报告称，净利润增长主要得益于以“南小馆”为代表的年轻时尚休闲品牌经营增长显著、标准供应链赋能效率提升、新增量业务获增长以及总部管理职能效能优化。

截止 2017 年末，南小馆新增 4 家直营门店，自营餐厅总数量达 23 家。2017 年南小馆全部餐厅收入 2.64 亿元，同比 2016 年增长 10.4%；同店可比收入增长 13.8%；2017 年度南小馆品牌餐厅经营利润 0.37 亿元，同比 2016 年度增长 108.7%（未经审核）。2018 年公司计划将在香港、上海、北京等国际一线城市开设至少 12 家直营门店。

唐宫中国

2017 年度，集团收益 13.56 亿元人民币（下同），同比增长 8.6%；股东应占溢利 1.31 亿元，同比增长 30%。毛利率 64.4%，对比 2016 年同期上升 1.5%。

公告称，收益增长主要来自于新店的拓展、增长店的贡献以及现有分店之同店增长。2017 年唐宫中国的网上销售收益相比上年达到接近 2 倍的增长。

截止到 2017 年 12 月 31 日，唐宫中国共经营 42 家自营餐厅、14 家特许经营餐厅及 6 家合营餐厅。2017 年，中式正餐新增 3 家分店。



第二部分 2018餐饮企业家信心指数分析报告

中国饭店协会、零点餐饮行业研究中心

引言

随着我国供给侧结构性改革深入推进，餐饮行业维持着平稳向好的发展态势。国家统计局数据显示，2017年，全国餐饮收入近4万亿元，同比增长10.7%。限额以上单位餐饮收入9751亿元，同比增长7.4%，品牌餐饮引领作用显著。与此同时，餐饮业在扩内需、促消费、稳增长、惠民生方面的作用强劲。2017年，餐饮市场将与整个消费市场发展速度（10.2%）的领先优势扩大至0.5个百分点，餐饮收入总规模占到社会消费品零售总额的10.8%，餐饮市场对整个消费市场增长贡献率达到11.3%，拉动消费市场增长1.2%。

在消费者越来越关注产品和服务质量的趋势下，餐饮消费逐渐由价格导向转为品牌导向。餐饮企业愈加重视品牌塑造和深耕，以及品牌维护和传承。市场竞争从业态品类进化为品牌之争，充分体现出餐饮行业发展已上升至一个新阶段。

餐饮行业发展方式正由外延扩张型向内涵集约型转变、由规模速度型向质量效率型转变，逐步在经营管理、品牌塑造、模式创新、技术应用、现代供应链等环节全方位改进。餐饮业供给侧结构性改革以提高供给质量为主攻方向，以提高发展质量和效益为中心。

众多餐饮企业正在短板领域谋求新发展，不懈探索如何运用新技术完善产品和服务的质量，共同提升全行业的质量和效应。为了更好地了解餐饮企业家对于行业现状与未来发展的信心，零点餐饮行业研究中心对中国餐饮行业的发展信心做了相关研究与分析。

一、餐饮企业家信心指数编制与计算方法

（一）信心指数编制方法

餐饮企业家信心指数是餐饮行业企业家对行业发展形势各方面进行综合判断后得出的主观评价和对未来发展的心理预期,是反映餐饮行业企业家总体信心程度及其变动的指标。

与餐饮企业家信心指数相类似的行业指数报告还有企业景气指数和服务行业发展信心指数等。

基于我国行业发展信心指数的编制标准,本报告所提出的餐饮企业家信心指数总指数和分指数均由“现状指数”和“预期指数”构成,反映相关行业从业者对当前的主观评价和对未来半年的心理预期,是描述当前餐饮行业发展状况,预测行业未来走势的一个先行指标。具体指标包括宏观经济环境、餐饮服务业融资环境、餐饮服务业政策环境、餐饮企业经营成本、餐饮企业盈利状况、投资意愿 6 个分指数。其中宏观经济环境、餐饮服务业融资环境、服务服务业政策环境是影响行业发展的外部环境信心要素,餐饮企业经营成本、餐饮盈利状况、投资意愿是影响行业发展的企业内部信心要素。

由此,本信心指数分立三级指标,第一级指标是餐饮行业整体乐观情况,第二级指标是外部环境信心和企业内部信心,三级指标就是上面提到的宏观经济环境、餐饮服务业融资环境、餐饮服务业政策环境、餐饮企业经营成本、餐饮企业盈利状况、投资意愿六大分指数,具体指标体系请见表一:

表一 餐饮企业家信心指数指标体系

一级指标	二级指标	三级指标
餐饮行业总体乐观情况	外部环境信心	宏观经济环境
		餐饮服务业融资环境
		餐饮服务业政策环境
	企业内部信心	企业经营成本
		企业盈利情况
		企业投资意愿情况

（二）信心指数计算方法

餐饮企业家信心指数取值在 0 至 200 之间,其中 0 表示非常悲观,即最没信心;200 表示非常乐观,即最有信心;当指数大于 100 时,表示餐饮企业家的信心是积极的,乐观的;当小于 100 时表示餐饮企业家的信心是消极的,是悲观的;而等于 100 则意味着餐饮企业家持一种中立的态度。

信心指数计算遵循以下步骤与方法:

1. 先通过加权平均法计算三级指标细分项的现状信心指数和未来信心指数
2. 然后,通过以下公式计算三级指标的评价项目总体指数,即将现状和未来信心指

数合并

评价项目总体指数 = 0.4 × 现状信心指数 + 0.6 × 未来信心指数

3. 结合三级指标评价项目总体指数得分和三级指标和一级指标相关系数所得的权重，推算二级指标的现状和未来指数分值，再根据评价项目总体指数公式计算二级指标的总指数

4. 根据评价项目总体指数公式计算一级指标的总指数分值

5. 注意：三级指标和一级指标的细分指数分值数据均为提问所得，二级指标为推算所得



二、数据收集情况

本次调查主要以问卷调查方式对餐饮企业家进行访问，一是依托零点餐饮行业研究中心公众号问卷填答平台对数据进行收集，二是利用中国饭店协会平台手填问卷形式收集数据，调查期限为2018年1月10日至2018年2月10日。本次调查共有效访问89位餐饮企业中高层管理者，**具有餐饮企业家身份话语权**。调查餐饮企业覆盖中式正餐（江浙菜、川菜、北京菜、东北菜、粤菜、清真、烧烤、海鲜等）、西餐、日本料理、韩国料理、火锅、团餐等十余种多元业态和单业态企业；包括国有企业、外资企业和民营企业；涵盖北京、上海、广州、成都、重庆、昆明、沈阳及其他省市等地区，**数据具有餐饮行业广泛代表性**。

本问卷主要从**非常乐观、比较乐观、一般、比较悲观、非常悲观**五个维度衡量和评价企业家对于餐饮行业发展的信心程度。

三、信心指数整体分析

餐饮企业家对行业发展抱比较乐观态度：从表二调查数据显示，中国餐饮行业总体发展态势良好，餐饮行业总体乐观情况指数（一级指标）得分为 159.0 分，处于比较乐观区域。受访者对餐饮行业未来的信心指数得分为 159.7 分，对于现状的信心指数得分为 157.8 分。其中，高达 82.0% 的餐饮企业家对未来餐饮行业发展持乐观态度，仅 1.1% 表示悲观，说明行情被普遍看好。对比近三年的数据，餐饮企业家对餐饮行业发展的总体乐观态度（无论是现状还是未来）呈现持续上升态势。值得注意的是，从 2016 年到 2017 年，餐饮企业家的信心指数同比增幅达 27.9%，上涨显著。2016 年初，国民经济下行压力加大，餐饮业经历行业洗牌和探索调整，初步进入理性回归、满足大众需求、适应市场变化的新常态，餐饮市场的发展显露回暖征兆，在这个行业调整的过渡阶段，餐饮企业家的信心相对低迷；至 2017 年，国民经济运行缓中趋稳，稳中向好，经济发展进入增速换挡阶段，餐饮市场也随之强势回暖并逐渐趋于稳定，企业家的信心也因此显现出较大幅度的提升。

表二 一级指标指数分值（N=89）

指标名称	评价项目总体指数	评价项目现状信心指数	评价项目未来信心指数
餐饮行业总体乐观情况 -2018 年	159.0	157.8	159.7
餐饮行业总体乐观情况 -2017 年	151.3	150.0	152.2
餐饮行业总体乐观情况 -2016 年	118.3	118.6	118.1

餐饮企业家对行业外部环境的信心较高于企业内部：表三调查数据显示，从二级指标内外部环境和企业内部信心角度去看，餐饮企业家对外部环境的信心较高于企业内部信心，外部环境信心总体指数为 159.8 分，企业内部信息总体指数为 158.0 分。近三年的数据对比结果均呈现外部环境信心指数稍高于企业内部信心的一致情况。

表三 二级指标指数分值（N=89）

指标名称	评价项目总体指数	评价项目现状信心指数	评价项目未来信心指数
外部环境信心 -2018 年	159.8	159.6	160.0
外部环境信心 -2017 年	155.7	153.7	157.0
外部环境信心 -2016 年	104.7	103.7	105.3
企业内部信心 -2018 年	158.0	156.0	159.4
企业内部信心 -2017 年	148.8	147.9	149.4
企业内部信心 -2016 年	103.7	101.5	105.2

表四 三级指标指数分值 (N=89)

维度	指标名称	评价项目 总体指数	评价项目现状 信心指数	评价项目未来 信心指数	影响权重 (%)
外部环境信心	宏观经济环境	172.8	174.2	171.9	23.4%
	餐饮服务业 融资环境	147.5	148.9	146.6	14.7%
	餐饮服务业 政策环境	150.8	146.1	153.9	13.5%
企业内部信心	企业经营成本	132.1	131.5	132.6	8.2%
	企业盈利情况	165.8	161.8	168.5	19.6%
	企业投资 意愿情况	160.9	160.2	161.4	20.6%

数据来源：《2018年餐饮企业家信心指数》，零点餐饮行业研究中心

从三级细分指标去看，餐饮行业保持稳中有进：见图四，对比近三年的数据，本年餐饮行业继续保持稳中求进态势。三级指标中，除了宏观经济环境和餐饮服务业融资环境，其余三级指标的**未来信心指数均高于现状信心指数**，表明餐饮企业家对行业未来发展信心更足。

企业家对宏观经济环境最为乐观，餐饮企业盈利状况良好：在六大三级指标中，宏观经济环境信心指数达172.8分，位居第一，说明企业家看好餐饮行业宏观经济环境发展前景，**是最为乐观的外部要素**。宏观经济状况直接影响餐饮企业的盈利空间，2017年，国内生产总值超80亿元，同比增长6.9%，全国餐饮收入39644亿元，总规模占到社会消费品零售总额的10.8%。在宏观经济整体向好的大背景下，餐饮行业持续平稳较快发展态势，餐饮企业的盈利状况喜人，企业盈利情况指数达165.8分，在六大指标中位居第二，**是企业家最为乐观的内部要素**。

餐饮服务业融资环境是企业家较为担心的外部要素：餐饮服务业融资环境指数160.9分，在外部环境三大指标中最低，其中对未来感到悲观的企业家占比达到4.6%，在外部环境三大指标中比例较高，可见企业家对行业融资环境的态度较为谨慎。从不同规模企业去看，年营业额在2000万及以下的小型企业对融资环境的信心偏低，信心指数为120.0分，年营业额在亿以上的大型餐饮企业和2000万-1亿的中型餐饮企业的对融资环境的信心相对较高，分别为164.9分和155.0分。

企业经营成本是企业家普遍担心的内部要素，但影响力较低：餐饮企业家对企业经营成本最为忧心，该指标总体分数为132.1分，为最低分数项。主要是营业额在2000万及以下的小型企业拉低指数得分，仅为116.0分，呈现较为悲观的态度。值得注意的是，大型企业未来的企业经营成本指数较高于中小型企业，从长远来看，**中小型企业对经营**

成本的信心相对较弱。此外，企业经营成本指数对总体乐观情况的影响权重仅为 8.2%，影响力在六大指标中最低，不足以影响企业家对餐饮行业发展的整体信心。

宏观经济环境是最具影响力的外部因素，企业投资意愿是最具影响力的内部因素：宏观经济环境影响权重达 23.4%，企业投资意愿指数影响权重达 20.6%，分别是最具影响力的外部因素和内部因素。这两个指标的总体得分分别为 172.8 和 160.9，在各大指标中，处于比较乐观的水平。2017 年，在供给侧结构性改革战略部署下，政府部门不断出台利好政策，改善餐饮行业发展政策环境。2017 年住宿和餐饮业税收收入 583 亿元，同比降低 11.9%，“营改增”减轻税负效果明显，而且企业减负还从“减税”逐渐向“减费”扩展延伸。2017 年全国餐饮行业食品安全状况稳中向好，食品安全监管机制进一步规范完善，不仅加强食品安全谣言防控和治理工作，还出台相关规定加强网络餐饮服务食品安全监督管理。

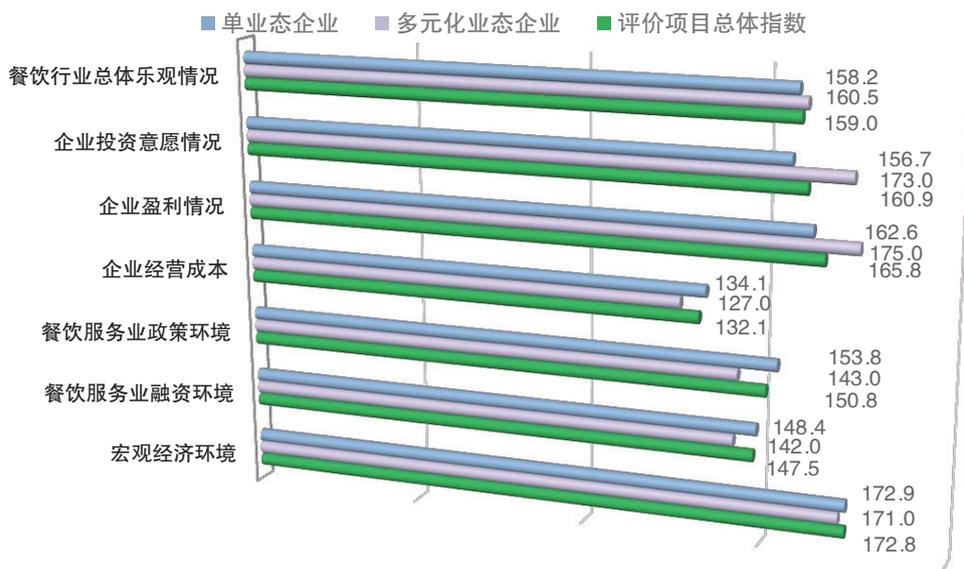


四、不同类型餐饮企业家信心指数分析

(一) 不同业态餐饮企业家对比分析

本调查餐饮业态覆盖全面，其中包括单业态餐饮企业和多元化业态餐饮企业，单业态餐饮企业是指某一种业态收入占企业总收入 90% 以上，90% 及以下则为多元化餐饮企业。本次调查中，共有 68 为单业态餐饮企业家，20 位多元化业态餐饮企业家作答。

图一 不同业态餐饮企业家信心指数 (N= 89)



多元化业态企业和单业态企业对未来餐饮行业的发展均持有较高的信心：如图一所示，多元化业态企业对餐饮行业总体乐观情况指数为 160.5 分，而单业态企业为 158.2 分，两者相差甚微。

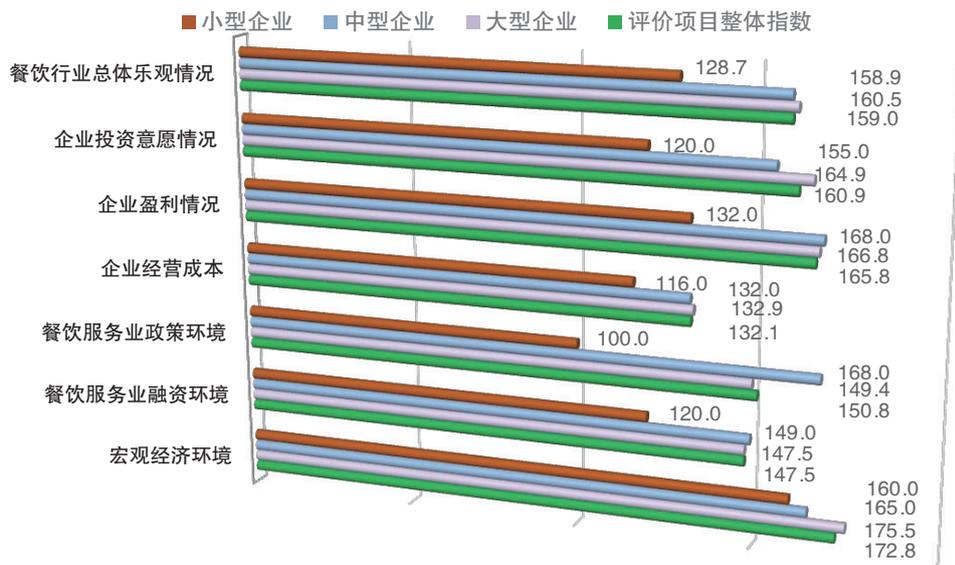
从六大细分指标角度去看，在外部因素方面，单业态企业的信心均高于多元化业态企业；在内部因素方面，除了企业经营成本，其他指数均是多元化业态企业领先。值得注意的是，在对信心指数最具影响的两个指标上，不同业态的企业家在宏观经济环境指数上的差异细微，但在企业投资意愿上，多元化业态企业得分为 173.0，单业态企业得分为 156.7，两者的差距较为显著。但整体而言，相比去年，多元化业态企业家和单业态企业家对餐饮行业的信心都更为充足。

不同业态企业的规模均有发展，餐饮业发展由规模速度型向质量效率型转变：在本次调研中，多元化业态企业有 100.0% 是大中型企业（年营业额为 2000 万以上），单业态企业中也有 92.6% 是大中型企业。中国餐饮市场正处在逐步趋近成熟的发展阶段，竞争愈发激烈，新锐的小型餐饮企业不断推陈出新，大企业也在不断扩张并巩固规模效应。规模化的餐饮企业将在**经营特色化、运营精细化以及品牌升级上持续发力。**

（二）不同规模餐饮企业对比分析

参考 2014 国家统计局、国家发展和改革委员会、财政部等部门关于印发中小企业划型标准规定的通知，可将受访餐饮企业划分为大型企业²、中型企业和小型企业，其中大型企业年营业额为 1 亿元以上，中型企业年营业额为 2000 万（不含）至 1 亿，小型企业年营业额为 2000 万及以下。在本次调查 89 个样本中，大中小型企业企业家分别占比 71.3%、23.0%、5.7%。

图二 不同规模餐饮企业家信心指数（N=89）



大中型企业信心更稳，小型企业相对谨慎：见图二，从餐饮行业的总体乐观情况指数去看，大型餐饮企业得分 160.5，中型餐饮企业得分 158.9，二者明显高于小型企业的 128.7 分，属于比较乐观区域，可见大中型餐饮企业家对餐饮行业未来发展信心更为充足。从六大细分指标去看，大中型餐饮企业信心指数均高于小型企业，小型企业的信心整体呈现谨慎乐观。在内外外部对企业家信心影响最大的两个指标上，大型和中型企业的企业投资意愿情况指数分别为 164.9 分和 155.0 分，小型企业仅为 120.0 分，大型和中型企业对宏观经济环境的信心指数分别为 175.5 分和 165.0 分，小型企业则为 160.0 分，进一步表明大中型餐饮企业的企业具备较高的信心水平。

小型企业对餐饮服务业政策环境和企业经营成本的信心较低：小型餐饮企业的企业经营成本指数为 116.0 分，对餐饮服务业政策环境的信心指数仅为 100.0 分，属于中立范围。在竞争激烈的餐饮市场中，小型餐饮企业长期面临高运营成本、低利润的经营困境；在政策方面，小型企业最关注的政策因素是政府降低企业税费负担和政府推进餐饮业转型升级的相关政策。除此之外，2017 年曝光的几起食品安全事件，引起政府和社会舆论对食品安全的高度关注，国内食品安全监管政策走势趋严趋紧，餐饮企业经营将迎来更严格的准入门槛和更严谨的规制。

^① 严格来说，划分企业规模还需要参考企业人员数目，由于本调查并无收集有效人数信息，仅以年营业额作划分标准

附件

商务部、中央文明办关于推动餐饮行业 深入开展“厉行勤俭节约 反对餐饮浪费”工作的通知

商服贸函〔2017〕385号

各省、自治区、直辖市、计划单列市及新疆生产建设兵团商务主管部门、文明办，中国烹饪协会，中国饭店协会：

为贯彻落实习近平总书记关于“推动形成绿色发展方式和生活方式”的重要指示精神，践行新发展理念，在全社会大力倡导绿色生活、反对铺张浪费，推动形成节约适度、绿色低碳、文明健康的生活方式和消费方式，商务部、中央文明办决定推动餐饮行业深入开展“厉行勤俭节约反对餐饮浪费”工作。现就有关事项通知如下：

一、持续推进餐饮节约行动

（一）减少宴席浪费。针对宴席浪费较为严重的现象，餐饮企业在提供宴席服务时，既要尊重顾客消费需求、又要体现绿色生活方式要求，科学设计菜单或套餐，合理安排宴席流程和餐台数量，切实提升餐品和服务质量，引导顾客理性定餐、合理消费。严禁餐饮企业借提供套餐服务的方式推销过量的宴席，切实减少食品浪费。

（二）深化餐饮节约。认真坚持近年来开展餐饮节约活动的有效做法，积极探索餐饮节约的新途径、新方法，推动餐饮节约活动常态化。鼓励餐饮企业在餐厅醒目位置张贴节约标识，在菜单上标明食材份量，在套餐上注明建议消费人数，并根据顾客要求提供大、中、小份量的餐品。继续深入推进“光盘行动”，鼓励餐饮企业根据人数和餐品份量主动提醒顾客适量点餐，对餐品种类提出合理建议；提供打包餐盒，适时提醒顾客打包。

（三）规范自助取餐。针对自助餐浪费等问题，学习借鉴国内外有益经验和做法，鼓励自助餐企业试行服务押金等措施，提醒顾客按需、少量、多次取餐，增强顾客节约消费的主动性。机关食堂提供餐饮，也要明确节约消费的措施。

（四）强化企业责任。国有餐饮企业要自觉履行社会责任，发挥示范带头作用，把“厉行勤俭节约 反对餐饮浪费”作为内部考核内容，将节约理念贯穿到加工、经营、管理等各个环节，减少餐厨垃圾。鼓励其他类型餐饮企业在餐厅装修、餐台安排、菜单设计、员工管理、服务流程等方面充分考虑节约消费的需要，支持餐饮企业通过提供奖励券等多种方式对顾客节约消费的行为予以奖励。

（五）严格规范服务。餐饮企业要将厉行节约列入职业培训的重要内容，加强餐饮服务人员职业道德培训，将职业道德纳入员工考核的重要内容，通过奖金奖励、荣誉激励等方式提升服务人员职业道德水平。餐饮服务人员要遵守职业道德，严格执行服务规范，在介绍推荐餐饮时，杜绝诱导消费者超出正常范围的点餐消费。

（六）增强节约能力。支持餐饮企业通过直营、加盟等形式发展连锁网络，整合现有

网点，扩大企业规模，提高品牌影响力。鼓励餐饮企业发展中央厨房或配送中心，加强业态融合，降低生产成本。

二、强化行业协会作用

（七）发出行业倡议。餐饮业协会要在行业内组织发起“厉行勤俭节约 反对餐饮浪费”的倡议，持续推动餐饮领域的节约活动，鼓励餐饮企业履行社会责任，科学引导就餐，主动提示和提供打包服务；倡导消费者遵守社会公德，摒弃“好面子”、“讲排场”的陋习，增强节约意识。

（八）加强行业自律。餐饮业协会要积极配合政府部门加快健全“厉行勤俭节约 反对餐饮浪费”的标准，结合实际制定《宴席服务规范》、《自助餐服务管理规范》等相关标准，提升餐饮企业绿色发展的水平；探索制定餐饮行业公约，引导餐饮企业主动学习、适应、引领绿色发展理念和服务方式。

（九）总结典型经验。餐饮业协会要及时总结餐饮行业厉行节约，特别是减少宴席浪费、自助餐浪费、机关食堂浪费的经验和典型，有针对性地开展主题鲜明、形式多样、内容丰富的餐饮节约实践活动，提高餐饮企业和消费者的节约意识，营造“绿色生产、绿色消费”的氛围。

三、促进养成餐饮节约习惯

（十）开展勤俭节约教育。要把餐饮节约作为职业道德、社会公德、家庭美德、个人品德教育的重要内容，引导人们增强自律意识，践行绿色生活、抵制铺张浪费。要创新开展餐饮节约的主题实践活动，结合不同领域、不同行业、不同群体的实际情况，推动餐饮节约理念进机关、进乡村、进社区、进学校、进企业、进单位，引导人们崇尚自然简约的生活方式。

（十一）文明城市示范带头。各级文明城市要认真贯彻落实《中共中央宣传部 中央文明办关于印发〈关于开展倡导绿色生活反对铺张浪费行动方案〉的通知》（文明办〔2017〕15号）及《关于推动落实〈关于开展倡导绿色生活反对铺张浪费行动方案〉的通知》（中文发电〔2017〕9号）的要求，研究细化工作方案，并认真执行。组织新闻媒体广泛宣传，刊播一批公益广告。组织当地餐饮行业积极开展“厉行勤俭节约反对餐饮浪费”工作，指导餐饮企业创新经营理念，分类分量销售，满足顾客多样化需求，引导顾客按需点餐、珍惜粮食，养成打包好习惯，自觉参与“光盘行动”，以文明风尚引领社会风尚。

（十二）文明单位积极行动。各级文明单位要加强对职工的宣传教育，加强单位食堂管理，在原料采购、饭菜制作等方面节省成本、杜绝浪费。要健全完善长效机制，将勤俭节约、反对餐饮浪费纳入职工行为规范，纳入单位后勤管理规章制度，使勤俭节约理念变成职工自觉行动。各级文明单位中的餐饮企业要充分发挥带头作用，组织“文明餐桌宣传员”开展宣传引导，通过设置公益广告、告示牌、LED屏幕播放宣传标语等方式，引导顾客文明用餐、节俭消费，推动群众养成节俭习惯。

四、切实履行政府责任

(十三) 明确目标任务。各地要加快研究制订切合本地餐饮节约工作实际的工作方案，明确进度安排，完善工作机制，加强与餐饮企业、行业协会和消费者的联系互动，充分调动社会各界的积极性，共同参与餐饮节约行动。

(十四) 完善保障措施。各地要协调相关部门建立工作机制，共同研究提出促进餐饮节约的政策措施，对有效减少餐厨废弃物的餐饮企业以及节约成效突出的单位和个人进行表彰和奖励，将餐饮企业设立的节俭消费提醒制度、餐饮节约奖惩措施和自身节约能力列入本地餐饮业发展促进政策和措施的评估内容。

(十五) 加强督促检查。各地要做好对行业协会和餐饮企业的指导工作，建立督导、检查和考核机制，加大督查和考核工作力度，深入餐饮企业进行专项检查和督导，督促基层商务主管部门及时总结工作落实情况，确保各项工作取得实效。

五、充分发挥舆论引导作用

(十六) 弘扬节约理念。充分利用各种新闻媒体，在餐饮领域大力弘扬中华民族勤俭节约、戒奢克俭优良传统，广泛开展多种形式的餐饮节约宣传活动，提倡科学、健康的饮食习惯，将倡导绿色生活、反对餐饮浪费的理念融入生活的方方面面，积极营造浓厚的社会氛围。

(十七) 加强舆论监督。针对在宴席、自助餐、机关食堂等场合浪费较为严重的现象，要注重运用媒体、公众、人大代表、政协委员等各种社会力量进行监督，对那些陋习不改，依旧讲排场、比阔气，造成餐饮浪费严重的单位和个人，要采取多种手段进行批评曝光，形成强大舆论压力，强化“节约光荣浪费可耻”的导向。

(十八) 推广经验做法。鼓励各地行业协会、基层商务主管部门积极总结餐饮行业厉行节约的成功经验和做法，报送优秀典型和案例，及时安排采访报道，引导消费者转变消费方式，养成点餐适量、不讲排场的良好习惯。

各地商务主管部门、文明办要将“厉行勤俭节约反对餐饮浪费”作为推动形成绿色发展方式和生活方式的重要内容，与有关部门一道，精心组织、密切配合、各尽其职、形成合力。要及时进行阶段性工作总结，对餐饮企业、行业协会、基层商务主管部门探索出的成功做法和经验及时报送商务部（服贸司）、中央文明办（一局）。

商务部 中央文明办

2017年7月10日

商务部办公厅关于做好2018年绿色循环消费有关工作的通知（节选）

商办流通函〔2018〕137号

各省、自治区、直辖市、计划单列市及新疆生产建设兵团商务主管部门：

为贯彻落实党的十九大关于加快生态文明体制改革的决策部署，推进绿色发展，推动消费升级行动计划加快实施，现将2018年绿色循环消费工作有关事项通知如下：

一、深入开展绿色商场创建（略）

二、大力发展绿色餐饮

发展绿色餐饮，建立健全餐饮业节能、节约发展模式，是倡导绿色低碳生活方式、满足人民群众日益增长美好生活的需要。2018年，商务部将推动出台绿色餐饮标准，构建大众化绿色餐饮服务体系，促进绿色餐饮产业化发展，培育一批绿色餐厅、绿色餐饮企业（单位）、绿色餐饮街区。同时加大绿色餐饮宣传力度，加强消费行为引导，形成“厉行勤俭节约、反对餐饮浪费”的良好社会风气。各地商务主管部门要会同有关部门健全绿色餐饮工作机制，完善政策措施，及时总结推广绿色餐饮发展的成功经验和做法，在全社会营造“绿色生活、绿色发展”的良好氛围。

三、积极推进绿色采购

绿色采购是引导绿色生产、促进绿色消费、推动流通企业构建绿色供应链的重要内容。2018年，商务部将以《企业绿色采购指南（试行）》的贯彻落实为重点，制定绿色采购行业标准，指导有关协会、企业、科研机构 and 高等院校成立绿色采购联盟，推动线上线下企业对接，提高绿色产品采购比例。各地商务主管部门要结合本地实际，制定相关配套措施，搭建绿色采购信息和服务平台，鼓励流通企业扩大绿色采购，增设绿色产品专柜或专区，引导绿色消费。

四、着力推动绿色包装（略）

五、持续推广绿色回收（略）

商务部办公厅

2018年4月20日

市场监管总局关于印发餐饮服务明厨亮灶工作指导意见的通知

国市监食监二〔2018〕32号

各省、自治区、直辖市食品药品监督管理局，新疆生产建设兵团食品药品监督管理局：

为督促餐饮服务提供者加强食品安全管理，诚信守法经营，规范公开加工过程，推动餐饮服务食品安全社会共治，根据《中华人民共和国食品安全法》的有关规定，总局制定了《餐饮服务明厨亮灶工作指导意见》，现印发给你们，请遵照执行。

市场监管总局
2018年4月26日

第一条 为督促餐饮服务提供者加强食品安全管理，诚信守法经营，规范公开加工过程，推动餐饮服务食品安全社会共治，根据《中华人民共和国食品安全法》有关规定，制定本意见。

第二条 本意见所称明厨亮灶，是指餐饮服务提供者采用透明、视频等方式，向社会公众展示餐饮服务相关过程的一种形式。

鼓励餐饮服务提供者实施明厨亮灶。

第三条 公开的重点内容包括厨房环境卫生、冷食类食品加工制作、生食类食品加工制作、烹饪和餐饮具清洗消毒（使用洗碗机进行清洗消毒以及提供一次性和集中清洗消毒的餐饮具除外）等。

第四条 国家市场监督管理总局负责指导餐饮服务明厨亮灶工作。

省级食品安全监管部门负责指导管理本行政区域餐饮服务明厨亮灶工作。

市、县级食品安全监管部门负责管理本行政区域餐饮服务明厨亮灶工作。

第五条 餐饮服务提供者应当主体资质合法、原料来源清晰、加工过程规范、厨房环境卫生、工具用具洁净、人员衣帽干净。

第六条 餐饮服务提供者采用透明式展示的，可通过建造透明玻璃窗、玻璃墙的方式向社会公众展示。

透明玻璃表面要光滑整洁、通透明亮，无积尘、无油垢。玻璃上的粘贴画不得遮挡视线，玻璃两侧不宜存放遮挡视线的物品。

透明玻璃要定期清洁，保持视线清晰。

第七条 餐饮服务提供者采用视频式展示的，可通过视频直播的方式向社会公众展示，要保证就餐人员在就餐场所能看到展示的内容。

第八条 餐饮服务提供者也可以将视频信息上传至网络平台。

鼓励中小学食堂、养老院食堂、集体用餐配送单位等餐饮服务提供者将视频信息上传至网络平台。

第九条 鼓励采用视频式展示的入网餐饮服务提供者将视频信息上传至其加入的网络餐饮服务第三方平台。

网络餐饮服务第三方平台要为视频信息上传、社会公众观看提供接口、展示页面。

第十条 视频直播展示的设备由视频采集设备、展示设备和储存设备三部分组成。

第十一条 摄像头安装要满足以下要求：

- (一) 粗加工区，可以看到该区域的卫生状况；
- (二) 烹饪区，可以看到地面、工作台面和设施设备干净程度，人员穿戴工作衣帽情况；
- (三) 专间、专用操作区域，可以看到工作台面和设施设备干净程度，人员穿戴工作衣帽情况，食品加工过程；
- (四) 餐饮具清洗消毒区，可以看到餐饮具回收、清洗、消毒、保洁等过程。

第十二条 餐饮服务提供者要保证采集的视频信息清晰展示在就餐场所显示屏或上传至网络平台。视频信息保存不少于7天。

第十三条 餐饮服务提供者一经启用视频展示设备，就要保证在加工制作、就餐时间设备正常运行，在该时间段不得在展示设备上改播其他内容。

第十四条 餐饮服务提供者要定期维护视频展示设备，一旦发现设备不能正常使用，要及时维修。

第十五条 餐饮服务提供者要加强内部管理，持续保持公开内容的真实、合规。

第十六条 餐饮服务提供者要在就餐场所醒目位置公布食品安全监管部门的举报电话。

第十七条 食品安全监管部门对餐饮服务提供者进行监督检查时，要对其明厨亮灶的情况进行检查和指导。

第十八条 社会公众通过明厨亮灶发现餐饮服务提供者有违法违规行为的，可以向食品安全监管部门举报。

食品安全监管部门对社会公众投诉举报反映的线索，要进行调查核实，属于违法行为的，及时依法处理，并反馈投诉举报人。

第十九条 各省、自治区、直辖市食品安全监管部门可结合本地实际，制定餐饮服务明厨亮灶工作实施方案。

第二十条 本意见自发布之日起施行。

国家食品药品监督管理总局关于加强餐饮服务环境卫生监督管理的通知

食药监食监二〔2017〕127号

各省、自治区、直辖市食品药品监督管理局，新疆生产建设兵团食品药品监督管理局：

按照《国务院食品安全办等14部门关于提升餐饮业质量安全水平的意见》（食安办〔2017〕31号）要求，为进一步加强餐饮服务环境卫生及餐饮具清洗消毒监督管理，落实《食品安全法》有关规定，保障餐饮消费安全，现就有关要求通知如下：

一、加强餐饮服务环境卫生管理

各地食品药品监管部门要督促餐饮服务提供者建立环境卫生管理制度，并做到以下几点：

（一）人员管理。配备食品安全管理人员；对从业人员开展食品安全法律知识、环境卫生知识的培训；定期开展自查，及时整改，并保留相关记录。

（二）食品加工处理区要求。墙面应无破损、无脱落、无霉斑、无积垢和灰尘积聚、无害虫隐匿。地面应平整、无裂缝、无破损、无积水积垢。设备应配有防蝇防鼠防虫设施设备（如纱窗、纱网、防鼠板、防蝇灯、风幕等）、通风设备、洗手设备，并维持设施设备的清洁与正常运行。专间应配备相应温度控制设备，保证操作间温度满足食品加工需要。

（三）就餐区域要求。地面应清洁、无积垢。桌面、台布、毛巾等应保持干净卫生。区域内无苍蝇、蟑螂、老鼠等病媒生物出现。餐厨废弃物应分类放置，不得外溢出存放容器，并及时清理。

（四）卫生间要求。卫生间应设置洗手设备，并配备符合产品标准的洗手液，擦手纸或干手器等干手设备。卫生间应保持良好通风，应定期清扫、检查，并做好清扫及检查记录。

（五）工用具要求。贮存、盛放、加工和包装食品的容器、工具和用具，应当安全、无害、清洁。尽量减少塑料容器的使用，防止塑化剂迁移。鼓励使用食品级不锈钢材质的容器、工具和用具。

二、加强餐饮具清洗消毒管理

各地食品药品监管部门要督促餐饮服务提供者建立餐饮具清洗消毒管理制度，规范清洗、消毒、保洁流程。禁止重复使用一次性餐饮具。

（一）自行清洗消毒的餐饮服务提供者应做到以下几点：

1、采用化学方式消毒的，应分别设有清洗、消毒和冲洗专用水池，各类水池应以明显标识标明用途，并定期清洗；使用的洗涤剂、消毒剂应当符合相关国家标准；使用消毒剂时应严格按照消毒剂产品说明书标明的要求配置，并采取有效措施防止消毒剂残留。

2、采用物理方式消毒的，应配备相应的消毒设备，定期检查消毒设备运转情况，保证压力、温度达到相关要求；采用煮沸、蒸汽等热力消毒方式的，应加热到100℃并保持10分钟以上。

3、应配备有明显标识的密闭保洁柜用于存放已消毒的餐饮具，保洁柜应当定期清洗维护、保持洁净。

4、倡导使用热力消毒方式消毒餐饮具。

(二) 委托清洗消毒的餐饮服务提供者应做到以下几点：

1、与餐饮具集中消毒服务单位签订委托合同，明确双方在食品安全方面的责任义务。

2、查验、留存餐饮具集中消毒服务单位的营业执照、消毒合格证明文件等材料。

三、加强监督检查

各地食品药品监管部门要将餐饮服务环境卫生、餐饮具清洗消毒要求纳入餐饮服务监督检查表格，组织开展检查。结合总局和地方年度食品安全抽检监测计划，增加餐饮具清洗消毒的抽检批次。对监督检查和抽检中发现的违法违规行为，督促餐饮服务提供者整改，并依法严肃查处。及时将日常监督检查、抽检监测、行政处罚等信息向社会公开。畅通投诉举报渠道，鼓励消费者和餐饮服务从业人员进行监督。

食品药品监管总局

2017年12月22日

上海市商务委、食药监局关于转发《上海市餐饮行业创建“绿色餐厅”活动实施方案》的通知

沪商服务〔2016〕60号

各区县商务委（经委）、市场监督管理局：

为推进本市餐饮业健康有序发展，上海市餐饮烹饪行业协会制定了《上海市餐饮行业创建“绿色餐厅”活动实施方案》。现将方案转发给你们，请各区县商务委（经委）、市场监督管理局支持行业协会推进创建活动，并结合工作实际，在商业诚信方面和食品安全方面提供必要的业务指导。

上海市商务委员会

上海市食品药品监督管理局

2016年3月21日

上海市餐饮行业创建“绿色餐厅”活动实施方案

为贯彻党中央、国务院推进绿色发展战略的重大部署，落实市商务委、市食药监局一系列工作部署，市餐饮烹饪行业协会2015年开展了以食品安全、低碳环保、诚信经营为重点的“绿色餐厅”创建活动，起到了良好的效果。为进一步发挥“绿色餐厅”对提升本市餐饮业管理水平的抓手作用，我们制定了《上海市创建“绿色餐厅”活动实施方案》。具体如下：

一、工作目标

经过5年创建，实现全市“绿色餐厅”达标数量超过5000家，覆盖全市主要餐饮企业。

1、坚持以食品安全、节能环保、诚信经营为创建“绿色餐厅”的评定条件，加强达标培训，合格一批、挂牌一批。

2、做好“绿色餐厅”标准化的各项准备工作，力争获得《“绿色餐厅”标准化》的地方标准认定。

3、推进创建“绿色餐厅”由活动推进型向行业规范型转变，实现常态化和标准化，使餐厅创绿进入持续发展轨道。

二、评价依据

食品安全：实施食品安全ABC规范化管理和“六T”现场管理，按照《上海市食品安全信息追溯管理办法》实施追溯管理。

低碳环保：烹饪科学合理，设备节能环保，规范处置餐厨垃圾和废弃油脂。

诚信经营：明码标价，没有以次充好、短斤缺两等不良记录。

三、实施步骤

各餐饮企业（集团、公司）创建“绿色餐厅”，要经过申报、实施、验收、挂牌授证等环节。

申报方式：通过书函、邮箱、网站等途径向创建“绿色餐厅”工作小组申报。

达标实施：各申报餐厅认真按照《“绿色餐厅”标准及评审表》（附件）实施创绿达标，

重点是“六 T 实务”规范化管理和“食品安全 ABC”规范化管理的达标。对于在自评中不够达到创建要求的企业，可根据自愿原则，参加由行业协会组织的达标培训。

专家评审：由创建“绿色餐厅”工作小组组织“绿色餐厅”达标评审专家组，依据《“绿色餐厅”标准及评审表》进行检查、评审。

总结表彰：创建“绿色餐厅”工作小组要注重发掘“绿色餐厅”创建活动的先进典型，总结交流、表彰宣传，召开年度大会。

挂牌授证：“绿色餐厅”经行业协会批准后进行授牌发证，证书有效期为三年。

违规摘牌：“绿色餐厅”如有违法违规行为或发生重大食品安全事故，行业协会应予摘牌。

四、2016 年工作重点

做好动员：三月份召开本市创建“绿色餐厅”活动动员大会，包括：组织“绿色餐厅”经验交流；动员、部署进一步推进“绿色餐厅”创建活动等。

抓好实施：四月份完成企业申报；五月份后进入达标培训，重点是“六 T 实务”规范化管理和“食品安全 ABC”规范化管理；第三季度期间组织专家组检查评审，验收合格、挂牌授证。探索“绿色餐厅”社团标准的制定。

总结表彰：年底召开创建“绿色餐厅”总结表彰大会。

加强宣传：做好全年创建“绿色餐厅”活动的宣传工作，通过媒体、网站、内刊等载体展示“绿色餐厅”亮点，宣传活动风采、推广工作经验。

五、组织保障

由市商务委、市食品药品监督管理局、市餐饮烹饪行业协会三方建立创建“绿色餐厅”工作指导委员会。

市餐饮烹饪行业协会负责创建“绿色餐厅”的系统组织和具体操作。通过设立创建“绿色餐厅”工作小组，由会长任组长，协会秘书处具体负责沟通协调，组织落实创建“绿色餐厅”目标和措施。工作小组要及时向创建绿色餐厅工作指导委员会汇报工作、通报情况。

联络方式：协会地址 福州路 107 号三楼；

电 话 021-63212096（总机）、
33135647（办公室）；

传 真 021-33130647

协会邮箱 srca88@163.com

协会网站 <http://www.srca.org.cn/>

上海市餐饮烹饪行业协会

2016 年 3 月 21 日



中国饭店协会简介

中国饭店协会是由从事饭店和餐饮业经营的企事业单位、有关产业链机构和经营管理人员自愿组成的全国性、行业性社会团体。本会的登记管理机关是民政部，党建领导机关是国务院国资委党委，成立于1994年1月14日。协会贯彻落实科学发展观，以服务为宗旨，以“转型升级、品牌提升”为主要任务。大力培育和打造中国饭店产业发展大会暨中国饭店文化节、中国美食节、中国绿色饭店、中国饭店业职业经理人、全国饭店业职业技能竞赛、中国绿色饭店博览会等品牌活动。近年来，协会先后被民政部评为国家4A级行业协会，连续多年获得“中央国家机关文明单位”、“国务院国资委文明单位”等荣誉称号，学习型和创新型组织建设卓有成效。协会构建的五大服务体系是：

政府事务服务

协会积极参与制定行业国家标准、行业标准与行业自律规则。受政府委托组织实施《中国饭店业职业经理人执业资格条件》、《绿色饭店》国家标准和《经济型饭店经营服务规范》、《文化主题饭店经营服务规范》、《商务饭店经营服务规范》、《火锅企业经营服务规范》、《餐饮业服务质量评估规范》等数十个行业标准；协会积极开展“绿色饭店”创建活动，协会每年权威发布《中国酒店连锁发展与投资报告》、《中国餐饮业调查报告》、《中国饭店业网络口碑分析报告》、《中国绿色饭店发展报告》等，受到上市企业欢迎和政府部门的关注。

品牌服务

帮助优秀会员企业境内外上市、申请中国驰名商标、中华老字号等工作，已成为协会日常的工作。目前通过协会的推荐，已有近30家企业获得了中国驰名商标，近百家企业获得中华老字号，一些企业在境内外成功上市。“中国美食名城”、“中国餐饮名店”、“国际餐饮名店”、“中国美食之都”的品牌创建工作，极大地推动了行业的品牌提升。

协会主办的中国美食节、中国饭店产业发展大会暨中国饭店文化节，已成为我国饭店业规模大、档次高、影响力广、群众参与性强的行业盛会。期“中国金鼎奖”是经国家批准的全行业最高奖。丝绸之路、京津冀、粤港澳等区域饭店产业大会也成为打造区域竞争力的交流合作平台。

培训服务

拥有强大的学术资源及专家队伍，与国内外一些著名饭店管理领域、知名国际饭店管理集团建立了长期的合作关系。饭店职业经理人、客房、餐饮、财务、工程、人力资源、市场营销等培训是全国饭店业质量最高的培训活动。协会积极开展专业的技术评估、组织开展全国饭店职业经理人资格考试、全国饭店业服务技能竞赛工作，为饭店业转变发展方式，奠定人力资源基础。

信息服务

拥有广泛的行业信息资源，按月出版《中国饭店业》会员刊物、及时更新协会官方网站（www.chinahotel.org.cn）和官方微信，方便会员单位及时掌握国内外饭店与餐饮业的最新动态。宣传企业经典案例、反映行业诉求、了解国内外热点问题，推动饭店与餐饮企业信息技术应用和特色文化建设。

国际交流服务

协会作为国际饭店与餐馆协会亚太区副主席单位，积极组织开展行业国际交流活动，建立与国外同行的联系，组织会员和企业赴欧、美进行专业学习考察、参观访问。组织饭店和餐饮企业参加国际会展活动，帮助企业扩大国内、国际的交流合作，引进先进的管理经验和技術，开拓国内、国际市场。



扫描关注
协会公众号



如果对此报告有任何意见或建议，请随时联系：

地址：北京市西城区月坛北街25号
电话：010-68391490 传真：010-68391490
网址：www.chinahotel.org.cn
邮箱：41629460@qq.com



扫码关注中国饭店协会公众号，了解更多信息