2019 中国餐饮业年度报告

2018 财政年度
Financial Year 2018

中国饭店协会
CHINA HOSPITALITY ASSOCIATION

www.news.cn
新华网
NEWS
www.xinhuanet.com

2019 中国餐饮业年度报告

2019 CHINA RESTAURANT INDUSTRY SU VEY REPORT

2018财政年度

Financial Year 2018

发布单位

中国饭店协会

联合发布单位

新华网

编　委　会

主　　编：陈新华

副　　编：宋小溪、　翔

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、张翔、杨冠杰、刘梦雪

更多信息，　联系：

中国饭店协会

地址：北京市西城区车公庄大街9号五栋大楼A2座601　邮编 100044

电话：010-88365877

传真：010-88365891

网址：www.chinahotel.org.cn

邮箱：179717290@qq.com

扫描关注中国饭店协会公众号，了解更多信息

Preface 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 企业上市服务发挥了重大作用。

该报告以国内 25 个省区市的近 200 家规模较大的餐饮企业数据为基础，涉及餐馆几万家，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。以餐饮运营管理各领域为分析切入点，分别从各省区市餐饮收入排名、各业态领跑企业排名、各业态经营指标对比分析、餐饮企业家信心指数、协会社会责任分析、优秀企业案例等方面，对餐饮业 2018 全年运行情况进行了全面地分析和解剖，涉及的业态包括正餐、火锅、团餐、快餐、西餐休闲以及日料等，全面反映了当前餐饮业的发展情况和发展特点。

本次报告发布了国内各省市餐饮收入排行，这些数据都源于各省市自治区 2018 年统计公报。前 10 大省市餐饮营业收入共计 28246.3 亿元，占全国餐饮业营业收入的 66.13%，这些区域在全国餐饮业中发挥着举足轻重的作用。

2018 年，全国餐饮收入 42716 亿元，同比增长 9.5%，高于同期社会消费品零售总额增速。目前，从排名来看，在消费升级和互联网新技术的推动下，餐饮业态细分、模式创新成为新的趋势，正餐 前 50 营业额合计超过 1100 从营业额增长率、门店数量增长情况、营业面积变动、员工数 动、门店变动等指标来看，较大规模的餐饮企业整体规模持续扩大，中大型企业仍然处于持 张阶段，其平均增长率为 12.6%，超过了全国餐饮营业收入增长率，餐饮业集中化程度不断提升，品 企业影响力不断扩大。餐饮行业仍属于劳动密集型产业，中大型企业员工队伍相对稳定，从业人员薪酬水平较低。连锁化程度逐渐加强但呈现马太效应，直营仍是首选。销售管理财务三项费用成本值得关注，品牌化发展成为最大关注点。门店数量发展成为行业效益提升瓶颈，工业化发展或可打破僵局。部分市场表现突出，高品质化餐饮成为市场新机会。

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。

中国饭店协会会长 韩明

联合调查及支持单位

1 北京烹饪协会
2 北京市餐饮行业协会
3 上海市餐饮烹饪行业协会
4 天津市烹饪协会
5 天津市餐饮行业协会
6 重庆市餐饮行业协会
7 重庆市餐　　会
8 重庆市火　　会
9 重庆市烹　　会
10 河北省饭店　　餐饮行业协会
11 保定市烹饪餐饮饭店行业协会
12 廊坊市饭店餐饮（团餐）烹饪行业协会
13 山西省饭店业商会
14 山西省烹饪餐饮饭店行业协会
15 太原市烹饪餐饮业协会
16 内蒙古自治区餐饮与饭店行业协会
17 辽宁省餐饮烹饪行业协会
18 辽宁省饭店餐饮协会
19 大连市饭店协会
20 吉林省饭店餐饮烹饪协会
21 吉林省食品协会
22 黑龙江省餐饮烹饪行业协会
23 哈尔滨市饭店烹饪协会
24 江苏省餐饮行业协会
25 江苏省烹　　会
26 南京餐饮
27 苏州市烹　　会
28 无锡市餐饮　　行业协会
29 常州市烹饪餐饮行业协会
30 连云港市旅游饭店业协会
31 浙江省餐饮行业协会
32 杭州市餐饮旅店行业协会
33 温州市饭店与餐饮行业协会
34 宁波市餐饮业与烹饪协会
35 安徽省餐饮行业协会
36 安徽省烹饪协会
37 安徽省饭店业协会
38 合肥市餐饮（烹饪）行业协会
39 福州市餐饮烹饪行业协会
40 厦门市餐饮行业协会
41 江西省烹饪餐饮饭店行业协会
42 南昌市餐饮（烹饪）行业协会
43 上饶市饭店酒店业协会
44 山东省餐饮与住宿行业协会
45 山东省烹饪协会
46 济南市饭店业协会
47 青岛市餐饮行业协会
48 淄博市饭店烹　　会
9 河南省餐饮与饭店行业协会
50 河南省豫菜文化研究会
51 洛阳市餐饮与饭店行业协会
52 湖北省烹饪酒店行业协会
53 武汉餐饮业协会
54 湖南省餐饮行业协会
55 广东省餐饮服务行业协会
56 广东省烹饪协会
57 广州市饮食行业商会
58 深圳市饮食服务行业协会
59 深圳市餐饮商会
60 珠海市餐饮协会
61 广西烹饪餐饮行业协会
62 海南省酒店与餐饮行业协会
63 海南省烹饪协会
64 儋州市餐饮烹饪协会
65 四川省饭店与餐饮娱乐　　业协会
66 四川省烹饪协
7 四川省火锅协会
68 贵州省餐饮行业商会
69 贵州省黔菜文化研究会
70 云南省餐饮与美食行业协会
71 云南省烹饪协会
72 西藏自治区烹饪餐饮饭店业协会
73 陕西省烹饪餐饮行业协会
74 西安饭店与餐饮行业协会
75 甘肃省饭店协会
76 宁夏餐饮饭店协会
77 青海省饭店烹饪协会
78 青海省饭店协会
79 新疆维吾尔自治区饭店协会
……

等饭店餐饮烹饪饮食行业协会

目　录

关于此报告 …… 9

第一篇　2019餐饮行业各地区及各业态领跑者　10

一、2019国内各地区餐饮收入（2018财年） …… 11
（一）2019中国各省市区餐饮收入排行　11
（二）2019 “丝绸之路”主要省市区餐饮收入排行　12
（三）2019 “21世纪海上丝绸之路”主要省市区餐饮收入排行　12
（四）2019 “京津冀”主要省市餐饮收入排行　12
（五）2019 “长江经济带”主要省市餐饮收入排行　13
（六）201　港澳大湾区”餐饮收入情况　13

二、2019餐　业各业态领跑者 …… 14
（一）2019中　餐TOP50　14
（二）2019中国火锅TOP20　15
（三）2019中国快餐小吃TOP1　16
（四）2019中国团餐TO 10　16
（五　2019中国休闲餐饮 TOP10　16

第二篇　2019餐饮行业整体经营状况分析 …… 17

一、数据来源 …… 18
（一）地理分布　18
（二）各业态占比　19

二、行业规模分析 …… 20
（一）营业额分析　20
（二）门店分析　20
（三）品牌分析　22
（四）营业面积分析　23
（五）员工　分析　23
（六）绿色　分析　24
（七）中央　析　26
（八）养殖基　27

三、连锁化程度分析 …… 28
（一）直营店　28
（二　加盟店　28
（三　直营店与加盟店对比　29

四、行业效益分析 …… 30
（一）员工工资分析　30
（二）人均消费分析　30
（三）门店变动分析　30
（四）营收效益分析　31
（五）成本分析　31

五、战略发展分析 …… 39

目　录

（一）关注发展方向分析 39
（二）移动支付分析 39
（三）营收预期 39
（四）盈利预期 40
（五）行动决策分析 40
（六）环境预期分析 41

六、各业态指标对比汇总 …… **42**
（一）规模相关指标汇总 42
（二）连锁化程　关指标汇总 43
（三）效益相关 43
（四）成本相关指 44

七、餐饮行业发展　及趋势分析 …… **45**
（一）整体规模持续扩大，　大规模　业维持较快增长 45
（二）一线城市和准一线城市　有较强品牌影响力 45
（三）餐饮行业仍属于劳动密集型产业，组织结构有待进一步扁平化 45
（四）中大　餐饮企业人员流失率维持在较为合理水平 45
（五）连锁化程度逐渐加强，连锁化发展呈现马太效应，直营仍是首选 45
（六）绿色餐厅认识较为模糊，绿色餐饮标准宣贯力度有待进一步提高 45
（七）销售管理财务三项费用成本值得关注，内部管理有待加强 46
（八）品牌化发展成为最大关注点，企业预期发展较为乐观 46
（九）门店数量发展成为行业效益提升瓶颈，工业化发展或可打破僵局 46
（十）火锅产业持续升温，品质及品牌化发展成为机会点 47
（十一）婚庆市场成为新的盈利点，仪式感及品质成为新关注点 47
（十二）线上线下融合创新，数据指导未来发展 47
（十三）老字号成为文化与消费双载体，面临新的机遇与挑战 48

八、餐饮行业发展　议 …… **49**
（一）政府相关 49
（二）行业相关建 49
（三）企业相关建 49

第三篇　**2019**餐饮业上市公司经营　析 …… **51**

一、主板企业 …… **54**
（一）全　德 54
（二）西安　食 54
（三）广州酒家 54

二、新三板企业 …… **55**
（一）洛阳餐旅 55
（二）百富餐饮 55
（三）优格花园 55
（四）粤珍小厨 56
（五）红鼎豆捞 56
（六）华鼎团膳 56

中国饭店协会 CHINA HOSPITALITY ASSOCIATION

目　录

（七）伊秀股份 56
（八）新五心 56
（九）小尾羊 57
（十）幸运时间 57
（十一）小六汤包 57
（十二）顺风股份 58
（十三）千吉莱 58
（十四）狗不理 58
（十五）新丰小吃 59
（十六）紫 59
（十七）望 59
（十八）蓝鼎 59

三、香港及海外上市公司…… **60**
（一）百胜中国 60
（二）味千中国 60
（三　呷哺呷哺 60
（四）国际天食 61
（五）唐宫中国 61
（六）海底捞 61
（七）中国新华教育 61

第四篇　2019餐饮企业家信心指数分析 **63**

一、餐饮企业家信心指数编制与计算方法 **64**
（一）信心指数编制方法 64
（二）信心指数计算方法 64

二、数据收集情况 **66**

三、信心指　体分析 **67**

第五篇　20　饮相关协会社会责　分析 **68**

一、调查协会　本情况分析 **69**
（一）地理位置 69
（二）成立时间 69
（三　会员数量 70

二、协会推动企业承担社会责任分析 **71**

三、协会承担社会责任具体举措 **72**
（一）精准扶贫举措 72
（二）扩大就业举措 72
（三）推动希望小学发展举措 73

第六篇　优秀企业案例 **74**

一、旺顺阁（北京）投资管理有限公司（清凉厨房+有机食材，打造绿色餐饮企业） **75**
（一）甄选健康、绿色的有机食材，避免滥用添加剂 75

中国饭店协会 CHINA HOSPITALITY ASSOCIATION

目　录

（二）明厨亮灶，清凉厨房 75
（三）精控成本，精准要货 76
（四）节能环保，绿色营建 76
（五）环保餐盒，绿色降解 76
（六）倡导节约理念，杜绝餐桌浪费 76
（七）创绿成效 76

二、上海杏花楼（集团）股份有限公司（三位一体　打造全面绿色餐饮企业）…… **78**
（一）发展绿色餐饮，重在基地建设 78
（二）创建绿色　，重在现场管理 79
（三）实现绿色生　重在发展模式 80
（四）创绿成效 80

三、上海丰收日集团（夯实基础　实现门店和集团全面绿色发展）…… **81**
（一）夯实餐饮基地，重视中央厨房绿色建设 81
（二）强化食品安全，坚持源头采购绿色食材 81
（三）拓展外卖渠道，探索新餐饮绿色产品合作 81
（四）实施“六T”规范，实现餐厅创绿三大达标 81
（五）创绿成效 82

四、宁波石浦酒店管理发展有限公司（全面实施绿色管理　实现高质量型绿色效益）…… **84**
（一）健全绿色组织机构 夯实组织管理水平 84
（二）举力打造高质量型绿色效益酒店 84
（三）创绿成效 86

五、山东凯瑞商业集团（以中央厨房为中心　打造绿色供应链）…… **87**
（一）在企业内部建立健全绿色标准体系 87
（二）推动全产业链提升，打造绿色餐饮行业 88
（三）创绿成效 89

六、南京古南都集　百年餐饮，南京记 …… **90**
（一）马祥兴菜馆　龄：173 +） 90
（二）永和园（年龄：117 +） 91
（三）绿柳居（年龄：106 +） 91
（四）江苏酒家（年龄：72 +） 91

附件…… **93**
商务部等9部门关于推动绿色餐饮发展的若干意见 93
中共中央 国务院关于完善促进消费体制机制进一步激发居民消费潜力的若干意见 96
国务院办公厅关于印发完善促进消费体制机制实施方案（　2018—2020年）的通知 103
市场监管总局关于发布餐饮服务食品安全操作规范的公告 109
国务院食品安全办 农业部 食品药品监管总局关于进一步加强 “双安双创”工作的意见 110
中共中央 国务院关于深化改革加强食品安全工作的意见（节选） 113
中共中央 国务院关于全面加强生态环境保护坚决打好污染防治攻坚战的意见（节选） 119

中国饭店协会简介 …… **123**

中国饭店协会 CHINA HOSPITALITY ASSOCIATION

关于此报告

1、本报告主要是针对中国经济进入新常态、消费升级和餐饮业高品质发展的大背景下，对 18年行业发展新的形势做出的调查分析，力求准确反映 2 18年我国餐饮业发展现状和20 饮业发展方向．

2、 告第一部分主要依据中国饭店协会对全国范围内近两百家典型企业调查数据进行的定量和定性分析，由于中国饭店协会调查的餐饮业企业 (单位)范围每年发生变化，为保证本年数据与 年可比 计算各项指标同比增长速度所采用的同期数与本期的企业（单)统计范围相一致，和上年公布的数据存在口径差异。

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。

中国饭店协会 CHINA HOSPITALITY ASSOCIATION

第一篇　2019餐饮行业各地区及各业态领跑者

中国饭店协会、新华网

一、2019 国内各地区餐饮收入（2018 财年）

（一）2019 中国各省市区餐饮收入排行

表 1　2019 中国个省市区餐饮收入统计表

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	42716.0	9.5	900309		
1	山东	3995.0	10.9	76469.7	6.4	
2	东	3884.6	5	97277.8	6.8	
3	苏	3430.5	9.	92595.4	6.7	含住宿
4		3125.6	14.4	36010.3	6.6	含住宿
5	河南	2887	11.8	48055.9	7.6	
6	四川	2807.4	12.5	40678.1	8	
7	浙江	2716.0	12.5	56197.0	7.1	
8	湖南	1921.6	10.7	36425.8	7.8	
9	湖北	1747.7	12.4	39366.5	7.8	
10	辽宁	1730.8	7.3	25315.4	5.7	
11	福建	1447.5	10.0	35804.0	8.3	
12	安徽	1322.0	11.8	30006.8	8.02	
13	重庆	1318.7	11.6	20363.2	6	
14	黑龙江	1135.0	6.9	16361.6	4.7	
15	内蒙古	1103.9	8.0	17289.2	5.	
16	北京	1101.8	7.3	30320	6 6	
17	海	1099.9	4	326 9.9	6.6	含住宿
18	津	1020.0	10	18809.6	3.6	含住宿
19		1012.7	6.5	15074.6	4.5	
20	江西	51.	15.9	21984.8	8.7	
21	云南	947.8	13.3	16531.3	9.5	
22	陕西	947.0	12.7	24438.3	8.3	
23	广西	821.3	10.0	20352.5	6.8	
24	甘肃	797.2	11.6	8246.1	6.3	
25	山西	678.2	8.2	16818.1	6.7	
26	新疆	444.5	9.3	12199.1	6.1	
27	贵州	403.6	10.6	14806.5	9.1	
28	海南	240.6	6.1	4832.1	5.8	含住宿
29	宁夏	166.3	9.4	3705.2	7	
30	西藏	100.0	13.9	1477.6	9.1	
31	青海	59.2	7.0	2865.2	7.2	

（二）2019 “丝绸之路”主要省市区餐饮收入排行

表 2　2019“丝绸之路”主要省市区餐饮收入统计表

排序	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	2807.4	12.5	40678.1	8
2	重庆	1318.7	11.6	20363.2	6
3	内蒙古	1103.9	8	17289.2	5.3
4		947.8		16531.3	9.5
5		947.0	2.7	24438.3	8.3
6	甘	797.2	11.6	8246.1	6.3
7	新疆	44.5	9.3	12199.1	6.1
8	宁夏	66.3	9.4	3705.2	7
	青海	59.2	7	2865.2	7.2

（三）2019 “21 世纪海上丝绸之路”主要省市区餐饮收入排行

表 3　2019“21 世纪海上丝绸之路”主要省市区餐饮收入统计表

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
1	山东	3995.0	10.9	76469.7	6.4	
2	广东	3884.6	5.6	97277.8	6.8	
3	江苏	3430.5	9.7	92595.4	6.	含住宿
4		2716.0	12.5	561 7	7.1	
5		1447.5	10.0	35804	8.3	
6		1099.9	4.2	32679.9	6.6	含住宿
7	天津	020.0	10.0	18809.6	3.6	含住宿
8	广西	21.3	10.0	20352.5	6.8	
9	海南	240.6	6.1	4832.1	5.8	含住宿

（四）2019 “京津冀”主要省市餐饮收入排行

表 4　2019“京津冀”主要省市餐饮收入统计表

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
1	河北	3125.6	14.4	36010.3	6.6	含住宿
2	北京	1101.8	7.3	30320	6.6	
3	天津	1020.0	10.0	18809.6	3.6	含住宿

（五）2019 “长江经济带 ” 主要省市餐饮收入排行

表 5　2019“长江经济带 ” 主要省市餐饮收入统计表

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
1	江苏	3430.5	9.7	92595.4	6.7	含住宿
2	四川	2807.4	12.5	40678.1	8	
3	浙江	2716.0	12.5	56197	7	
4	南	1921.6	10.7	3642 .8	7.8	
5		1747.7	12.	39366.5	7.8	
6		1322.0	11.8	30006.8	8.02	
7	重庆	1318.7	11.6	20363.2	6	
8	上海	1099.9	4.2	32679.9	6.6	含住宿
	江西	951.8	15.9	21984.8	8.7	
10	云南	947.8	13.3	16531.3	9.5	
11	贵州	403.6	10.6	14806.5	9.1	

（六）2019“粤港澳大湾区”餐饮收入情况

表 6　粤港澳大湾区餐饮收入情况表

地区	餐饮收入	增长率（%）	备注
香港	1204.60 亿港元	6.9	04/2018 至　2019 数据
	112.15 亿澳门元	5.5	017 财年数据 [1]
	1174.75 亿元	.8	含住宿
深	744.49 亿元	8.4	
佛山	358　9 亿元	8.3	
东莞	83.7　亿元	7.2	
中山	152.00 亿元	6.1	含住宿
江门	132.12 亿元	9.3	含住宿
惠州	124.59 亿元	6.6	
珠海	113.23 亿元	9.9	
肇庆	84.95 亿元	7.6	

[1] 2018 年数据尚未公开发布。

二、2019 餐饮行业各业态领跑者

（一）2019 中国正餐 TOP50

表 7　2019 中国正餐 TOP50 企业列表 [2]

序号	企业
1	杭州饮食服务集团有限公司
2	北京华天饮食集团公司
3	上海杏花楼（集团）股份有限公司
	山东凯瑞餐饮集团
	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	丰收日（集团）股份有限公司
11	宁波白金汉爵酒店投资有限公司
12	中国全聚德（集团）股份有限公司
13	南京大惠企业发展有限公司
14	国际天食集团有限公司
15	唐宫（中国）控股有限公司
16	广州岭南国际酒店管理有限公司
17	上海避风塘美食有限公司
18	新荣记餐饮服务公司
19	厦门市舒友海鲜大酒楼有限公司
	安徽同庆楼集团
	旺　　北京）投资管理有限公司
2	南京古南都投资发展集团有限公司
23	上海顺风餐饮集团股份有限公司
24	宁波石浦酒店管理发展有限公司
25	广州渔民新村饮食有限公司
26	望湘园（上海）餐饮管理股份有限公司
27	温州云天楼实业有限公司
28	徐记酒店管理有限公司
29	上海老城隍庙餐饮（集团）有限公司
30	哈尔滨东方众合餐饮有限责任公司
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	杭州张生记酒店管理有限公司
34	江苏小厨娘餐饮管理有限公司

[2] 经广泛征求社会相关专业人士意见，此为修订版。

序号	企业
35	西安饮食股份有限公司
36	洛阳餐旅集团股份有限公司
37	武汉湖锦娱乐发展有限责任公司
38	北京金鼎轩酒楼有限责任公司
39	新世纪青年饮食有限公司
40	狗不理集团股份有限公司
	耀华饮食集团
	海华餐饮发展有限公司
	武汉市亢龙太子酒轩有限责任公司
	杭州　白鹿餐饮管理有限公司
4	上海柒麟餐饮有限公司
46	四平李连贵饮食服务股份有限公司
47	北京便宜坊烤鸭集团有限公司
48	杭州楼外楼实业集团股份有限公司
49	武汉艳阳天商贸发展有限公司
50	南京月尚夜上海餐饮有限公司

（二）2019 中国火锅 TOP20

表 8　2019 中国火锅 TOP20 企业列表

序号	企业
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	四川香天下餐饮管理有限　司
	庄实业（集团）有限公司
	庆刘一手餐饮管理有限公司
	成都小龙坎餐饮管理有限公司
7	北京黄记煌餐饮管理有限责任公司
8	内蒙古小尾羊餐饮连锁有限公司
9	成都蜀大侠餐饮管理有限公司
10	重庆朝天门餐饮控股集团有限公司
11	浙江凯旋门澳门豆捞控股集团有限公司
12	捞王（上海）餐饮管理有限公司
13	北京新辣道餐饮管理有限公司
14	重庆五斗米饮食文化有限公司
15	上海龙辉餐饮管理有限公司
16	北京东来顺集团有限责任公司
17	成都大龙燚餐饮管理有限公司
18	巴奴毛肚火锅
19	北京井格餐饮管理有限公司
20	鲁西肥牛（重庆）实业发展集团有限公司

（三）2019 中国快餐小吃 TOP10

表 9　2019 中国快餐小吃 TOP10 企业列表

序号	企业
1	安徽老乡鸡餐饮有限公司
2	上海杨国福企业管理（集团）有限公司
3	张亮麻辣烫
4	味千（中国）控股有限公司
	真功夫餐饮管理有限公
	（重庆）投资有限公司
	快乐蜂（中国）餐饮管理有限公司
8	北京庆丰包子铺
9	上海世好餐饮管理有限公司
10	上海老盛昌餐饮管理有限公司

（四）2019 中国团餐 TOP10

表 10　2019 中国团餐 TOP10 企业列表

序号	企业
1	河北千喜鹤饮食股份有限公司
2	快客利集团
3	深圳市德保膳食管理有限公司
4	北京健力源餐饮管理有限公司
5	安徽蜀王优芙得餐饮服务有限公司
6	广东新又好企业管理服务有限公司
7	武汉华工后勤管理有限公司
	中味餐饮服务有限公司
	金地集团股份有限公司
1	东莞市鸿骏膳食管理有限公司

（五）201　中国休闲餐饮 TOP10

表 11　2019 中国休闲餐饮 TOP10 企业列表

序号	企业
1	济南嘉和世纪酒店管理有限公司
2	江苏水天堂餐饮管理有限公司
3	厦门豪享来餐饮娱乐有限公司
4	广州一级棒餐饮管理有限公司
5	北京汉拿山有限公司
6	北京权金城餐饮管理有限公司
7	北京江户前餐饮有限公司
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	杭州豪尚豪餐饮连锁公司

第二篇　2019餐饮行业整体经营状况分析

一、数据来源

（一）地理分布

本次调研的餐饮企业共计 142 家，来自全国 25 个省、自治区、直辖市（见图 1 所示），因人员、资金、时间等各项资源的限制，本次调查的企业大部分为行业中规模较大的企业，年营业额大于等于 2000 万企业占比 88.03%，其中年营业额超过 1 个亿的企业占比 71.13%。因此调研数据一定程度上能够反映餐饮行业中、大规模企业发展状况，具有一定典型 代表性。由于中国饭店协会 餐饮业企业（单位）范围每年发生变化，为保证本年数 上年可比，计算 项指标同比增长速度所采用的同期数与本期的企业（单位）统计范围 致，和上年公布的数据存在口径差异。

图 1　调研企业分布热力图

数据来源：中国饭店协会调研数据

这 业规模较大、经营较好的企业 各省分布数量如图 2 所示，主要分布在一线、准一线等 经济较为发达的 ，其中 在前三位的是北京、广东和上海。

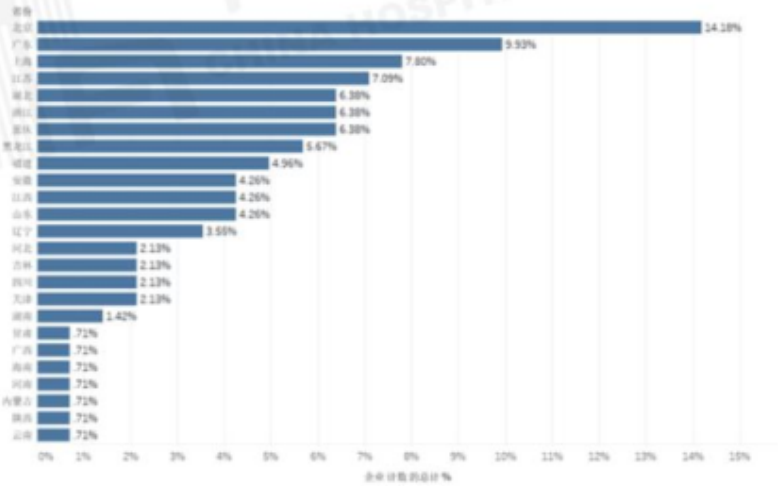

图 2　调研企业在各省分布数量排序图

数据来源：中国饭店协会调研数据

（二）各业态占比

调研企业各业态所占比例如图 3 所示，以正餐居多占比 42.39%，西餐休闲餐饮占比 19.86%，火锅占比 12.06%，团餐占比 11.35%，快餐占比 7.96%，日料占比 6.38%。

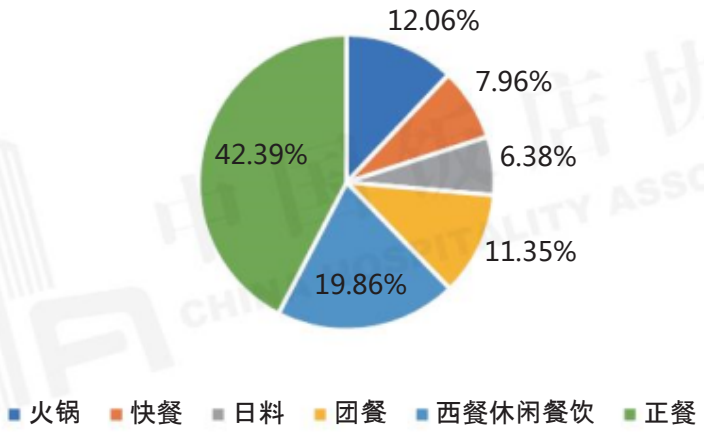

图 3　调研企业各业态所占比例

数据来源：中国饭店协会调研数据

二、行业规模分析

（一）营业额分析

此次调研企业的平均营业额为 6.71 亿元，其中排位居中企业的营业额为 3 亿元，如表 1 所示。营业额变动的均值为 12.6%。

表 1 调研餐饮企业营业额分析表 单位：亿元

指标	数值
平均值	6.71
中位数	3.00
总体标准差	10.56

数据来源：中国饭店协会调研数据

（二）门店分析

1、门店数目值及变动率

如表 2、3 所示，调研企业中拥有门店数最大值为 5478 个，最小值为 1 个，平均值为 116 个，中位数为 23 个，门店总体标准偏差为 474.38，可见在企业扩张上存在较大差距。扩张最快的企业一年门店数目增加了 1770%，门店收缩的企业 2018 年门店数目比上年减少了 22%。总体上来说门店数目增长的企业超过门店数目减少的企业，门店数目有所增加的企业占比 59.86%。平均来说门店数目处于上升趋势，平均增加额为 37.13%。

表 2 调研餐饮企业门店数目分析表 单位：个

指标	数值
最大值	5478.00
最小值	1.00
均值	116.09
中 数	23.00
总体标准偏差	474.38

数据来源：中国饭店协会调研数据

表 3 调研餐饮企业门店数目较上年变动

指标	数值
最大值	1770%
最小值	–22%
平均值	37.13%
中位数	0

数据来源：中国饭店协会调研数据

2、不同门店数目的企业分布

已填报数据的企业中，拥有 50 家门店以下的企业占比 69%，拥有 51–100 家门店的企业占比 12%，拥有 101–200 家门店的企业占比 8%，拥有 201–300 家门店的企业占比 4%，拥有 301 家门店以上的企业占比 7%。可见绝大部分企业拥有 50 家以下的门店，拥有 100 家及以上门店的企业占比 19%。

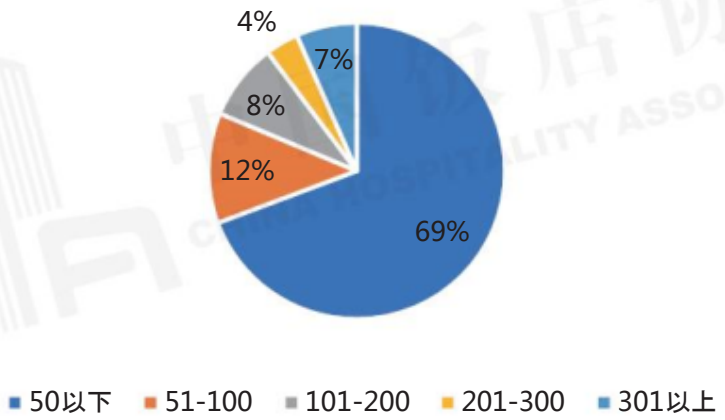

图 4　不同门店数目的企业分布图

数据来源：中国饭店协会调研数据

3、不同省份企业的门店数目 [3] 占比

如图 5 所示，不同省份企业的门店数目中遥遥领先的是上海地区，其次是广东和重庆。

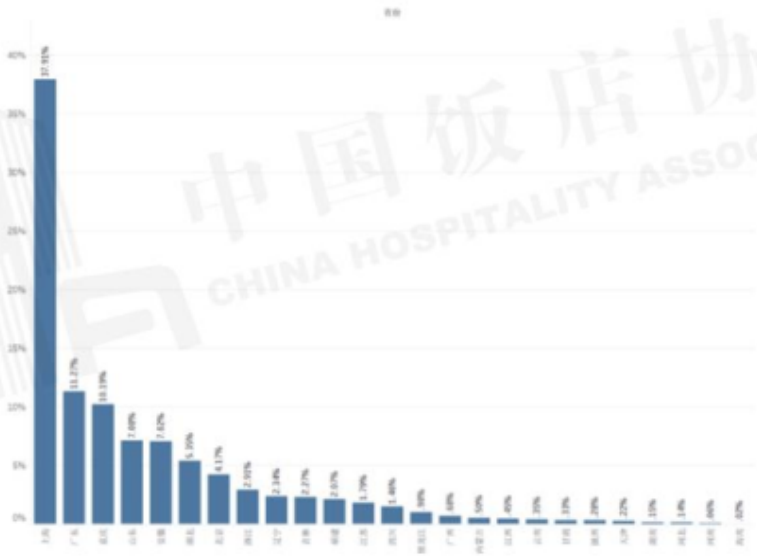

图 5　不同省份企业的门店数目占比

数据来源：中国饭店协会调研数据

[3] 本报告中不同省份企业的门店数目是指企业总部所在省份的不同企业门店数目总和。

（三）品牌分析

1、品牌数目

如表 4 所示，品牌数目最大的企业有 18 个品牌，最少的企业有一个品牌，平均拥有 3.73 个品牌。

表 4　品牌数目分析表　　单位：个

指标	数值
最大值	18.00
最小值	1.00
中位数	3.00
平均值	3.73

数据来源：中国饭店协会调研数据

2、品牌变动

如表 5 所示，品牌从整体上来说呈增长趋势。

表 5　品牌数目变化分析表

指标	数值
最大值	200%
最小值	0
平均值	14.5%
中位数	0

数据来源：中国饭店协会调研数据

3、　省品牌数量分布

从　　拥有的品牌数量来看[4]，广　　居榜首其次是上海和北京（如图 6 所示）。结合各省的　　数和品牌数目分析，可见广东、上海地区拥有较高的品牌打造能力和影响能力。

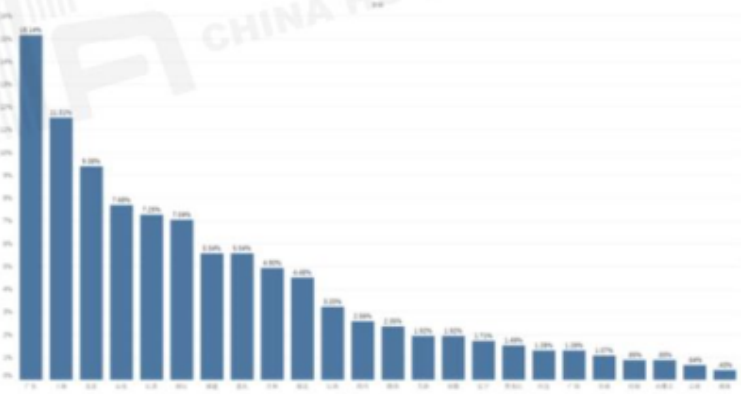

图 6　各省品牌数量分布图

数据来源：中国饭店协会调研数据

[4] 各省所拥有的品牌数量是指总部在各省的企业所拥有的品牌数量总和。

（四）营业面积分析

所调研企业营业面积 [5] 的最大值为 62.89 万平米，中值为 2.28 万平米。营业面积较上年变动的中值为 8.90%，平均值为 33.70%，总体上来说营业面积都有所增加 。

（五）员工数量分析

1、一线员工数目及变动

如表 6、7 所示，餐饮行业还是属于劳动密集型产业，企业拥有一 员工的平均值为 2939 且整体上来说吸纳就业人 渐增加，一线员工的变动最大值达到 372%，最小值 6.3%，平均增加值为 14.6%。

表 6 一线员工数量表 单位：个

标	数值
中值	900
平均值	2,939

数据来源：中国饭店协会调研数据

表 7 一线员工数量变动表

指标	数值
最大值	372%
最小值	–26.3%
中值	5.9%
平均值	14.6%

数据来源 饭店协会调研数据

2、 员工数量及变动

如表 8、9 所示，管理员工的数量中值为 120 个，平均值为 398 个，一线员工数量均值与管理员工数量均值比为 7.38:1。管理员工变动最大值为 105%，最小值为 –13.5%，平均值为 9.2%。管理员工数量的变动幅度明显小于一线员工数量的变动幅度。

表 8 管理员工数量表 单位：个

指标	数值
中值	120
平均值	398

数据来源：中国饭店协会调研数据

[5] 这里的企业营业面积指的是企业集团营业总面积。

表 9　管理员工变动表

指标	数值
最大值	105%
最小值	–13.5%
中值	5.1%
平均值	9.2%

数据来源：中国　店协会调　数据

3、　流失率

调研　　中，员工流失率的最大值为 62%，最小值为 0，中值为 10%，均值为 16%，可见中大型餐饮企业的人员流失率总体上控制在较为合理范围内，有部分企业人员流失率仍然较高。如图 7 所示，有 55.96% 的企业员工流失率在 12% 以下，人员流失率在 13%–3 % 的企业占比 33.94%，流失率在 31% 以上的企业占比为 10.09%。

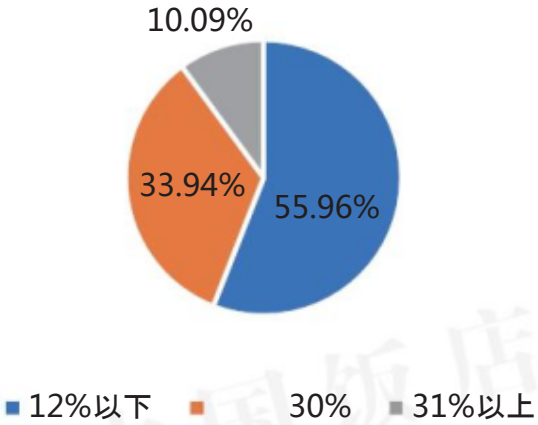

图 7　员工流失率分布图

数据来源：中国饭　协会调研数据

（六）绿色餐厅分析

1、绿色餐厅认识

如图 8 所示，在上报的企业中未填写该项内容的企业占比 38.13%，填写没有的企业占比 28.06%，填写数额大于 1 个的企业占比 33.81%。在调研中发现，餐饮行业中对于绿色餐厅的概念比较模糊，有的企业认为自家餐厅符合环保标准或者有绿色采购环节就是绿色餐厅，有的企业认为获得了一些社会组织的认定就属于绿色餐厅。行业内对于绿色餐厅的认定尚缺乏权威认证。

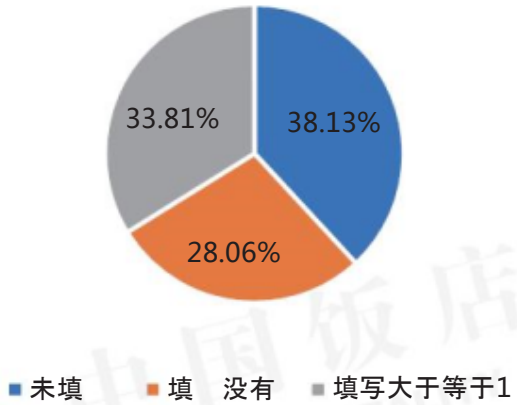

图 8　企业填写绿色餐厅情况分析图

数据来源：中国饭店协会调研数据

2、绿色餐厅数量

依据各地企业所上报的数目来看，企业拥有绿色餐厅数目的最大值为 300 个，最小值为 0 个，中值为 1 个，平均值为 13.3 个。如图 9 所示，大部分企业拥有绿色餐厅数量为 1–7 个。

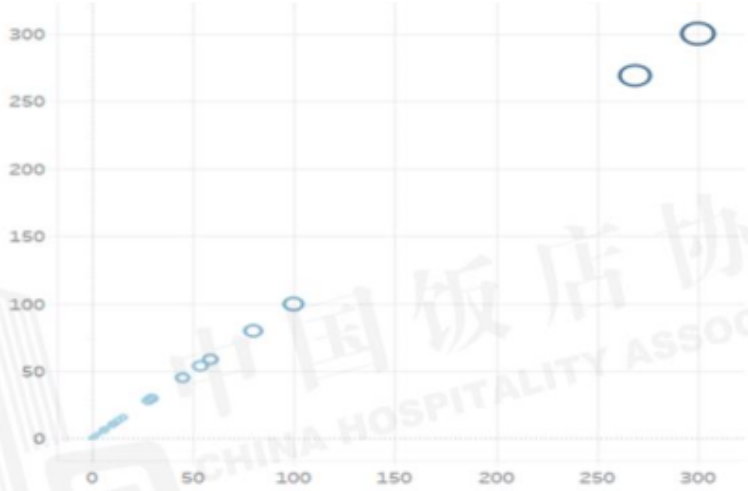

图 9　企业拥有绿色餐厅数量分布图

数据来源：中国饭店协会调研数据

3、绿色餐厅数量变化

从绿色餐厅的变化来看，最大增长额为增加了 200 个，最小额为减少了 9 个，中值是 0 个，平均值为 6.1 个。大部分企业的绿色厅数目变动集中在增加 1–33 个范围之中。（如图 10 所示）

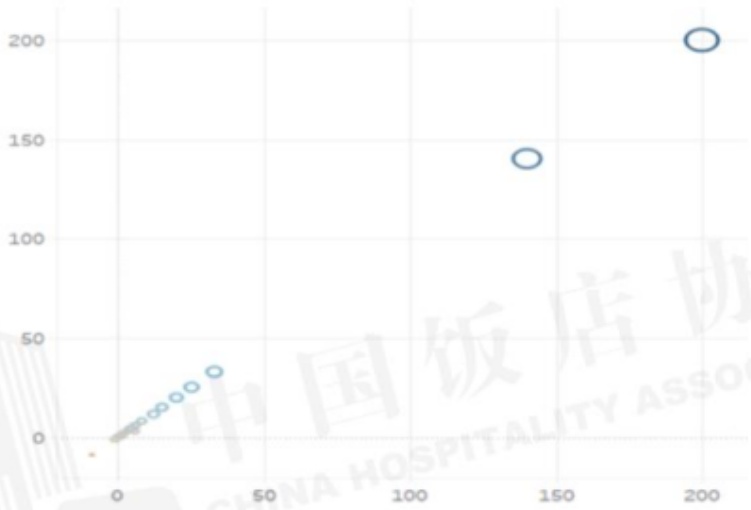

图 10　绿色餐厅变动分布图

数据来源：中国饭店协会调研数据

（七）中央厨房分析

在调查的企业中有 47.89% 的企业拥有中央厨房，其中拥有 1 个中央厨房的企业占比 80.88%，拥有 2 个中央厨房的企业占比 14.71%，拥有 3 个中央厨房的企业占比 2.94%，拥有 4 个及以上中央厨房的企业占比 1.47%。（如图 11 所示）

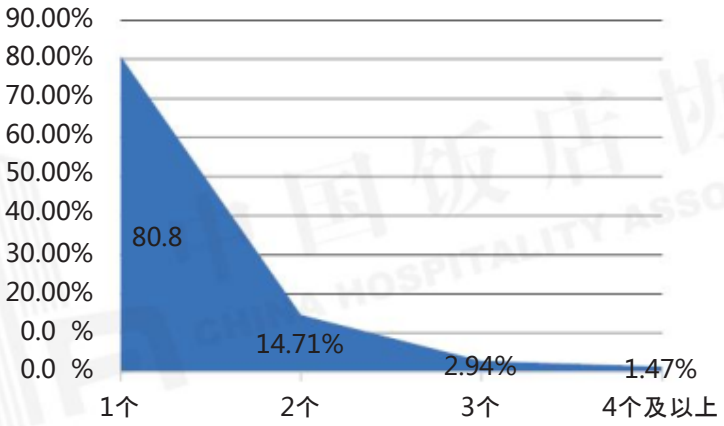

图 11　拥有中央厨房企业的中央厨房数量分析图

数据来源：中国饭店协会调研数据

（八）养殖基地

22.30% 的企业拥有种养殖基地，其中拥有 1 个种养殖基地的企业占比 14.89%，拥有 2 个种养殖基地的企业占比 3.55%，拥有 3 个种养殖基地的企业占比 2.13%，拥有 5 个种养殖基地的企业占比 0.71%，拥有 44 个种养殖基地的企业占比 0.71%。（如图 12 所示）

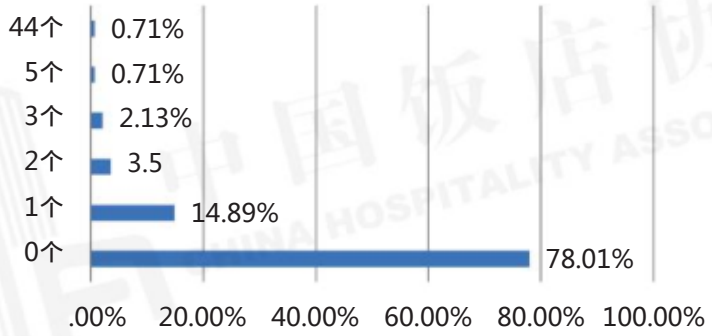

图 12　养殖基地数量分析表

数据来源：中国饭店协会调研数据

三、连锁化程度分析

（一）直营店

1、直营店数量

在调研的企业中，直营店数量最多的达到 629 家，最小的为 1 家，中值为 16 家，平均值为 44.5 家。

从直营店数目分布上来看，直营店在 1–10 家和 51 家以上的企业占比最多。直营店为 1–1 企业占比达到 43.42%，直 过 51 家的企业占比 23.23%。

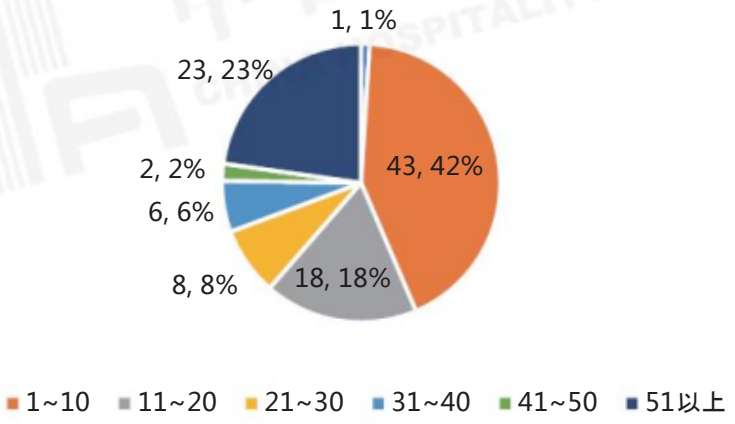

图 13　直营店数量分布图

数据来源：中国饭店协会调研数据

2、 营店变动

直 数量较上年增加最多的企业 增加了 140 家直营店，直营店较上年减少最多的企业 间减少了 7 家直营店。统计的变动中值为 2 家，平均值为 9.2 家，可见平均来说直营店在不断增加。

（二）加盟店

1、加盟店数量

在调研的企业中，加盟店数量最多的达到 5467 家，最小的为 0 家，中值为 0 家，平均值为 87 家。

调研企业中，没有加盟店的企业占比 53.52%，在拥有加盟店的企业中以拥有 1–10 家和 51 家以上的加盟店企业居多。拥有 1–10 家加盟店的企业占比 19.19%，拥有超过 51 家加盟店的企业占比 12.12%。（如图 14 所示）

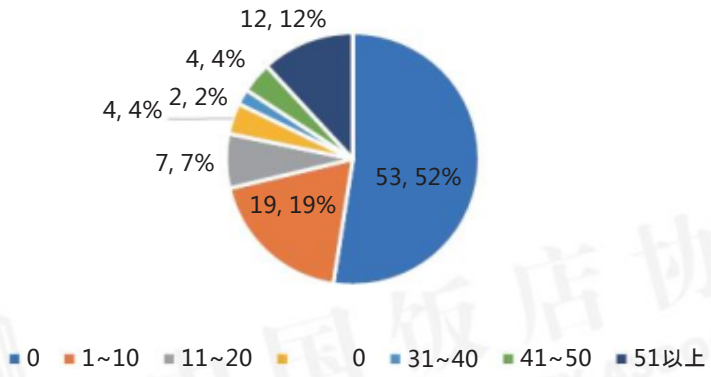

图 14　加盟店企业数量分布图

数据来源：中国饭店协会调研数据

2、加盟店数量变动

加盟店数量较上年增加最多的企业一年间增加了 272 家加盟店，加盟店较上年减少最多的企业一年间减少了 3 家直营店。统计的变动中值为 0 家，平均值为 8.9 家，平均来说加盟店在不断增加，个别品牌个别企业增加迅猛。

（三）直营店与加盟店对比

在调研企业中，从门店总体数量上来说，加盟店的个数为 8979 个，要远远超过直营店的 5512 个。但从拥有直营或者是加盟店的企业集团数量上来看，拥有直营店企业的数目[6]从整体上超过拥有加盟店企业的数目（如图 15 所示），可见目前餐饮行业企业集团还是以优先发展直营店为主。

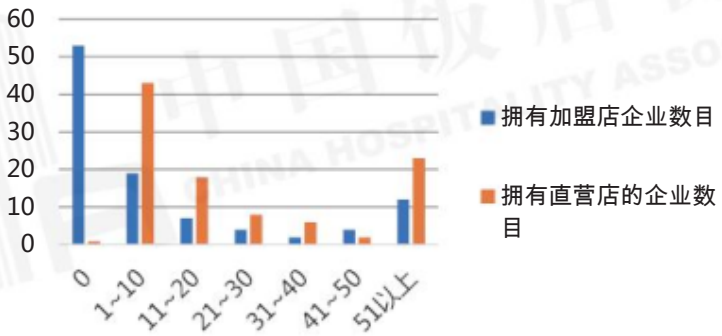

图 15　拥有加盟店和直营店的企业数量对比图

数据来源：中国饭店协会调研数据

[6] 这里不是指企业的直营店数目，而是指拥有直营店的企业集团数目。

四、行业效益分析

（一）员工工资分析

1、一线员工工资及变动

餐饮企业中一线员工工资均值为 3881 元，较上年变动均值为上涨 11.1%，一线员工工资水平稳步提高。

表 10 一线员工工资水平表

指标	工工资	一线员工工资变动
最大值	00 元	112%
最小值	2,100 元	0
中值	3,600 元	8%
平均值	3,881 元	11.1%

数据来源：中国饭店协会调研数据

、管理员工工资及变动

餐饮企业中管理员工工资均值为 7601 元，较上年变动均值为上涨 11.3%，管理员工工资上涨幅度基本与一线员工工资上涨幅度持平。

表 11 管理层员工工资水平表

指标	管理员工工资	管理员工工资变动
最大值	72,382	108%
最小值	3,500	–12%
中值	6,300	8.2%
平均值	7,601	11.3%

数据来源：中国饭店协会调研数据

（ 人均消费分析

调研 中，人均消费的最大值为 577.5 元，人均消费的最小值仅为 8 元，人均消费的中值为 103.9 元 人均消 的平均值为 133.6 元。

（三）门店变动分析

如表 12 所示，企业的开店数目要远远大于关店数目。企业的最大开店数目为 502 家，最大关店数目为 240 家，开店数量均值约为关店数量均值的 3 倍。

表 12 门店变动表

指标	开店	关店
总数	1,770	597
最大值	502	240
最小值	0	0
中值	7	1
平均值	19	6.4

数据来源：中国饭店协会调研数据

（四）营收效益分析

1、每餐位营收

在调研企业中每餐位营收的中值为 4.59 万元，每餐位营收的均值为 5.74 万元。

2、人均劳效

在调研企业中人均劳效的中值为 7.82 万元，人均劳效的均值为 18.57 万元。

3、毛利率及其变动

调 业的毛利率最大值为 71%，均值为 4 .22 。其中 利率增长最多企业的毛利率较去 加了一倍，毛利率的平均增 2%。（见表 13 所示）

表 13 毛利率及其变动表

指标	毛利率	毛利率较上年变动
最大值	71.00%	100%
最小值	4.97%	–40.40%
中值	55.90%	1%
平均值	49.22%	2%

数据来源：中国饭店协会调研数据

4、净利率及其变动

调研企业的净利率均值为 11.76%。其中净利率增长最多企业的净利率较去年增加了 122%，净利率的平均增加值为 2.5%。可见，总体来看餐饮企业的毛利率和净利率有小幅增加。（见表 14 所示）

表 14 净利率及其变动表

指标	净利率	净利 上年变动
最大值	—	122.00%
最小值	——	–75%
中值	10.00%	0.8%
平均值	11.76%	2.5%

数据来源：中国饭店协会调研数据

（五）成本分析

1、原料进货成本占营业额比例及其变动

如表 15 所示，原料进货成本占营业额比例均值为 39.68%，较上年变动比率均值为 2.53%。大部分企业的原料进货成本占营业额比例集中在 25%–60% 之间（如图 16 所示）。绝大部分企业的原材料进货成本占营业额比例较上年有所增长，增长幅度集中在 0~13% 的企业占比 76%，原材料进货成本占营业额比例较上年有所下降的企业占比 23%（如图 17 所示）。

表 15　原料进货成本占营业额比例及其变动表

指标	原料进货成本占营业额比例	原料进货成本占营业额比例较上年变动
最大值	——	30.00%
最小值	——	-6.83%
中值	39.68%	1.00%
平均值	41.31%	1.72%

数据来源：中国饭店协会调研数据

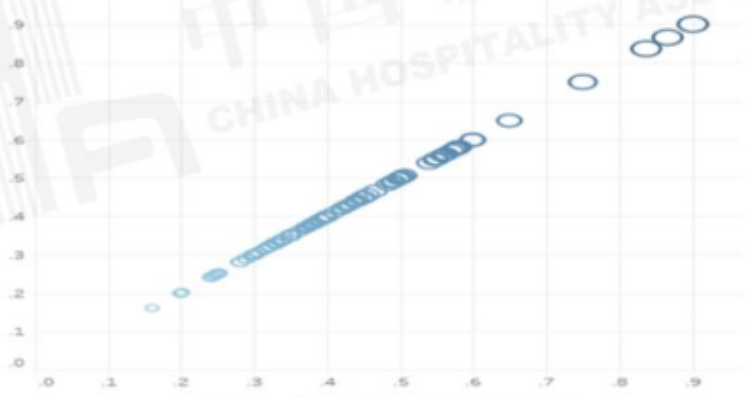

图 16　原料进货成本占营业额比例分布图

数据来源：中国饭店协会调研数据

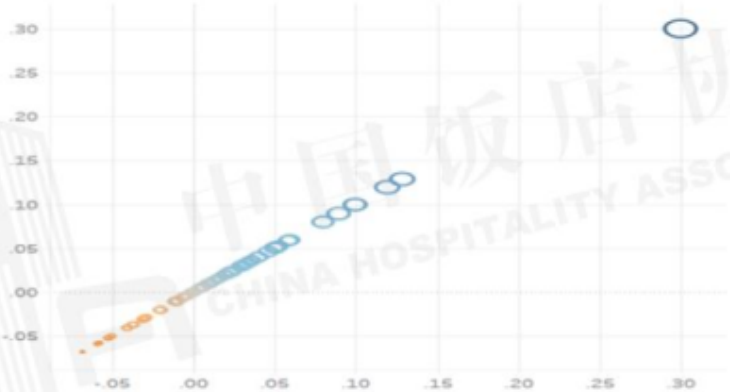

图 17　原料进货成本占营业额比例较上年变动分布图

数据来源：中国饭店协会调研数据

2、房租及物业成本占营业额比例及其变动

如表 16 所示，房租及物业成本占营业额比例均值为 10.26%，较上年变动比率均值为 2.50%。大部分企业的房租及物业成本占营业额比例集中在 6%—18% 之间（如图 18 所示）。房租及物业成本占营业额比例较上年变动比例主要分布在 -2.44%—5% 之间（如图 19 所示）。

表 16　房租及物业成本占营业额比例及其变动表

指标	房租及物业成本占营业额比例	房租及物业成本占营业额比例较上年变动
最大值	30.00%	110.00%
最小值	0	–19.00%
中值	10.00%	0.50%
平均值	10.26%	2.50%

数据来源：中国饭店协会调研数据

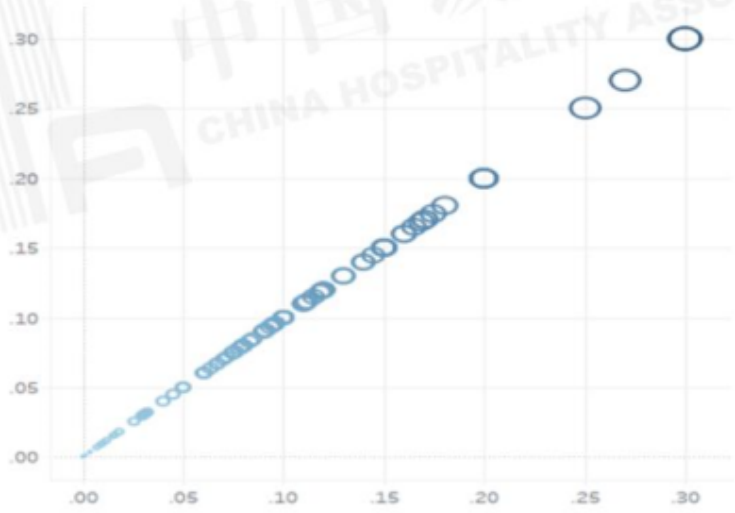

图 18　房租及物业成本占营业额比例分布图

数据来源：中国饭店协会调研数据

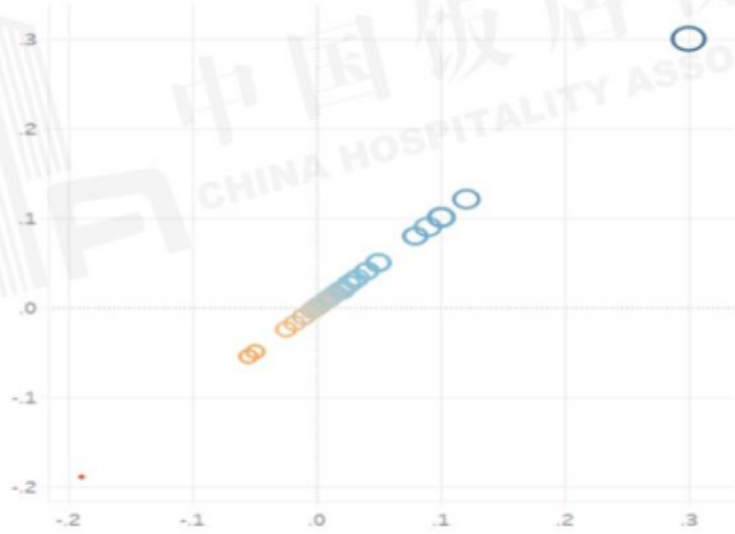

图 19　房租及物业成本占营业额比例较上年变动率分布表

数据来源：中国饭店协会调研数据

3、人力成本占营业额比例及其变动

如表 17 所示，人力成本占营业额比例均值为 22.41%，较上年变动比率均值为

2.04%。大部分企业的人力成本占营业额比例集中在 15%–32% 之间（如图 20 所示）。人力成本占营业额比例较上年变动比例主要分布在 0–5.72% 之间（如图 21 所示）。

表 17　人力成本占营业额比例及其变动表

指标	人力成本占营业额比例	人力成本占营业额比例较上年变动
最大值	46.41%	10.60%
最小值	3.00%	–7.30%
中值	21.05%	1.9 %
平均值	22.41	2.04%

数据来源：中国饭店协会调研数据

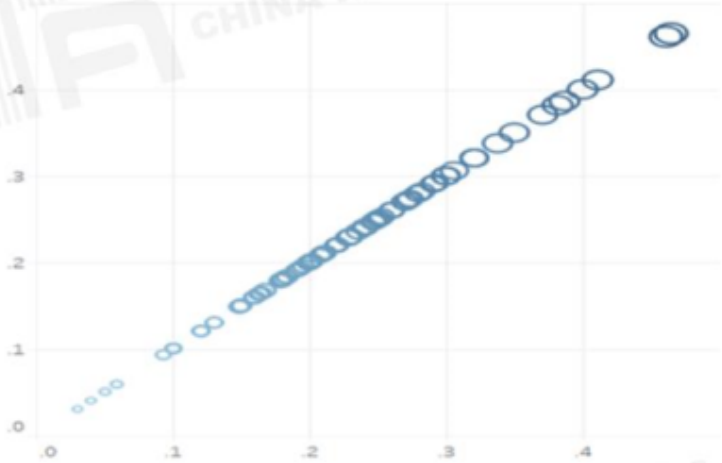

图 20　人力成本占营业额比例分布图

数据来源：中国饭店协会调研数据

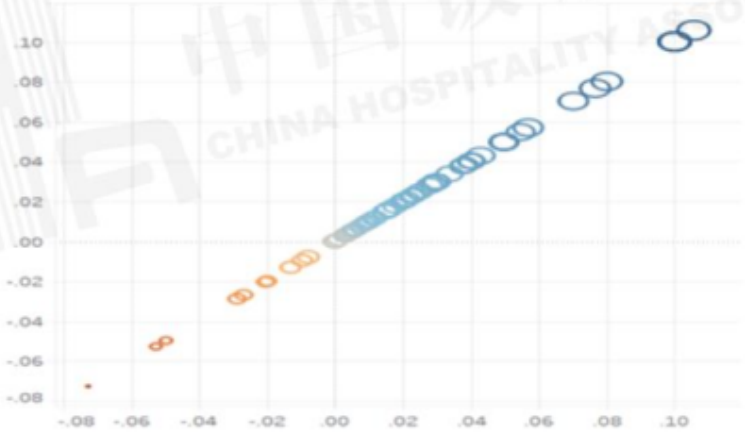

图 21　人力成本占营业额比例较上年变动比例分布图

数据来源：中国饭店协会调研数据

4、能源成本占营业额比例及其变动

如表 18 所示，能源成本占营业额比例均值为 4.54%，较上年变动比率均值为 0.99%。绝大部分企业的能源成本占营业额比例控制在 7% 以下。（如图 22 所示）。能源

成本占营业额比例较上年变动比例主要分布在 –1%—2% 之间，大部分企业的能源成本占营业额比例都有所增长（如图 23 所示）。

表 18 能源成本占营业额比例及其变动表

指标	能源成本占营业额比例	能源成本占营业额比例较上年变动
最大值	18.37%	33.00%
最小值	0.05%	–36.23%
中值	3.65%	0 9
平均值	.54%	2.04%

数据来源：中国饭店协会调研数据

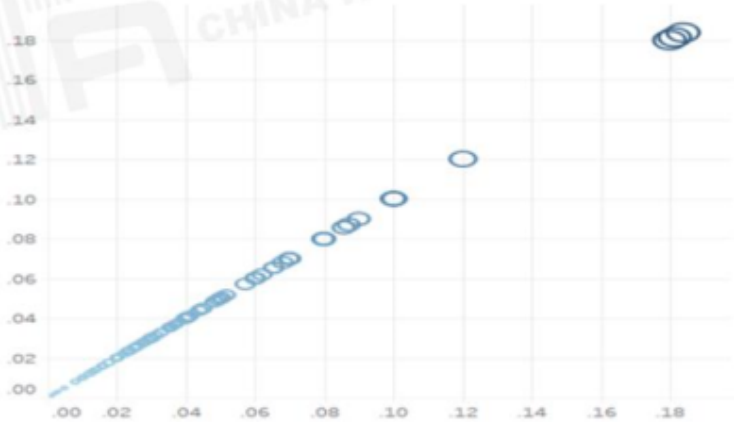

图 22 能源成本占营业额比例分布图

数据来源：中国饭店协会调研数据

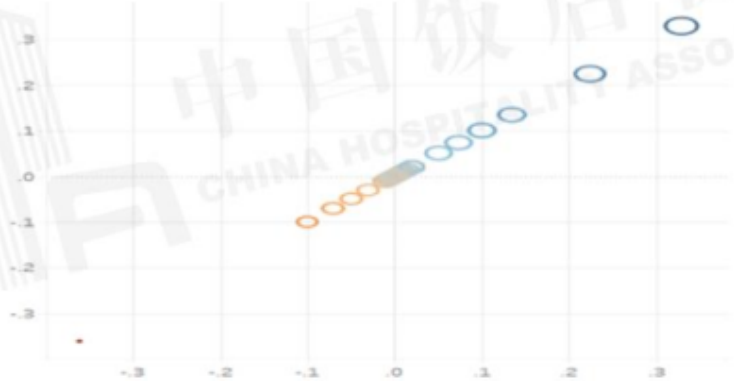

图 23 能源成本占营业额比例较上年变动分布图

数据来源：中国饭店协会调研数据

5、销售、管理、财务三项费用合计占营业额比例及其变动

如表 19 所示，销售、管理、财务三项费用合计占营业额比例均值为 25.68%，较上年变动比率均值为 1.59%。绝大部分企业的销售、管理、财务三项费用合计占营业额比例在 26%–65% 之间。（如图 24 所示）。大部分企业的销售、管理、财务三项费用合计占营业额比例较上年有所增加，增加的幅度主要集中在 0—5.23% 之间。（如图 25 所示）。

表 19　销售、管理、财务三项费用合计占营业额比例及其变动表

指标	销售、管理、财务三项费用合计占营业额比例	销售、管理、财务三项费用合计占营业额比例较上年变动
最大值	——	100.00%
最小值	——	–41.75%
中值	19.60%	0.50%
平均值	25.68%	1.59%

数据来源：中国饭店协会调　数据

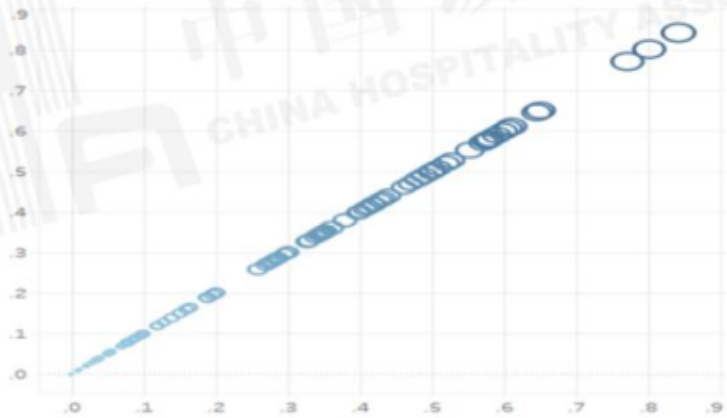

图 24　销售、管理、财务三项费用合计占营业额比例分布图

数据来源：中国饭店协会调研数据

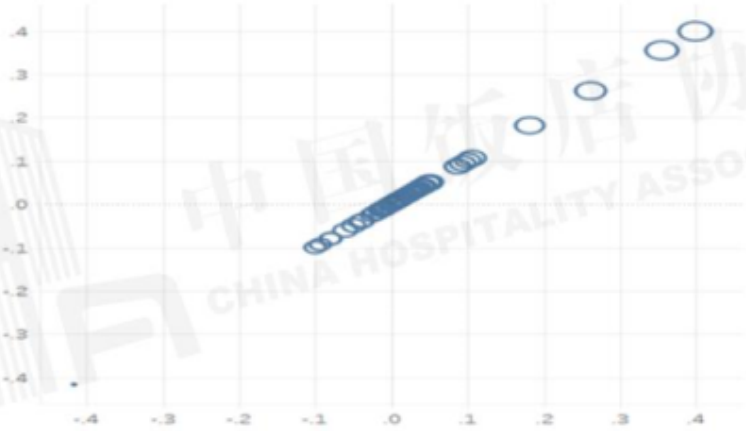

图 25　销售、管理、财务三项费用合计占营业额比例较上年变动分布图

数据来源：中国饭店协会调研数据

6、各项税费合计占营业额比例及其变动

如表 20 所示，各项税费合计占营业额比例均值为　5.11%，较上年变动比率均值为 0.67%。绝大部分企业各项税费合计占营业额比例在　10% 以下。各项税费合计占营业额比例 6% 以下的企业占比 73.45%，占比 6.1%–11% 的企业占比 16.81%。（如图 26 所示），整体而言占比减少的企业占比 10.26%，持平的企业占比 15.38%，增加的企业占比 74.36%（如图 27 所示）。

表 20　各项税费合计占营业额比例及其变动表

指标	各项税费合计占营业额比例	各项税费合计占营业额比例较上年变动
最大值	——	29.00%
最小值	——	–35.70%
中值	4.00%	0.27%
平均值	5.11%	0.67%

数据来源：中国饭店协会调研数据

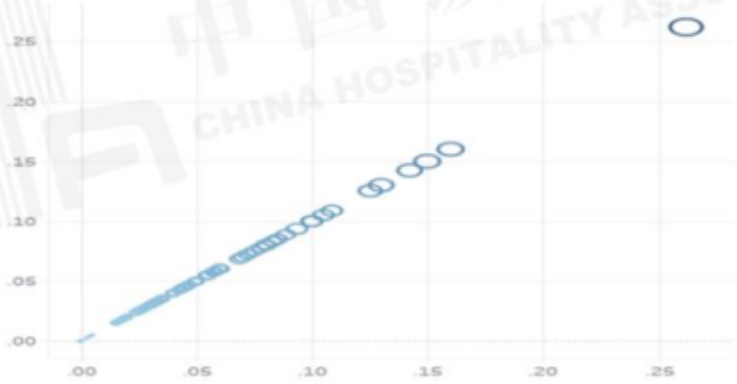

图 26　各项税费合计占营业额比例分布图

数据来源：中国饭店协会调研数据

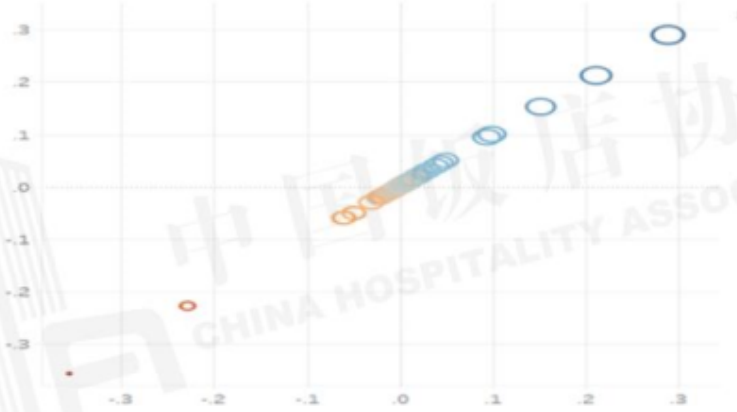

图 27　各项税费合计占营业额比例变动分布图

数据来源：中国饭店协会调研数据

7、各项成本费用占营业额比例及其变动对比分析

如图 28 所示，各项成本费用占营业额比例中占比最大的三个分别是原材料进货成本、销售管理财务三项费用合计以及人力成本。如图　29 所示，增长率最快的分别是原料进货成本、房租及物业成本以及人力成本。

所占比率均值

图 28　各项成本费用占营业额比例均值对比图

数据来源：中国饭店协会调研数据

变动比率均值

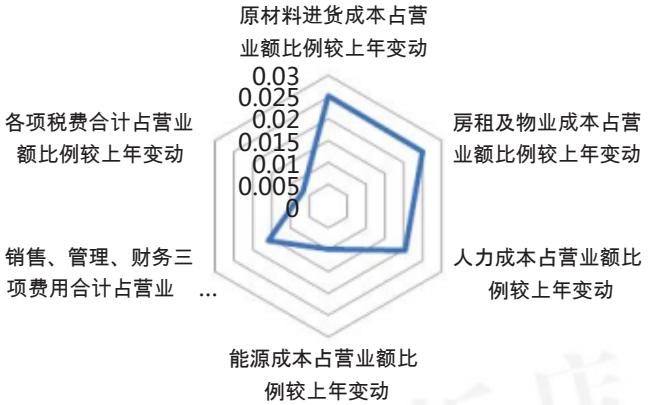

图 29　各项成本费用占　　比例较上年变动均值对比图

源：　饭店协会调研数据

五、战略发展分析

（一）关注发展方向分析

如图 30 所示，企业对于品牌化最为关注，其次是供应链、绿色发展、智能化和精益管理，对于连锁化和培训关注较少，分别占比不到 30%。

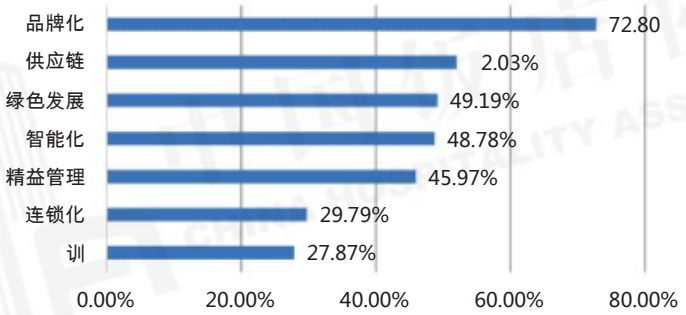

图 30　关注发展方向占比对比图

数据来源：中国饭店协会调研数据

（二）移动支付分析

调查的企业中移动支付占营业额比例中值为 58%，均值为 53%。移动支付占营业额比例超过 40% 的企业占比 71.72%，占比超过 50% 的企业占比 58.59%。

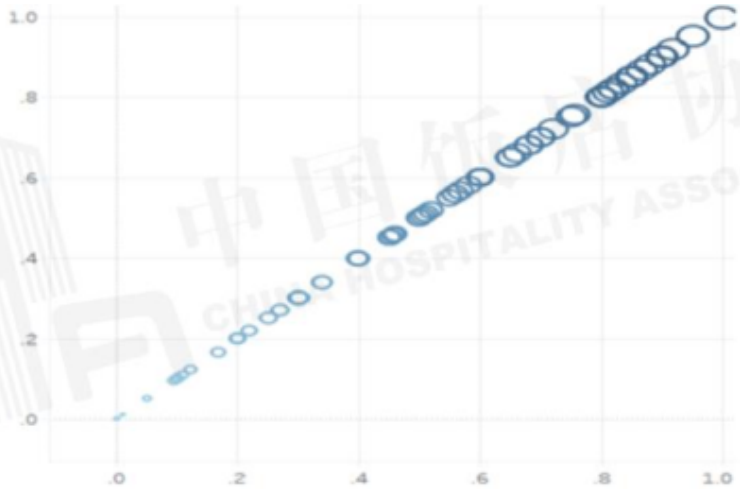

图 31　移动支付占营业额比例分布图

数据来源：中国饭店协会调研数据

（三）营收预期

对 2019 年企业营收的预期，除个别企业预期增长 500% 和 200% 外，绝大多数企业的预期增长为 50% 以下，其中 93.59% 的企业预期会实现增长，平均营收预期为增长 13.98%。（如图 32 所示）

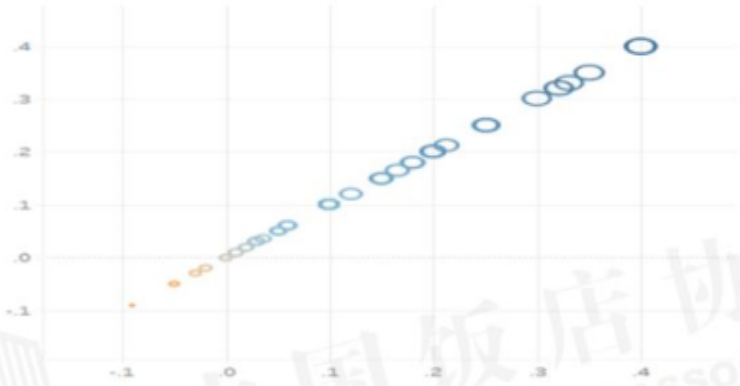

图 32　营收预期分布表

数据来源：中国饭店协会调研数据

（四）盈利预期

餐饮企业对盈利预期良好，95.24% 的企业预期盈利会增加。除了个别企业预期盈利会增长 200%，以及下降 105% 以外，绝大部分企业的预期值集中在 –5%—30% 之间。盈利预期中值为 5.5%，均值为 9.8%。如图 33 所示。

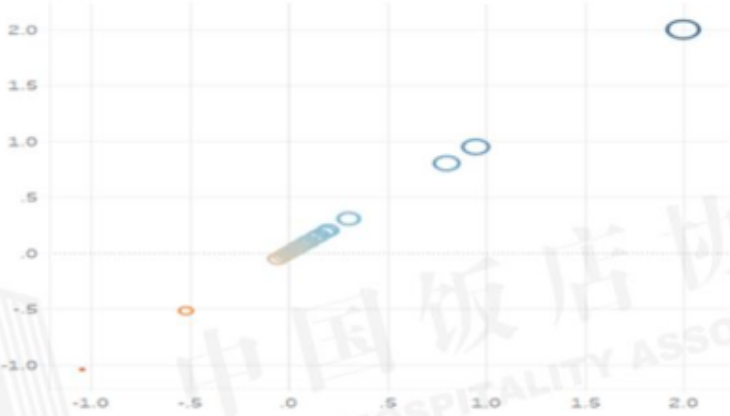

图 33　盈利预期分布图

数据来源：中国饭店协会调研数据

（五）行动决策分析

如图 34 所示，仅有 5.61% 的企业拥有裁员计划，有 26.42% 的企业拥有关店计划，有 62.5% 的企业拥有新品牌计划，有 71.03% 的企业拥有投资意愿。

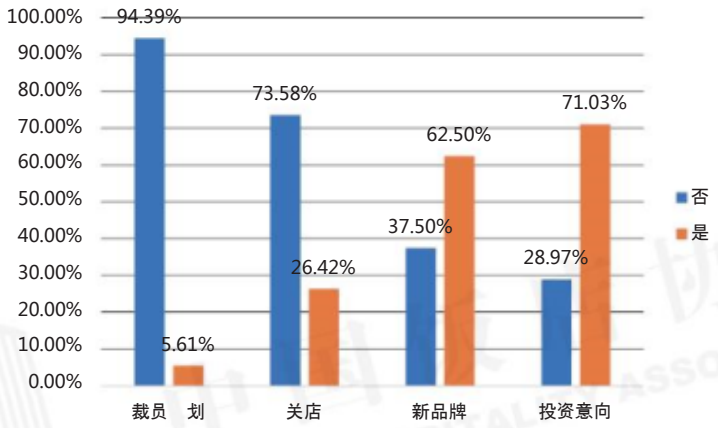

图 34　企业行动决策分析图

数据来源：中国饭店协会调研数据

（六）环境预期分析

如图 35 所示，餐饮企业认为企业的创新能力会增加，政策环境会改善。绝大部分企业认为经营成本会增加。

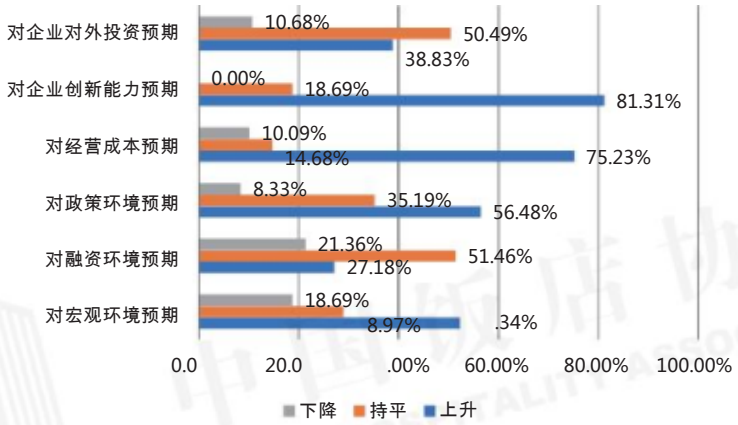

图 35　企业环境预期分析表

数据来源：中国饭店协会调研数据

六、各业态指标对比汇总

（一）规模相关指标汇总

本报告选取营业额、营业额较上年变动、食品加工销售额占营业额比例、食品加工销售额占营业额比例较上年变动、酒水饮料销售额占营业额比例、酒水饮料销售额占营业额比例较上年变动、包间销售额占营业额比例、包间销售额占营业额比例较上年变动、外卖销售额占营业额比例、外卖销售额占营业额比例较上年变动、营业面积、营业面积较上年变动、 数量、门店数量较上年变动 员工数量、一线员工数量较上年变动、管理员工数量 理员工数量较上 变动、员工流失率、绿色餐厅、绿色餐厅数量较上年变动、中央厨房 养殖基地等指标反映餐饮行业中各业态的规模发展情况。具体见表 21 所示。

表 1 餐饮各业态规模相关指标汇总表

规模	正餐均值	火锅均值	快餐均值	团餐均值	西餐休闲餐饮均值	日料均值
营业额	6.37 亿元	9.99 亿元	15.12 亿元	9.96 亿元	2.19 亿元	1.68 亿元
营业额较上年变动	6.48%	11.34%	27.47%	21.12%	43.85%	25.22%
食品加工销售额占营业额比例	60.01%	64.11%	66.50%	82.21%	61.44%	67.43%
食品加工销售额占营业额比例较上年变动	4.58%	2.46%	4.38%	20.53%	18.58%	24.80%
酒水饮料销售额占营业额比例	7.51%	9.26%	11.88%	4.24%	16.08%	7.50%
酒水饮料销售额占营业额比例较上年变动	1.45%	0.05%	0.53%	1.97%	%	21 20%
包间销 营业额比例	33.50%	27.12	0.00%	8.17%	20.27%	39.50%
包间销售 业额比例较上	2.69%	2.71%	0.00%	14.95%	3.91%	21.00%
外卖销售额占营业额比例	9.38	5.70%	25.40%	23.70%	8.12%	6.00%
外卖销售额占营业额 例较上年变动	6.90%	5.37%	1.58%	13.04%	4.02%	22.00%
营业面积	64553 平米	75089 平米	123255 平米	160217 平米	15195 平米	5541 平米
营业面积较上年变动	12.50%	13.41%	14.52%	11.55%	16.17%	25.21%
门店数量	42.30 个	165 个	974.7 个	169.1 个	36.2 个	16.4 个
门店数量较上年变动	52.05%	14.73%	13.22%	21.72%	38.22%	29.39%
一线员工数量	2185 个	5872 个	8205 个	6103 个	610 个	436 个
一线员工数量较上年变动	8.34%	6.49%	11.30%	17.14%	26.54%	34.58%
管理员工数量	277.9 个	375 个	2971 个	428 个	64 个	82 个
管理员工数量较上年变动	6.80%	1.99%	16.26%	16.96%	7.51%	19.56%

规模	正餐均值	火锅均值	快餐均值	团餐均值	西餐休闲餐饮均值	日料均值
员工流失率	18.65%	16.29%	13.98%	12.98%	18.67%	23.07%
绿色餐厅	7.05 个	5.6 个	82 个	37.09 个	5.76 个	0.71 个
绿色餐厅数量较上年变动	2.80 个	0.78 个	38 个	24.22 个	0.07 个	0.29 个
中央厨房	1.02 个	0.91 个	0.75 个	1.385 个	0. 5 个	0.375 个
种养殖基地	0.62 个	0.25 个	0 个	5 45 个	0 19 个	0.622 个

数据来源　　店协会调研数据

（　　连锁化程度相关指标汇总

本报告选取直　店数　、直营店数量较上年变动、加盟店数量、加盟店数量较上年变动等指标反映餐饮　业中各业态连锁化程度。具体如表　22 所示。

表 22　餐饮各业态连锁化程度相关指标汇总表

连锁化程度	正餐均值	火锅均值	快餐均值	团餐均值	西餐休闲餐饮均值	日料均值
直营店数量	30.91 个	24.9 个	137.4 个	128.1 个	22 个	14.2 个
直营店数量较上年变动	5.90 个	3.25 个	29.83 个	16.54 个	6.38 个	16.13 个
加盟店数量	17.13 个	147.2 个	974.2 个	9.8 个	9.6 个	1.6 个
加盟店数量较上年变动	1.48 个	15.92 个	95.75 个	2.89 个	0.93 个	14.86 个

数据来源：中国饭店协会调研数据

（　）效益相关指标

本　　选取每平米营收、每　位营　　均劳效、毛利率、毛利率较上年变动、净利率、净利率较　　变动、一线员工平均工资、一线员工平均工资变动、管理层员工工资、管理层员工平均工资较上年变　、人均消费、开店数量、关店数量等指标反映餐饮行业各业态效益情况。具体见　23 所示。

表 23　餐饮各业态效益相关指标汇总表

效益	正餐均值	火锅均值	快餐均值	团餐均值	西餐休闲餐饮均值	日料均值
每平米营收	1.25 万元	1.98 万元	1.81 万元	0.80 万元	1.34 万元	1.66 万元
每餐位营收	5.90 万元	7.28 万元	5.48 万元	4.12 万元	5.82 万元	6.32 万元
人均劳效	18.06 万元	27.44 万元	18.70 万元	29.27 万元	20.23 万元	22.47 万元
毛利率	52.89%	46.17%	50.39%	28.27%	53.90%	58.32%
毛利率较上年变动	2.45%	0.41%	1.39%	3.24%	4.21%	17.67%
净利率	11.76%	10.60%	11.55%	6.28%	13.75%	19.64%
净利率较上年变动	2.45%	–2.31%	3.60%	1.90%	1.60%	–1.30%
一线员工平均工资	4068.58 元	3400 元	3494 元	3568 元	3808 元	4129 元

效益	正餐均值	火锅均值	快餐均值	团餐均值	西餐休闲餐饮均值	日料均值
一线员工平均工资变动	10.65%	7.41%	8.30%	5.55%	10.69%	29.89%
管理层员工工资	8492 元	6571 元	7008 元	6871 元	6302 元	7486 元
管理层员工平均工资较上年变动	10.44%	8.00%	10.80%	7.94%	10.09%	28.28%
人均消费	147.8 元	88.1 元	24.5 元	26.7 元	148.8	290.5 元
开店　量	8.1 个	16.1 个	161.8 个	26 个	6.9 个	2.8 个
关店	2.05 个	9.6 个	个	8.08 个	1.83 个	0.5 个

据来源：中国饭店协会调研数据

（四）成本相关指标

本报告选取原料进货成本占营业额比例、原材料进货成本占营业额比例较上年变动、房租及物业成本占营业额比例、房租及物业成本占营业额比例较上年变动、人力成本占营业额比例、人力成本占营业额比例较上年变动、能源成本占营业额比例、能源成本占营业额比例较上年变动、销售、管理、财务三项费用合计占营业额比例、销售、管理、财务三项费用合计占营业额比例较上年变动、各项税费合计占营业额比例、各项税费合计占营业额比例较上年变动等指标反映餐饮行业各业态成本情况。具体见表　24 所示。

表 24　餐饮各业态成本相关指标汇总表

成本	正餐均值	火锅均值	快餐均值	团餐均值	西餐休闲餐饮均值	日料均值
原料进货成本占营业额比例	38.26%	37.94%	49.93%	52.44%	36 11%	39.29%
原材料进货成本占营业额比例较上年变	0.80%	2.59%	3.68%	1.36%	2.98%	1.35%
房租及物　占营业额比例	11.31%	12	8.56%	3.44%	11.91%	9.52%
房租及物业　占营业额比例较上年变动	1.31%	2.58%	3.04%	0.27%	2.04%	1.27%
人力成本占营业额比例	23.77%	20.36%	21.22%	38.99%	27.82%	15.78%
人力成本占营业额比例　上年变	1.99%	3.05%	0.12%	1.89%	2.30%	1.43%
能　本占营业额比例	4.65%	3.34%	5.93%	4.45%	5.45%	2.06%
能源成本占营业额比例较上年变动	1.41%	0.46%	4.19%	–0.19%	0.39%	–0.04%
销售、管理、财务三项费用合计占营业额比例	30.80%	23.46%	22.57%	17.19%	25.60%	22.93%
销售、管理、财务三项费用合计占营业额比例较上年变动	1.42%	–0.43%	7.46%	3.54%	3.05%	1.85%
各项税费合计占营业额比例	5.04%	4.44%	4.87%	3.52%	4.90%	6.20%
各项税费合计占营业额比例较上年变动	0.11%	–0.25%	1.17%	–4.56%	0.75%	0.38%

数据来源：中国饭店协会调研数据

七、餐饮行业发展特征及趋势分析

（一）整体规模持续扩大，较大规模企业维持较快增长

从营业额增长率、门店数量增长情况、营业面积变动、员工数量变动、门店变动等指标来看，较大规模的企业整体规模持续扩大，中大型企业仍然处于持续扩张阶段，所调研企业的营业额平均增长率为 12.6%，超过了全国餐饮营业收入增长率，可见中大型企业仍然充满活力，领跑行业增长。

（ ）一线城市和准一线城 有较强品牌影响力

目前 研的规模较大餐饮企业主要集中在北京、广东、上海等一线城市，逐渐向准一线城市和二三线城市扩 。一线城市和准一线城市特别是广东和上海地区的餐饮企业集团无论是从门店数 还是从品牌数量来看都领先于其他地区，可见这些地区的餐饮企业集团拥有较高的品牌影响力和品牌创造力。

（三）餐饮行业仍属于劳动密集型产业，组织结构有待进一步扁平化

无论是一线员工数量还是管理员工数量都较上年持续增长，餐饮行业仍然属于劳动密集型产业。一线员工数量均值与管理员工数量均值比为 7.38:1，餐饮企业组织结构有待进一步扁平化发展，管理效率有待进一步提高。

（四）中大型餐饮企业人员流失率维持在较为合理水平

在 调研的企业中，将近 60% 企业的人员流失率维持在 1 以下，人员流失率超过 31% 的 仅占比大约 10%，平均人员 率为 10%。一线员工的平均工资 3600 元，管理层员 平均工资为 6300 元。中大型餐饮企业通过提升员工工资福利、创新晋升和发展机制，对于餐饮人才具有较大吸引力。

（五）连锁化程度逐渐加强，连锁化发展呈现马太效应，直营仍是首选

在所调研企业中直营店一年增长均值为 9.2 家，加盟店一年增长均值为 8.9 家，可见整体而言餐饮行业的连锁化程度逐渐加强。所调研企业中连锁化发展最快的企业一年间直营店增加最大值达到 270 家，加盟店增加最大值达到 272 家，行业中呈现出加盟店越多的店越多人加盟的趋势，马太效应较为明显。对比拥有直营店的企业集团和拥有加盟店的企业集团数量，可以发现拥有直营店企业集团的数目整体上超过拥有加盟店企业集团的数目，可见目前餐饮行业企业集团为了保证产品质量、维护品牌声誉仍是优先发展直营店。

（六）绿色餐厅认识较为模糊，绿色餐饮标准宣贯力度有待进一

步提高

在上报的企业中未填写绿色餐厅内容的企业占比 38.13%，填写没有的企业占比 28.06%，填写数额大于 1 个的企业占比 33.81%。在调研中发现，餐饮行业中对于绿色餐厅的概念比较模糊，有的企业认为自家餐厅符合环保标准或者有绿色采购环节就是绿色餐厅，有的企业认为获得了一些社会组织的认定就属于绿色餐厅。行业内对于绿色餐厅的认定尚缺乏权威认证，绿色餐饮标准宣贯力度有待进一步提高。

（ 销售管理财务三项费 本值得关注，内部管理有待加强

在所 的企业中，原材料、房租和人力成本仍然是上升最快的三大成本。按照所占比例来看 材料进货成本、销售管理财务三项费用以及人力成本占比最大，其中销售管理财务三项费用成 值得关 。

（八）品牌化发展成为最大关注点，企业预期发展较为乐观

在企业关注方向调查中，企业对于品牌化发展最为关注，关注品牌化发展的企业占比 72.80%，其次是供应链发展（占比 52.03%）和绿色化发展（49.19%）。餐饮企业管理者认为未来营业收入和盈利都会提高，其中认为营收会增加 13.98%，盈利会增加 9.8%，并且在企业未来发展决策中都有较强新品牌发展意向和投资意向。

（九）门店数量发展成为行业效益提升瓶颈，工业化发展或可打破僵局

依据调研数据分析，门店数目与每餐位营收的相关系数为 −0.01906 门店数目与人均劳效的 系数为 −0.01671，可见门店数目 企业效益的相关性很低。依据图 36、37 可见，随着企业 数目增加会呈现出 定的规 应，但是当到达一个规模极限之后其效益就开始下降 此门店数目需要控制在一定的数量范围之内才是经济和有效的。随着新技术的发展，企业通过网络化 工厂化发展，可以突破门店数量瓶颈实现更优地规模化发展。

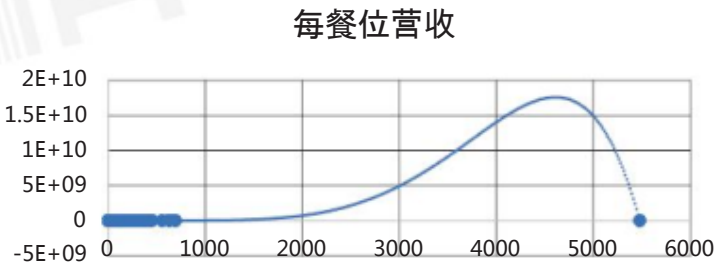

图 36 每餐位营收随门店数量变动预测图

数据来源：中国饭店协会调研数据

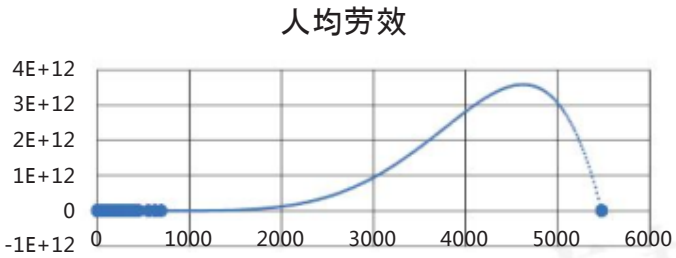

图 37　人均劳效随门店数量变动预测图

数据来源　　饭店协会调研数据

（　火锅产业持续升温，品质及品牌化发展成为机会点

火锅品类近几年受市　需求增长及可扩张性，高标准化的独特业务模式，成为餐饮细分中一大品类。火　市场总收入 2018 年达到 8757 亿元，对比 2014 年涨幅超 52%，预计 019 年火锅营收达到 9.6 千亿。火锅每平营收优于其他餐饮品类，表现突出。

火锅行业呈现新品牌和老品牌并存、单业态产品为主、　连锁企业多个子品牌经营明显的特征。城市进入不同发展阶段，一二线城市进入成熟转型期，三四线城市进入发展期。一二线城市竞争核心源于品牌、规模、成控、产品及服务；三四线城市竞争核心源于价格、产品、定位和品牌。现在的主要机会点是性价比高的高端市场以及服务品质。火锅餐饮品牌直营成为一级城市主流，品牌价值加速餐饮企业化进程。由品类打造特色火锅品牌向规模化股权上市发展，火锅餐饮进入全国性品牌竞争局面。

（十一）婚庆市场成为新的盈利点，仪式感及品质成为新关注点

在　前餐饮业转型升级、高质量发展的新时期，喜宴市场　为企业重要的营收版块，在许多　宴为主要业务的酒店中婚宴　餐饮消费的 50.67%，一批企业通过优质的喜宴产品　在激烈的市场竞争中蓬勃发展。但与此同时，市场也面临着新的变化，呈现出新特点：第一，市场竞争越来越激烈，跨行业竞争明显。目前可接待宴会不仅有酒店、餐饮、婚礼会馆，还有一些音乐厅、高尔夫球场、油画馆、教堂、庄园、马场都在不同程度的承接宴会。第二，市场进一步细分。婚宴、寿宴、宝宝宴、乔迁宴、谢师宴而且各种　学情、战友情、同事情、周岁宴、成人宴、升学宴等各种喜事感情的宴会越来越多。第三，消费者越来越注重喜宴的仪式感。不单单只是吃饭聊天，同时会提出对场景要求、服务环节、仪式策划提出定制要求。第四、婚宴的桌数在减少，但对品质的要求越来越高。随着政策的引导，以及人口结构的变化，婚宴的桌数有明显下降，但是对品质的要求越来越高。

（十二）线上线下融合创新，数据指导未来发展

现有餐饮企业纷纷应用　“互联网 + 新技术”，积极推进餐饮业新零售发展，建立互利共享的线上线下一站式服务，促进线上线下融合发展，并不断尝试实现企业与移动端有效链接，引流新消费群体。新技术、互联网的应用成为引流新消费、发展新零售的有效方式。

餐饮企业也越来越注重利用数据指引企业理性发展。新时代是数据化、网络化的时代，是共享的时代，餐饮人不能只见树木不见森林，也不可能独善其身，应该要用互联、共享的思维模式考虑企业的发展问题。因此，数据的收集、整理、共享变得尤为重要，高质量的数据报告将对餐饮企业理性发展具有很大指导和借鉴意义。

（十三）老字号成为文化与消费双载体，面临新的机遇与挑战

2018 年初中共中央国务院下发了《关于实施中华优秀文化传承发展　　程意见》，其中重点　　要实施中华老字号发展。目前，　国饭店、餐饮中华老字号共有将近两百家，省级饭店　　饮老字号有 320 家　食品老　　有 460 家，除西藏和新疆外各地均有分布。老字号的　　对于弘扬优秀中华传统文化、促进消费、拉动经济增长都有重要意义，目前面临着重要的发展机遇。与此同时餐饮老字号发展面临着一系列矛盾：第一，选料精细、原料讲究与成本的矛　；第二，国际化发展中食品卫生的矛盾；第三，传统工艺与操作便　的矛盾；第四，丰富多彩与单品发展的矛盾；第五，由原来的为少数人服务到现在的普惠民生发展的矛盾；第六，现有市场与新生代客户矛盾；第七，地方特色与连锁经营矛盾；第八，现有产品与消费模式改变之间的矛盾。

中国饭店协会 CHINA HOSPITALITY ASSOCIATION

八、餐饮行业发展建议

（一）政府相关建议

1、维持政策稳定，增强投资信心。

在调研中发现企业对于政策环境持看好态度，过半企业认为政策环境会逐渐提升。政府应该继续维持政策发展延续性，不断出台利好政策，改善营商环境。

2、加强地区交流，完善品牌培育保障措施。

学　进地区的品牌扶持和培育举　为企业培育新品牌、提高品牌影响力提供必要保障措

3、　税收政策，简化办理程序。

税务部门应与有关部门一起深入开展调查研究，尽快提出体现更大规模、更具实质性和普惠性的减税降　政策建议，特别是抓紧研究推进增值税等实质性减税、对小微企业和　技型初创企业实施普惠性税收免除的措施。针对餐饮行业中供应商多为小规模企业和个体工商户的特点合理调整税收制度。同时，进一步简化税收抵减申请手续，降低企业负担。

（二）行业相关建议

1、加强绿色餐饮标准宣贯，促进行业绿色化发展。

2、针对行业各细分业态完善国家、行业、团体标准，促进行业标准化发展。

3、建立行业领跑性指标，组织行业互动式学习和交流，推广标杆企业的先进发展经验，引领行业高质量发展。

4、联合企业加强行业培训，为行业培养高质量技能型人才。

5　广先进现场管理方法，提高企业　理能力。

6　行业资源，建立供　链发展　，降低企业采购成本、提高企业采购质量。

（　）企业相关建议

1、平衡直营　和加盟　关系，在保证企业品牌质量的前提下强化品牌影响力。

2、积极应用新技术以及各种现代化管理方式和工具，促进组织扁平化发展，提高人利用率，有效降低人力成本、提高管理效益。

3、积极利用诸如合伙人制等先进的激励制度，提高员工工作积极性和主动性，降低员工流失率。

4、依据国家行业绿色餐饮标准，实现绿色采购，努力降低能耗，为消费者提供放心、健康产品和服务，实现绿色化发展。

5、制定企业内外部培训计划，提高员工职业发展能力，保证企业可持续发展。

6、注重品牌价值构建和延伸，以品牌文化为内核，打造强 IP 产品，提升品牌综合价值。

7、研究分析市场情况，理性投资，避免在马太效应下盲目跟风，控制经营风险。

8、拥抱新技术，加强网络化、工业化发展，采用前店后厂以及线上线下融合发展的方式，