

2019年 绿色餐饮

减税降费

米其林争议 猪肉涨价

中国餐饮业十大热点

对谈录

舌尖上的安全

餐企上市 外卖新动能 老字号新消费

餐饮消费持续增长

2019年密集出台的促消费政策为餐饮业发展带来新机遇。餐饮业也不负众望，在促消费方面担当重任。国家统计局公布的数据显示，2019年1-11月份，社会消费品零售总额372872亿元，同比增长8.0%。1-11月份，餐饮收入41896亿元，同比增长9.4%。预计全年餐饮业收入可实现4.6万亿元。餐饮业增长高于同期社会消费品零售增速，成为消费业态中最活跃的业态之一。

餐饮业作为生活性服务业的重要业态，是与消费者接触最多、范围最广的业态之一，早已开始了供给侧结构性改革，并呈现出向其他业态拓展的趋势。

餐饮业以惠民生、促消费为目标，全力保障舌尖上的安全为使命，依托政府减税降费红利，努力开拓夜经济、老字号新零售、外卖、绿色餐饮新市场。在成本压力加大的背景下，从消费者需求喜好等大数据着手，餐饮企业自我提升，重塑产品架构，打造新爆款。面对国内外风险挑战明显上升的复杂局面，餐饮企业积极申请上市，为餐饮业注入强心针。这些趋势都在2019年中国餐饮业十大热点有所体现。

01

餐饮消费持续增长
担当促进消费重任



第二十届中国美食节期间促销费作用明显

无论是春节还是国庆黄金周，餐饮消费都是最活跃的消费业态。商务部发布的数据显示，2019年春节黄金周期间，全国零售和餐饮企业实现销售额约10050亿元人民币，比2018年春节黄金周增长8.5%。

春节黄金周的消费额往往是衡量一年消费形势的重要指标。春节黄金周餐饮消费的红火，为全年餐饮消费的持续增长打下良好基础。“五一”小长假期间，多地零售餐饮消费增速超过10%。国庆黄金周期间，餐饮消费火爆。商务部的数据显示，2019年10月1日至7日，全国零售和餐饮企业实现销售额1.52万亿元，比去年同期增长8.5%。

中国饭店协会在各地举办的美食消费活动，无论是在杭州举办的中国（杭州）国际美食博览会，还是在南昌举办的第二届中国美食节，都推出众多惠民消费活动，对促消费作用明显。

点评

餐饮消费的火爆，与国内消费不断增长密切相关。国家统计局公布的数据显示，2019年1-11月份，社会消费品零售总额372872亿元，同比增长8.0%。1-11月份，餐饮收入41896亿元，同比增长9.4%。而消费不断增长，又得益于消费环境的不断改善。为了促进消费，2019年，已陆续出台了一系列促进消费政策，不少地方也推出了一批有针对性的措施，各方齐抓共促扩消费的局面已然形成。

餐饮消费的火爆还受益于消费升级。近年，我国消费升级态势明显，旅游、娱乐、休闲消费大增长，对餐饮消费有直接拉动作用。

而餐饮行业供给侧改革加快，创新的餐饮类产品层出不穷，很好地满足了餐饮消费需求，也是餐饮消费持续火爆的重要支撑。一些餐饮业态，比如团餐、外卖、餐饮新零售、夜食堂等获得快速发展机会。

02

新修订《食品安全法实施条例》施行 餐饮消费“舌尖上的安全”更有保证

12月1日，新修订的《食品安全法实施条例》（以下简称《条例》）正式施行。《条例》共10章86条。《条例》第二十六条、第二十七条、第二十八条对餐饮服务提供者、餐具饮具集中消毒服务单位、学校、托幼机构、养老机构、建筑工地等集中用餐单位的食堂，如何保障用餐者食品安全做了具体规定。《条例》明确，承包经营集中用餐单位食堂的，应当依法取得食品经营许可，并对食堂的食品安全负责。集中用餐单位应当督促承包方落实食品安全管理制度，承担管理责任。

点评

党中央、国务院高度重视食品安全。2015年修订的《中华人民共和国食品安全法》的实施，有力推动了我国食品安全整体水平提升。

但与此同时，食品安全工作仍面临不少困难和挑战，监管实践中一些有效做法也需要总结、上升为法律规范。新修订的《食品安全法实施条例》，细化了食品安全监管体制机制，强化了食品生产经营者主体责任和食品安全监督管理责任，完善了食品安全社会共治并加大食品安全处罚力度。《条例》进一步细化和落实新修订的《食品安全法》，在《食品安全法》的基础上，补短板、强弱项，以良法善治，为人民群众“舌尖上的安全”保驾护航。《条例》是我国食品安全领域又一项重大法制建设成果，是完善中国特色社会主义法治体系的重要内容。

03

减税降费规模前所未有 餐企发展后劲明显增强



第二十届中国美食节期间展示 70 道热销菜

2019 年，我国减税降费规模前所未有。国家税务总局最新数据显示，2019 年前三季度，全国累计新增减税降费 17834 亿元，其中新增减税 15109 亿元，新增社保费降费 2725 亿元。有关方面透露，预计全年减税降费规模将达到 2.3 万亿元以上。

个人所得税改革作为 2019 年减税降费的“先手棋”。国家税务总局数据显示，2019 年前三季度，个人所得税两步改革叠加新增减税 4426 亿元，人均减税 1764 元。2019 年前三季度，小微企业普惠性政策新增减税 1827 亿元。而深化增值税改革是 2019 年减税降费的“主攻点”。2019 年前三季度，增值税改革新增减税 7035 亿元，其中，2018 年 5 月 1 日调整增值税税率翘尾减税 1184 亿元，2019 年深化增值税改革减税 5851 亿元。

点评

餐饮行业小微企业多。减费降税政策中，实施小微企业普惠性税收减免政策，能让不少餐饮企业受益。这对于由于劳动力价格、原料价格尤其是猪肉价格上涨而面临困难的餐企来说是及时雨。深化增值税改革，能促进大型餐饮企业增强研发新品的动力，从而能增强企业发展的后劲。而个人所得税改革，能增加居民的收入，增强居民消费能力，能促进餐饮消费，间接促进餐饮行业增长。

2019 年减税降费规模之大前所未有，几乎涉及所有企业和个人，全社会普遍受益，对激发主体活力、经济转型发展、产业结构调整升级、居民家庭生活改善等方面发挥了重要作用。

04

夜间经济红红火火 餐饮消费拔得头筹



促进夜间经济发展、打造餐饮夜间品牌专题研讨会

2019年以来，各地相继出台鼓励“夜经济”发展政策。2019年8月27日发布的《关于加快发展流通促进商业消费的意见》，也涉及“夜经济”发展内容。

政策实施4个月来，“夜经济”受到多方关注。“夜经济”一词更是荣获2019年度中国媒体十大新词榜首，代表了中国经济发展的新动能被民众热切关注。截至2019年10月，我国已有超过40个城市发布夜间经济、夜间旅游相关政策规划。在餐饮领域尤为明显，一些夜间经济发展比较优质的城市显示，餐饮消费占城市夜经济比超过七成。据美团研究院和中国饭店协会联合发布的《中国外卖产业调查研究报告（2019年前三季度）》同样显示，夜消费已成为外卖双驼峰时段之一，占全天订单量的35.2%。

点评

现今生活节奏日益加快，白天完成工作晚上出门逛街成为年轻人常态，很多社交及购物是在夜间完成的。随国家和各地鼓励夜经济政策落实，有助于推动夜经济的进一步发展，夜经济市场前景巨大。

值得注意的是，在消费需求的累积和市场存量的增长下，人们对夜间活动内容的需求将会进一步个性化。虽然餐饮消费开头红火，但也应及时升级，加大文化主题打造的维度和产品创新的力度。从企业自身来讲，延长营业时间固然增加客流量，但与此相对应的成本上升不可避免，如何调整营业时间、人力资源合理配置、产品差异化定位等问题值得研究。

05

绿色餐饮大力推进 餐企喜尝“绿色甜头”



垃圾分类

2018年5月21日，商务部等9部门联合发布《关于推动绿色餐饮发展的若干意见》，2019年作为政策落实年，行业在垃圾分类、科学配餐上都有了新的规范与突破。2019年4月26日，《住房和城乡建设部等部门关于在全国地级及以上城市全面开展生活垃圾分类工作的通知》印发。7月1日起，号称“史上最严”的垃圾分类条例——《上海生活垃圾管理条例》正式实施，其他省市逐步开展。年底，“垃圾分类”入选2019年中国媒体十大流行语。

在科学配餐方面，2019年7月15日，国务院印发《国务院关于实施健康中国行动的意见》，明确指出要设立合理膳食专项行动。餐饮企业关注政策重点，配制营养定餐，让外出就餐向营养均衡方向发展。在食安溯源方面，中国饭店协会搭建绿色平台，协会组织会员赴黑龙江省哈尔滨市、江西省南昌市、山东省威海市、天津市宁河区等地区采购绿色标准化食材。

点评

党的十九大提出，要推动绿色发展，满足人民日益增长的美好生活需要。推动绿色餐饮发展，建立健全餐饮业节能、节约发展模式，提供“放心、健康”的餐饮服务，倡导绿色低碳的生活方式，满足人民群众过上美好生活的新期待，是贯彻落实十九大精神的具体举措。

餐饮企业通过绿色发展的产生了喜人的“化学反应”。贯彻垃圾分类政策不仅没有影响到企业的正常运营，反而对酒店创收起到了积极作用。在科学配餐合理膳食方面，营养定餐在科学配比满足消费者多元需求的情况下，提高客单价，让企业增收。而绿色源头直采不仅保证食材可追溯，还通过减少中间环节让企业以优质价格获得长期货源。餐饮业积极贯彻落实绿色发展道路并探索到供给侧结构性改革突破口。

06

外卖持续大幅增长 为行业注入新动能

2019年12月17日，中国饭店协会和美团研究院联合发布《中国外卖产业调查研究报告（2019年前三季度）》。报告指出，2019年前三季度，我国外卖产业整体发展态势良好。预计2019年全年外卖行业交易额将达到6035亿元，比2018年增长30.8%。近年，外卖持续增长。根据网经社监测数据显示，2018年我国在线外卖行业交易规模达2480亿元，较2017年的2096亿元同比增长18.3%。

点评

传统餐饮业面临房租价格上涨、服务人员匮乏、材料成本攀升、消费者消费习惯变化带来的诸多困境。外卖给传统餐饮业带来颠覆性影响。外卖业态出现后，逐步引导着各餐饮企业向“店铺小型化、菜品精致化”的方向发展，打破了房租的限制，提高了产出值，更多地产生边际效益，这在很大程度上降低了餐饮企业的成本。

伴随技术发展和消费升级的双驱动，我国外卖产业正从餐饮行业的“线上渠道”升级为人们日常生活中不可或缺的消费场景，除了餐饮，现在外卖的配送服

务还囊括了商超、医药、鲜花等类目，形成了独特的社区经济圈。这将为餐饮和零售行业带来新的时代红利。

另外，外卖消费的发展，带动了外卖骑手就业人数的提升，创造了大量的就业机会。外卖行业的快速增长，对激发居民消费活力，促进地方经济的繁荣发展也有积极贡献。

07

猪肉涨价增大成本压力 餐企加大创新寻求出路



鲍之源青年名厨精英赛选手正在制作比赛菜品

2019年，在餐饮原料中，上涨幅度最大的非猪肉莫属。2019年的猪肉价格飞速上涨，从上半年的20多元1公斤，到10月份涨到50多元1公斤。

尽管经过国家和各地出台多轮政策，采取多种手段进行调控，近期猪肉价格有所回落。但国家统计局发布的最新数据显示，11月份CPI同比上涨4.5%，猪肉价格上涨110.2%。猪肉价格仍然处于高位。元旦、春节临近，猪肉消费旺季将到来，高位猪肉价格能降多少，还受诸多因素影响。

猪肉价格上涨，“替代效应”也慢慢表现出“威力”，鸡肉、鸡蛋等食材也相应上涨。这给餐饮业带来很大成本压力。

点评

尽管猪肉只是餐饮的一种重要原材料，但猪肉涨价可谓是牵一发而动全身。我国是猪肉消费大国，猪肉在中国人的肉类消费中占比近6成，数据显示，2018年全国猪肉消费总量为5613万吨。此轮猪肉涨价不仅影响普通老百姓的生活，对餐饮企业来说也带来了实实在在的经营压力。

但压力也是创新的动力。尽管在这轮由猪肉涨价引发的食材涨价风波中，有些小餐饮企业抗风险能力差，经不住考验，退出了市场。但更多餐饮企业因时而变，通过创新应对挑战。有的餐饮企业积极调整产品结构，积极研创鸡肉、鱼肉新菜品，来应对猪肉价格上涨压力。有的餐饮企业，在供应链端寻求方案，取消供应链中间方，降低成本，或建立全球采购网络，对冲单一市场波动风险。更有的企业，提高产品品质，通过高品质产品的溢价能力消化上涨的成本。

猪肉涨价带动的餐饮食材涨价考验了餐饮企业的供应链把控能力，那些整体议价能力强、对食材变化和价格风向把控能力强的企业，能获得更好的发展机会。

老字号业绩冰火两重天 适应新消费创新花样多



中国饭店协会发布餐饮老字号品牌价值评价指标体系

2019年，素有“中华第一吃”美誉的全聚德前三季度营收为11.91亿元，同比下滑12.62%；净利润仅剩5260.41万元，同比下滑了59.09%。2019年前三季度，全聚德的净利润迎来“腰斩”式下跌。

但同是餐饮老字号，广州酒家业绩却超预期。公开资料显示，2019年前三季度，广州酒家实现营收24.09亿元，同比增长19.6%，其中，月饼营收10.63亿元，增长16.6%，速冻营收3.99亿元，增长31.4%，远高于全国餐饮业2019年前三季度9.4%的增速。

点评

全聚德和广州酒家冰火两重天的市场表现，更突显新消费时代老字号创新的重要性。

进入新消费时代，餐饮老字号通过挖掘传统文化新内涵，传承和创新技艺，焕发新的生命力。为了解决老字号传承发展过程中面临的问题，中国饭店协会大力推进老字号行业的标准制定工作，希望通过标准制定，形成行业自律，促进行业规范管理，进而提高老字号的品牌价值。

老字号企业在提升新消费、新零售、新技术、新模式方面，加快创新步伐。一些老字号企业，在文化创新上赋予更多内涵，包装更具现代气息，得到新消费者的认可。一些餐饮老字号企业，抓住“数字化”机遇，搭建完整的数字化平台，让产品打破地域局限。一些老字号企业搭建共享平台，触达更多新消费者。2019年推出的“调和元年”——老字号精品集合店模式，令业界关注。这一模式，汇集诸多中华老字号品牌，从店铺形象到产品经营，都以“新零售+”和自营门店两种模式不断拓展。这一模式力争实现中餐的标准化、工厂化生产，以及产品输送到终端后工艺的高度还原。

选择偏好过度国际化 米其林北京榜单引争议

自 2016 年正式进入中国后，米其林指南先后发布了上海、广州两座城市的榜单，每次发布都收到了餐饮业及社会各界的热议。2019 年 11 月 28 日，首版北京米其林指南发布，有 23 家餐厅上榜，包括 20 家米其林一星餐厅、2 家米其林二星餐厅、1 家米其林三星餐厅。同时公布的还有进入米其林必比登榜单的 62 家餐厅。榜单发布后，引起了社会各界极大的争议，一些社会舆论认为：“这份北京米其林指南没能体现出北京多样的美食和丰富的菜系。”

评价

米其林指南在国际美食节享有盛誉，被列入米其林榜单的一~三星餐厅，对于餐厅和厨师来说都意味着极高的市场认可。米其林在全球采用一致的五大评选标准，包括盘中食材的新鲜优质、烹饪技巧和口味的融合、创新水平、是否物有所值，以及烹饪水准的稳定性。

尽管米其林在中国的历次榜单发布都被质疑其选择偏好过度国际化，但对于正处于高质量发展阶段的中国餐饮业来说，国际上的米其林榜单、国内的大众点评黑珍珠榜、携程美食林等系列榜单都是从市场和消费者的角度评出来的，有助于进一步推动业界思考和自我提升。

同时，其完全独立的第三方评价方式，也值得国内餐饮业第三方平台和机构学习。相信更多的消费者评价体系，将进一步带动餐饮市场的多元化，从而促进餐饮行业的良性发展，带动餐饮消费水平的逐步提升。

10

证监会通过同庆楼 IPO 首发申请 餐饮企业 A 股市场迎来新机遇

2019 年 12 月 12 日，中国证监会第十八届发审委召开发行审核委员会工作会议，审议并通过了同庆楼餐饮股份有限公司的 IPO 首发申请。

同庆楼主要从事餐饮服务，在餐饮行业具有较高的知名度与影响力。公司先后获得“中华老字号”“中国驰名商标”等荣誉称号。2010 年，同庆楼作为中华八大菜系之徽菜唯一代表，入驻世博园，为来自全世界的游客及工作人员提供餐饮服务。股书显示，截至 2017 年 6 月 19 日，同庆楼及其子公司在合肥、芜湖、南京、无锡、江阴、溧阳、太仓、北京、张家港、常州等地拥有直营店 50 家。2014 年至 2016 年，同庆楼各期营业总收入分别为 10.68 亿元、11.61 亿元、12.72 亿元。本次 IPO 募集资金将用于新开连锁酒店项目、原料加工及配送基地项目和补充流动资金项目。

点评

近十年来，A 股餐饮市场仅有广州酒家成功上市。截至目前，A 股餐饮市场也仅有西安饮食、全聚德、广州酒家等屈指可数的几家全国知名餐饮企业。

当前我国餐饮行业市场规模已经超过 4 万亿元，占 GDP 总量达到 4% 以上。餐饮业促消费、稳就业民生功能强劲，在国民经济中的作用日益凸显。与餐饮业庞大的体量相比，餐饮业上市企业数量过少。这种局面的形成，与我国原有经济结构有关。现在，中国经济结构正在大力调整，包括餐饮业在内的服务业，是国家近年大力鼓励发展的产业。2019 的中央经济工作会更是明确提出，要推动生

活性服务业向高品质和多样化升级。餐饮业将迎来更好发展机会，餐饮企业上市机会也将增多。

此外，中国的餐饮业正处在高质量发展的新阶段，随着财务、业务的规范发展，供应链和食材的可追溯与可控，相信中国未来十年内还将不断有更多的优秀餐饮企业进入国内资本市场。

作者：中国饭店协会行业发展部

来源：中国饭店协会

合作咨询请致电：010-88365877