

市场竞争趋势及投资战略分析报告



餐 饮 业 (2021-2022 年度)

版权与免责声明

本报告版权属于北京国研网信息股份有限公司。任何购买、收存和保管本报告各种版本的单位和个人，未经北京国研网信息股份有限公司允许，不得将本报告转借他人，亦不得随意复制、抄录、拍照或以任何方式传播。违反上述声明者，北京国研网信息股份有限公司将追究其相关法律责任。

欢迎读者对本报告提出任何问题或建议。同时，由于任何研究都会具有一定程度的不足或局限性，因此，本报告仅供读者参考。北京国研网信息股份有限公司不承担读者由于阅读或使用此报告引起的投资、决策等行为风险。

北京国研网信息股份有限公司

2022 年 3 月

要点提示

- ★ **疫情影响下行业持续恢复，长期向好趋势未发生改变。**餐饮业作为基础性消费产业，是服务业的重要组成部分。近年来，我国餐饮业供给能力及服务水平不断提升，餐饮市场规模稳步扩大。2021 年，随着国内疫情防控形势持续稳定，我国餐饮业经营状况有所改善；但鉴于疫情反复风险仍然较大，行业实现全面恢复仍面临艰难的市场环境。但就行业中长期发展趋势来看，疫情冲击不会改变餐饮业快速发展、持续升级的长期发展趋势，且由于疫情不间断扰动，行业劣质资产加速出清，行业整体在探索新业态新模式、拓展新服务价值方面加速转化。
- ★ **行业发展环境整体向好，产业政策环境不断优化。**2021 年，全球经济在波动中复苏，受疫情反复的影响，全年经济增速呈“W 型”走势。各经济体经济依然保持了恢复态势，工业生产和商品贸易稳步修复，已高于疫情前水平，发达经济体复苏态势好于新兴经济体。面对复杂严峻的国际环境和国内疫情散发等多重考验，国内坚持稳中求进工作总基调，科学统筹疫情防控和经济社会发展，实现“十四五”良好开局。餐饮业政策环境持续优化，政府积极出台相关政策措施减轻餐饮企业经营压力，继续通过拓宽融资渠道、加大财税扶持等方式为餐饮企业恢复创造宽松的政策环境；与此同时，反食品浪费与加强食品安全监管仍是政府部门的监管重点，在市场需求转变的持续推动下，随着行业标准建设持续完善，餐饮业高质量发展进程明显加快。此外，在政府持续加强平台经济反垄断监管的政策背景下，餐饮外卖平台面临更加严格的政策监管环境，作为行业规范化经营的重要内容，餐饮业新就业形态劳动者权益保障日益得到政府部门的关注。
- ★ **行业景气曲折回升，整体运行稳定性有待加强。**2021 年，随着国内疫情防控形势持续稳定，居民消费潜力不断释放，叠加政府促消费政策取得实效，餐饮业市场需求不断扩大；上游相关行业加速复工复产，物流运输效率稳步回升，餐饮企业成本控制压力有所缓解，行业盈利空间持续提升。国家统计局数据显示，2021 年 1-4 季度，反映企业综合经营状况的住宿和餐饮业行业景气指数分别为 116.6、122.9、108.8 和 99.2，反映市场对行业总体运行状况看法的住宿和餐饮业投资意愿指数分别为 76.7、88.8、91.6 和 84.1；其中 4 季度上述两类指标实现本年最低，局地疫情的反复对行业经营状况改善仍然产生较大影响。2021 年，全国实现餐饮收入 46,894.9 亿元，同比增长 18.6%；实现限上餐饮收入 10,434.3 亿元，同比增长 23.5%。
- ★ **行业竞争格局总体稳定，局部分化矛盾有所凸显。**受经济发展水平以及居民消费能力等因素影响，华东地区餐饮企业营业额占比仍居首位，且其区域竞争力进一步提升；此外，疫情影响下我国餐饮企业营业额的区域差距扩大，行业地区分化矛盾有所加剧。就行业龙头企业的发展情况来看，虽然疫情影响下客户流量增长乏力，但行业提质增效仍加速推进，在领先企业的带动下，行业整体服务质量有所提升。与此同时，随着疫情影响下

中小企业加速出清，行业集中度有所提升，在品牌化连锁经营、新兴业态加速崛起以及消费模式创新等因素的推动下，人才、技术等行业优势资源加速向龙头企业聚集，行业领先企业间的竞争明显加剧。

★ **行业发展环境继续改善，餐饮消费恢复机遇与挑战并存。**展望 2022 年，全球经济增速将逐渐回落至常态，供应链瓶颈加剧通胀压力，全球“滞胀”风险加大，主要经济体财政支持力度减弱，货币政策收紧，全球流动性面临拐点，金融市场存在波动风险。我国经济发展面临需求收缩、供给冲击、预期转弱三重压力，但同时我国经济韧性强，长期向好的基本面不会改变。2022 年，我国餐饮行业恢复发展存在众多有利条件，同时也面临疫情影响、供应链中断等多重不利因素，行业恢复机遇与挑战并存；食品安全质量仍是未来一年我国餐饮行业的经营底线，严防严抓食品安全问题仍是行业整体发展面临的重大课题。此外，随着行业发展程度的进一步深化以及疫情不间断影响，餐饮业零售化以及数字化转型成为行业发展趋势，市场需求的转变、技术手段的提升将持续增强我国餐饮业整体发展能力。

★ **行业投资价值继续攀升，但仍需警惕多重风险。**2022 年，我国餐饮业仍然存在众多投资机遇，品牌连锁化长期趋势下，向上游供应环节的产业延伸以及与数字化技术的深度融合将不断扩大餐饮企业的融资需求，下沉市场开发以及相关的市场布局将不断创造新投资机遇。与此同时，作为深度研究新一代消费市场特点的重要细分领域，新消费品牌的崛起将持续打造新投资热点，小吃、茶饮等年轻化消费品牌将持续得到资本市场的青睐。而作为疫情影响下进一步凸显的新发展趋势，餐饮业针对零售化的布局将进一步加快，资本市场对于餐饮零售化的投资规模也将稳步扩大。但鉴于复杂多变的宏观环境以及行业自身经营特点，餐饮企业经营以及社会资本投资仍需警惕疫情反复、食品安全、原材料价格波动、市场竞争、知识产权侵权等众多风险。

正文目录

1 餐饮业总体发展情况	8
1.1 餐饮业概述	8
1.1.1 行业定义	8
1.1.2 行业分类	8
1.2 餐饮业发展主要特征	9
1.2.1 行业发展周期	9
1.2.2 行业垄断程度	11
1.2.3 市场供求状况	12
1.2.4 产业依赖度	12
1.2.5 行业技术水平	13
2 餐饮业发展环境分析	15
2.1 宏观经济形势分析	15
2.1.1 国际经济形势分析	15
2.1.2 国内经济形势分析	17
2.2 产业政策环境分析	20
2.2.1 强化食品浪费政策监管	21
2.2.2 经营主体继续得到有力帮扶	22
2.2.3 线上餐饮平台加速规范化经营	23
2.2.4 巩固行业食品安全底线	24
2.2.5 行业团体标准建设持续完善	25
2.3 关联行业分析	26
2.3.1 农业	26
2.3.2 农副食品加工业	29
2.3.3 旅游业	31
3 餐饮业运行情况分析	32
3.1 行业景气情况分析	32
3.2 行业固定资产投资情况分析	33
3.3 行业运行情况分析	34
3.3.1 餐饮业整体运行情况	34
3.3.2 连锁餐饮企业运行情况	39
3.4 产业结构分析	42
3.4.1 餐饮业整体	42
3.4.2 连锁餐饮业	43
3.5 行业经济效益分析	44
3.5.1 盈利能力分析	44
3.5.2 偿债能力分析	46
3.5.3 营运能力分析	47
3.5.4 成长能力分析	48
4 餐饮业竞争格局分析	49

4.1 行业区域特征分析	49
4.2 中国餐饮百强企业结构分析	50
4.3 上市公司经营情况分析	53
4.3.1 全聚德 (002186)	53
4.3.2 百胜中国 (09987.HK)	54
4.3.3 广州酒家 (603043)	56
4.3.4 海底捞 (06862.HK)	57
5 餐饮业发展趋势预测	60
5.1 宏观经济形势预测	60
5.1.1 国际经济形势展望	60
5.1.2 国内经济形势展望	62
5.2 餐饮业发展趋势预测	63
5.2.1 餐饮行业将持续稳定恢复	63
5.2.2 行业关注重点聚焦食品安全	63
5.2.3 餐饮业零售化进程或将进一步提速	64
5.2.4 数字化转型创造餐饮业新动能	64
6 餐饮业投资机会与风险分析	65
6.1 投资机会分析	65
6.1.1 品牌连锁化创造投资机遇	65
6.1.2 下沉市场开发增加融资需求	65
6.1.3 新消费品牌打造投资热点	66
6.1.4 餐饮零售化趋势带来投资契机	66
6.2 投资风险分析	66
6.2.1 疫情反复风险	66
6.2.2 食品安全风险	67
6.2.3 原材料价格波动风险	67
6.2.4 市场竞争风险	67
6.2.5 知识产权侵权风险	68

图表目录

图目录

图 1 2012-2021 年 GDP、城镇居民人均可支配收入与餐饮收入同比增速变化趋势	9
图 2 2007-2021 年世界主要发达经济体 GDP 同比增速变化趋势	16
图 3 2007-2021 年世界主要新兴经济体 GDP 同比增速变化趋势	17
图 4 2012-2021 年我国国内生产总值及三次产业同比增速变化趋势	18
图 5 2011-2021 年我国 CPI 和 PPI 变化趋势	27
图 6 2012-2021 年我国粮食产量及同比增长变化趋势	27
图 7 2012-2021 年农业主要行业固定资产投资增速变化趋势	27
图 8 2020 年 1 月-2021 年 12 月农产品市场价格变化趋势	28
图 9 2012-2021 年我国农副食品加工业主要指标变化趋势	36

图 10	2019 年 1 季度-2021 年 4 季度住宿和餐饮业行业景气指数及投资意愿指数走势	37
图 11	2012-2021 年全行业以及住宿和餐饮业固定资产投资额累计增速变化趋势	38
图 12	2012-2021 年餐饮收入及同比增速变化趋势	40
图 13	2011-2020 年餐饮业法人企业数变化趋势	41
图 14	2011-2020 年餐饮业年末从业人数变化趋势	42
图 15	2011-2020 年餐饮业营业额变化趋势	38
图 16	2011-2020 年餐饮业餐费收入变化趋势	39
图 17	2011-2020 年连锁餐饮企业总店数及占餐饮业法人企业数比重变化趋势	45
图 18	2011-2020 年连锁餐饮企业年末从业人数及占餐饮业从业人数比重变化趋势	46
图 19	2011-2020 年连锁餐饮业每平方米营业额变化趋势	47
图 20	2014-2020 年餐饮业各业态营业额构成变化趋势	47
图 21	2014-2020 年连锁餐饮业各业态营业额构成变化趋势	48
图 22	2011-2020 年限额以上餐饮企业营业收入与营业利润同比增长变化趋势	49
图 23	2011-2020 年限额以上餐饮企业销售毛利率与营业利润率变化趋势	50
图 24	2011-2020 年限额以上餐饮企业资产负债率与产权比率变化趋势	47
图 25	2011-2020 年限额以上餐饮企业流动资产周转次数变化趋势	47
图 26	2011-2020 年限额以上餐饮企业所有者权益及同比增长变化趋势	48
图 27	2020 年我国各省（区、市）餐饮企业营业额分布	49
图 28	2019 和 2020 年我国各区域餐饮企业营业额占比比较	48
图 29	全球主要经济体 2022 年 GDP 增长率预测	61

表目录

表 1	餐饮业分类及说明	8
表 2	行业生命周期发展阶段的主要特征	10
表 3	四种市场竞争结构类型及主要特征	11
表 4	2012-2021 年各产业国内生产总值及同比增长情况	18
表 5	2019 年 1 季度-2021 年 4 季度住宿和餐饮业行业景气指数及投资意愿指数情况	32
表 6	2012-2021 年全行业以及住宿和餐饮业固定资产投资额累计增速变化情况	34
表 7	2012-2021 年我国餐饮收入及同比增速变化情况	35
表 8	2011-2020 年餐饮业营业额及餐费收入变化情况	38
表 9	2011-2020 年连锁餐饮企业总店数、门店总数变化情况	40
表 10	2011-2020 年连锁餐饮企业营业面积、餐位数及营业额变化情况	41
表 11	2014-2020 年餐饮业各业态营业额变化情况	43
表 12	2014-2020 年连锁餐饮业各业态营业额变化情况	44
表 13	2011-2020 年限额以上餐饮企业营业收入及营业利润变动情况	45
表 14	2011-2020 年限额以上餐饮企业资产和负债情况	46
表 15	2020 年中国餐饮企业百强名单	51
表 16	2022 年全球经济增速预测概览	51

1 餐饮业总体发展情况

餐饮业作为基础性消费产业，是服务业的重要组成部分。在供给侧改革和消费升级的驱动下，我国餐饮业转型升级成效初显，供给能力及服务水平不断提升，消费市场持续扩大，餐饮市场规模迈上新台阶。2020-2021 年，受疫情防控的持续影响，餐饮行业市场规模出现收缩；但作为保障居民日常生活的重要服务行业，餐饮业在促进就业、拉动经济增长等方面依然发挥积极作用。

1.1 餐饮业概述

1.1.1 行业定义

餐饮业是通过即时加工制作、商业销售和服务性劳动于一体，向消费者专门提供各种酒水、食品、消费场所和设施的食品生产经营行业。按欧美《标准行业分类法》的定义，餐饮业是指以商业赢利为目的的餐饮服务机构。在我国，根据国家统计局发布的国民经济行业分类标准（GB/T4754-2017）的注释，餐饮业指通过即时制作加工、商业销售和服务性劳动等，向消费者提供食品和消费场所及设施的行业。

1.1.2 行业分类

根据国家统计局国民经济行业分类标准（GB/T4754-2017），餐饮业属于 H 门类（住宿和餐饮业）下属的 62 大类，包括正餐服务、快餐服务、饮料和冷饮服务、餐饮配送及外卖送餐服务和其他服务业。

表 1 餐饮业分类及说明

行业分类及代码		说明
餐 饮 业 (62)	正餐服务 (621)	指在一定场所内提供以中餐、晚餐为主的各种中西式炒菜和主食，并由服务员送餐上桌的餐饮活动
	快餐服务 (622)	指在一定场所内或通过特定设备提供快捷、便利的餐饮服务
	饮料和冷饮服务 (623)	指在一定场所内以提供饮料和冷饮为主的服务
	餐饮配送及外卖送餐服务 (624)	指根据协议或合同，为民航、铁路、学校、公司、机关等机构提供餐饮配送服务，以及根据消费者的订单和食品安全的要求，选择适当的交通工具、设备，按时、按质、按量送达消费者，并提供相应单据的服务

	其他餐饮业（629）	指提供全天就餐的简便餐饮服务，包括路边小饭馆、农家饭馆、流动餐饮和单一小吃等餐饮的小吃服务，以及其他未列明餐饮业
--	------------	--

资料来源：《国民经济行业分类》（GB/T4754—2017）

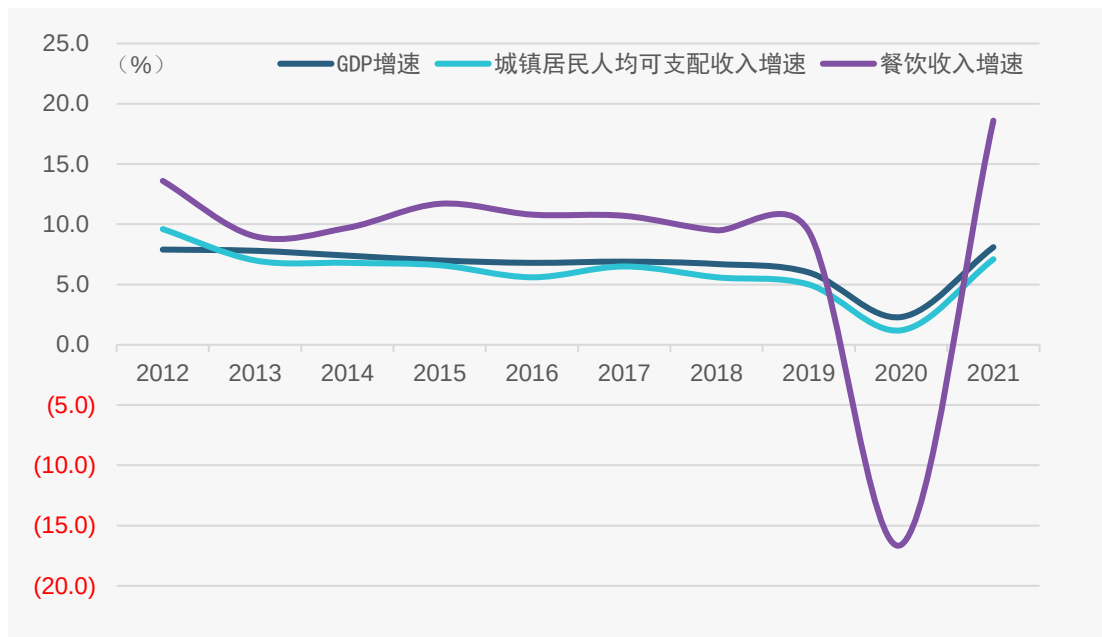
1.2 餐饮业发展主要特征

1.2.1 行业发展周期

餐饮业作为基础性消费产业，是服务业的重要组成部分，在保障和改善民生、扩大消费、促进就业、拉动经济增长等方面发挥着重要作用，其发展周期与我国宏观经济尤其是居民收入变化密切相关。一方面，国民经济的发展以及居民收入水平的提高促进了餐饮消费的增长和餐饮业的发展；另一方面，随着餐饮业在国民经济中的地位和作用日益凸显，餐饮业的发展也推动着国民经济的发展和民生福祉的不断增进。因此，当国民经济处于稳定发展期时，餐饮收入增速随国民收入的增加而上升，并促使餐饮业快速发展；当国民经济增长放缓或处于低谷时，餐饮收入增速随国民收入增速的放缓而回落，餐饮行业发展也随之进行调整。

对相关指标的历史走势进行分析能够发现，2012-2019 年因国际金融危机的影响仍未褪去，同时我国又处于“三期叠加”的背景之下，我国经济发展进入新常态，经济由高速增长阶段向高质量发展阶段转变，餐饮业随之持续周期性调整。2020 年，受新冠肺炎疫情冲击，我国经济增速显著回落，餐饮市场连续多年的稳定增长势头戛然而止，餐饮收入增速深度下滑，亟待恢复。2021 年，随着国内疫情防控取得明显成效，经济增长与居民收入缓慢回升，居民消费需求加速释放，叠加行业上年同期的低基数效应，餐饮行业收入增速大幅提升。此外，历年来餐饮收入的增速持续高于 GDP 和城镇居民人均可支配收入增速，且在经济上行时期，餐饮收入增速会明显快于 GDP 和城镇居民人均可支配收入增速；但在经济下行和调整时期，餐饮收入增速与 GDP 以及城镇居民人均可支配收入增速之间的差距明显缩小，餐饮行业对市场条件的变化较为敏感。

图 1 2012-2021 年 GDP、城镇居民人均可支配收入与餐饮收入同比增速变化趋势



数据来源：国家统计局

从行业自身发展周期来看，行业发展生命周期一般可划分为形成期、成长期、成熟期和衰退期四个阶段，其形态呈现 S 型。行业处于不同的生命周期阶段其要素的投入数量、产出规模以及市场的需求状况都会有所不同，因此在不同阶段会呈现出不同的特征。纵观改革开放四十年来我国餐饮业的发展历程，通过行业销售收入增长情况大致可判断行业所处生命周期的发展阶段。一般来说，行业销售收入年增长率大于 100% 为行业初创期，20%-100% 为行业成长期；0%-20% 为行业成熟期；销售量增幅小于 0 为行业衰退期。国家统计局数据显示，1995-1996 年，我国餐饮收入增速均在 30% 以上，1997-2017 年，餐饮收入增速保持在 10%-25% 之间，平均增速达到 15.7%；2018 年、2019 年我国餐饮收入增速分别为 9.5% 和 9.4%，行业进入成熟期。2020-2021 年，受疫情影响我国餐饮收入增速出现波动，但后续随着疫情结束，餐饮业将逐步回归正轨。因此，现阶段我国餐饮业仍处于“成长期”向“成熟期”的过渡阶段，随着居民消费结构的持续转变，行业收入增速逐步趋于平稳。

表 2 行业生命周期发展阶段的主要特征

发展阶段	主要特征
形成期	行业内企业数量较少，技术水平不成熟，生产成本较高，要素投入增长缓慢，不能实现大批量生产，产品的售价偏高；由于市场刚刚建立，消费者对产品缺乏了解，需求量不足，销量有限；厂商难以获得较高的利润
成长期	一方面生产工艺水平、生产设施和产业结构相对完善，逐渐实现产品的规模化生产，进入行业的企业数量逐渐增多，生产要素开始集中，生产成本不断降低，逐步与相关产业结合形成产业链和产业集群；另一方面，市场的需求量不断增加，市场规模随之扩大，销量大幅提升，企业利润实现快速增长

成熟期	一方面生产技术水平、产品工业和产业组织等均已基本成熟，生产扩张速度开始放缓，生产要素增速逐步减缓，企业进入数量与成长期相比明显减少；另一方面，随着市场需求逐渐趋于饱和，产品销量虽继续增加，但增速放缓至相对平稳阶段，企业的竞争重点开始转向服务的提升以及通过采用最新的装备设施来降低生产成本，以阻止利润水平的下降
衰退期	新兴替代品不断涌现，居民需求结构和消费偏好逐渐发生变化，产品市场需求量不断下降，销量开始缩减；产业内部会出现生产能力过剩、利润率降低、过度竞争、资金状况恶化等现象

资料来源：公开资料

1.2.2 行业垄断程度

根据市场竞争程度的不同，市场竞争结构可以分为完全竞争市场、垄断竞争市场、寡头垄断市场和完全垄断市场四种类型。从理论上讲，完全竞争市场是指竞争充分而不受任何阻碍和干扰的一种市场结构，具有生产者和消费者众多、产品无差异、市场进入自由、市场信息透明及资源充分流动等特征；完全垄断市场是指在市场上只存在一个供给者和众多需求者的市场结构，产品不存在任何相近的替代品，其他任何厂商进入该行业极为困难，要素资源难以流动。但从实际经济运行情况来看，完全竞争市场和完全垄断市场几乎是不存在的，多数的市场结构都是介于两者之间，基本都表现为垄断竞争市场和寡头垄断市场特征，前者如一般轻工业、零售业等行业，后者如石油、电信等行业。

表 3 四种市场竞争结构类型及主要特征

市场结构	厂商数量	产品差异	价格控制	市场进入
完全竞争市场	很多	完全无差别	没有	很容易
垄断竞争市场	很多	有一定差别	有一些	比较容易
寡头垄断市场	少数几个	有差别或无差别	相对程度	比较困难
完全垄断市场	唯一	产品唯一，且无替代品	很大程度，但经常受到政府管制	很困难

资料来源：公开资料

餐饮业的产品复制性和替代性较强，行业进入门槛较低，法人企业数量众多，市场竞争激烈；与此同时，受地域饮食习惯等因素影响，虽然近年来优秀的餐饮品牌迅速崛起，但行业连锁化和集中度偏低，中小企业餐厅占比依旧较高。国家统计局数据显示，2020 年，我国限额以上餐饮业法人企业数 32,901 个，连锁餐饮企业总店数为 504 家。此外，中国饭店协会与新华网在京联合发布的《2021 中国餐饮业年度报告》显示，2020 年，排列在各业态前列的共百家领军企业营业收入合计 2,077 亿元，占全年餐饮收入的 5.3%，而美国平均水平

在 30%左右。整体来看，现阶段我国餐饮业呈现出典型的垄断竞争市场特征。

1.2.3 市场供求状况

供给方面，经过改革开放多年的发展，我国餐饮业逐步形成各类餐饮业态互为补充、相互渗透，高、中、低档餐饮协调发展，中外餐饮相互融合，区域餐饮特色鲜明，大众化餐饮较为普及的现代化餐饮发展新格局；与此同时，随着以互联网、物联网、大数据等新兴科技的引入和商业模式的多元化，加之在餐饮消费升级、新需求不断换挡的动力驱动下，我国餐饮业产品供给不断丰富，创新业态不断涌现，经营模式层出不穷。国家统计局数据显示，截至 2020 年底，我国限额以上餐饮业企业法人户数由 2007 年的 14,070 个增加到 32,901 个，增长 113.8%；连锁餐饮企业总店数由 2007 年的 358 个增加到 504 个，增长 40.8%，餐饮业供应能力持续提升。

需求方面，一方面，我国居民收入的稳步增长为餐饮消费增长奠定了基础。国家统计局数据显示，2021 年，全国居民人均可支配收入 35,128 元，比上年名义增长 9.1%，扣除价格因素，实际增长 8.1%；比 2019 年增长 14.3%，两年平均增长 6.9%，扣除价格因素，两年平均实际增长 5.1%。农村居民收入增速持续加快。全年农村居民人均可支配收入比上年实际增长 9.7%，快于城镇 2.6 个百分点。另一方面，随着居民生活质量的提高、生活节奏的加快，居民消费习惯正逐步发生改变，外出用餐需求的上升使得餐饮消费在城乡居民日常消费结构中的地位日益上升，从而促进我国餐饮行业的进一步增长。此外，新兴科技的兴起与普及也为餐饮消费的增长提供了助力，餐饮外卖市场 O2O 模式的快速发展使得以 90 后、00 后为代表的年轻一代逐步成为餐饮市场消费主力。

总体来看，作为传统服务业，近年来我国餐饮业供给能力及服务水平不断提升，餐饮市场规模持续扩大。随着城乡居民收入水平提高、生活节奏加快以及消费观念的改变，餐饮业仍具有巨大的发展潜力和市场空间。但餐饮业“四高一低”（房租价格高、人工费用高、能源价格高、原材料成本高、利润水平低）矛盾依旧突出，且随着餐饮业法人企业数量的不断增加，同质化竞争有所加剧，行业仍需继续深化供给侧改革，大力提升发展质量和效益，更好满足人民日益增长的对美好生活的向往，促进我国餐饮产业的健康、全面发展。

1.2.4 产业依赖度

产业依赖度是指行业经营状况受其上下游产业以及关联产业的影响程度，上下游产业和关联产业的竞争程度越高，越有利于本行业的发展。

1.2.4.1 对农业和农副食品加工业的依赖

从国民经济产业分布情况来看，餐饮业作为终端服务业处于整个国民经济产业链的下游，其发展主要受食品原材料供应行业的影响。但根据餐饮企业提供的菜品的差异性，其原材料既包括鲜活的农副产品，如鱼、虾、原粮、蔬菜、果品等，也包括经过初加工的原料，如肉

类、食油、米面、调料等。因此，餐饮业主要表现为对上游农业、畜牧业和渔业等产业的依赖，和对中游产业农副食品加工业的依赖。其中，农业是指通过培育动植物生产食品及工业原料的产业；农副食品加工业指直接以农、林、牧、渔业产品为原料进行的谷物磨制、饲料加工、植物油和制糖加工、屠宰及肉类加工、水产品加工，以及蔬菜、水果和坚果等食品的加工活动。

目前，由于农业、牧业、农副产品资源相对分散且整体技术水平低下，我国餐饮行业上游原料产品的供应体系尚不成熟，农副食品质量安全存在一定隐患，与目前餐饮业的快速发展及消费者需求不甚匹配。因此，近年来，随着餐饮业转型发展步伐加快，中央厨房作为一种集约化的菜品采购及配送方式应运而生，餐饮企业通过建设中央厨房可以实现原辅料的集中采购、产品的统一生产、统一配送，同时建立绿色餐饮原辅材料基地，向种养、加工、物流配送等产业链的上下游延伸。

1.2.4.2 对旅游业的依赖

旅游业和餐饮业相互影响和制约，并互动发展。一方面，“食”作为旅游六要素（食、宿、行、游、购、娱）中的基本要素之一，是旅游产品的一个有机组成部分，直接影响旅游业的深度发展。相关数据显示，饮食消费在旅游六大要素中所占的比例越来越高，在国际旅游消费中仅次于购物消费，占据第二位；在国内消费中更是高居榜首。另一方面，旅游业具有一业兴百业旺的特点，旅游消费不仅与交通、住宿、餐饮、商业、农业以及信息、金融、保险、医疗、咨询、环保等产业关联，其直接和间接影响的细分行业多达 100 余个。其中，餐饮业是受旅游业影响最大的产业，旅游业的发展对餐饮业具有明显的带动作用。旅游景点当地的餐饮业有赖于游客的存在而存在，为游客提供餐厅、饭店、宾馆、旅游景点内的路边摊和小的快餐店以及景区内的特色民宿等等；此外，旅游地当地的餐饮业虽以当地居民为主要服务对象，但同时也可可为游客提供餐饮服务，包括各种具有当地特色的餐馆、小吃店、咖啡馆、茶楼、酒吧等等，且近年来随着散客数量的增长，具有地方特色的餐饮形式对游客的吸引程度也在日益增加。

1.2.5 行业技术水平

从烹饪技艺来看，中国菜的烹饪主要通过四种媒介：水、油、蒸汽、辐射。水烹调法的主要做法包括烧、煨、炖、烩、焖等。水介质常用设备包括蒸锅、煲仔、平头炉等。第二种是通过油为介质，做法包括炒、爆、炸、烹、煎、贴、熘，主要设备是炒炉。第三、第四种是蒸汽和辐射，主要体现在蒸、熏、烤、微波等方面，利用空气来传导热。长期以来，我国烹饪技艺的传承一直沿用师傅带徒弟口传心授的方式，不同地域、不同菜系烹调方式千差万别、各具特色。目前，随着人们对食物营养的关注度日益提升，烹饪方法对营养成分作用的影响成为餐饮业的主要研究内容，主要包括不同烹饪方法对羊肉、猪肉、牛肉、鸡肉、兔肉、鱼肉、虾等动物性原料的营养作用影响研究，不同烹饪方式对马铃薯、菠菜、芹菜、番茄、

山药等植物性原料的营养作用影响研究,以及不同烹饪方法和烹饪温度对食用油等调料品的营养作用影响研究。

从餐饮业新技术应用来看,近年来,信息技术等创新技术在餐饮业得到广泛应用。首先,随着云计算的发展,SaaS 软件的广泛应用极大的降低了餐饮企业的信息化成本和学习成本,提升了餐饮业的数字化管理能力。其次,“互联网+餐饮”背景下,互联网餐饮外卖平台、互联网餐饮点餐平台、互联网餐饮支付平台、互联网餐饮评价平台以及互联网餐饮供应链平台、互联网餐饮信息化平台等的出现和发展逐步提高了餐饮产业市场的聚集水平,并提高了产业发展效率。最后,随着物联网和智能技术应用的日益普及,厨房机器人、服务机器人、智能识别等科技应用推动了智能餐厅、无人餐厅的快速发展。

2 餐饮业发展环境分析

2.1 宏观经济形势分析

2.1.1 国际经济形势分析

2021 年，全球经济在波动中复苏，受疫情反复的影响，全年经济增速呈“W 型”走势。全球各经济体经济依然保持了恢复态势，工业生产和商品贸易稳步修复，已高于疫情前水平，发达经济体复苏态势好于新兴经济体。从全球经济的景气度来看，2021 年 11 月摩根大通发布的全球综合 PMI、制造业 PMI 以及服务业 PMI 指数分别为 54.8%、55.6%及 54.2%，处于近年来较高水平，但较 5 月的高点明显回落，表明疫情影响下，全球经济虽持续恢复但节奏已有所放缓。世界银行于 2022 年 1 月 11 日发布《全球经济展望》，认为全球经济增速 2020 年降至 3.4%，2021 年则快速反弹至 5.5%，主要是由于疫情防控措施的放松使得需求强劲增长；其中，发达经济体在大规模刺激性预算和货币政策的影响下，其经济增长达到 5.0%。然而，随着相关刺激性政策的退出，2021 年末美国、欧洲乃至中国等主要经济体的增长已出现放缓势头。

具体来看，2021 年，全球经济继续恢复但并不均衡。受前期刺激政策带来的流动性泛滥以及全球供应链混乱与物流受阻的影响，大宗商品价格大幅上升并引起了全球性的通胀攀升。为抑制通胀的上行，全球主要经济体开始逐步将货币政策由宽松转向紧缩，部分新兴经济体开始面临债务偿还压力。2021 年全球经济主要表现出以下特征：

一是全球经济逐渐从底部恢复。从经济恢复情况来看，各主要发达经济体的季度同比增速走势大致趋同，全球经济呈现“W 型”复苏，一季度减速、二季度复苏、三季度再度放缓、四季度有所回升。经过将近 2 年的艰难复苏，全球经济逐渐走出低谷。在 IMF 统计的 194 个经济体中，2020 年有 163 个经济体实际 GDP 总量低于疫情前，2021 年降至 103 个，2022 年有望进一步降至 50 个。从重点区域看，2021 年美国经济增长 5.7%，为 1984 年以来的最高水平；据欧盟统计局公布的初步数据显示，2021 年欧盟 27 国的 GDP 总和约为 15.7 万亿美元，经季节和工作日调整后，实际增长 5.2%，预计到 2021 年底 G20 中约半数经济体 GDP 将超过疫情前水平。

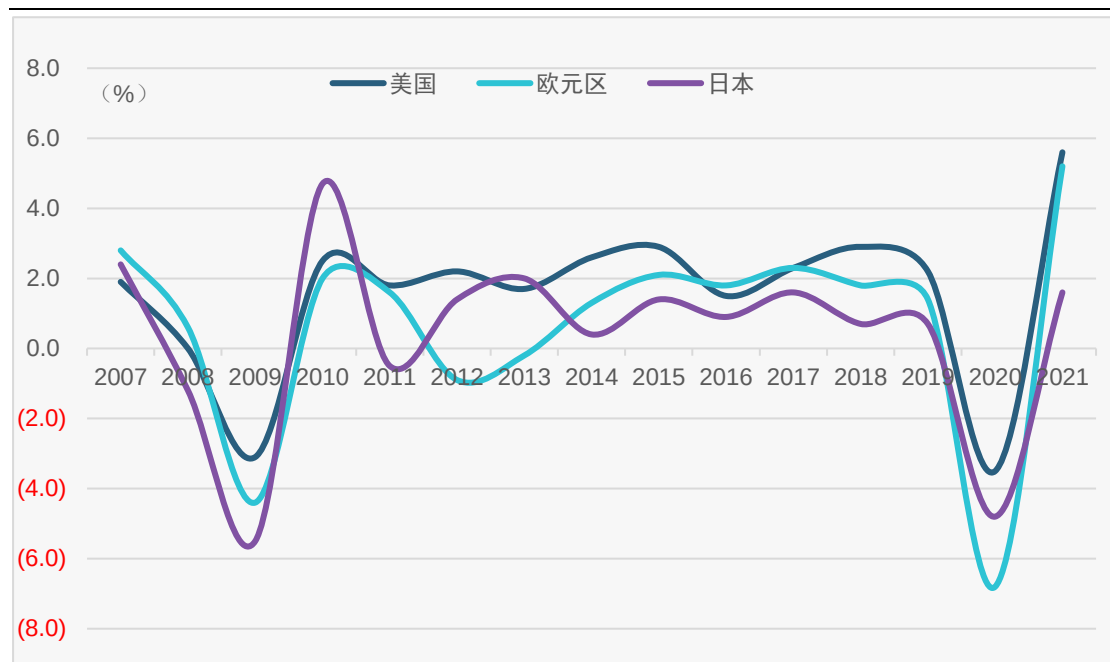
二是各经济体间经济恢复不平衡现象出现缓和。从经济增长来看，发达经济体与新兴经济体之间、发达经济体内部以及新兴经济体内部的经济恢复分化现象仍然较为显著。不过从景气度方面来看，2021 年下半年以来，随着发达经济体制造业 PMI 逐步见顶以及新兴经济体制造业 PMI 的回升，两者之间的差异明显缩小，全球经济恢复的不平衡出现缓和的迹象。具体来看，美国、欧元区及英国的制造业 PMI 指数仍然领先主要新兴经济体，但其绝对值已较 2021 年年内的高点有所下降；而新兴经济体中的印度、俄罗斯及南非在经历了年中疫情冲击后景气指数已开始回升。

三是全球通胀压力持续。疫情发生后，为了对冲疫情对经济产生的冲击，全球各经济体均实行了极为宽松的货币政策，全球的流动性泛滥。以对全球影响较大的美、欧、日为例，截至 2021 年 11 月末，美联储资产负债表较 2019 年末扩大了 4.5 万亿美元，欧洲央行资产负债表扩大了 3.8 万亿欧元，日本央行资产负债表扩大了 155.12 万亿日元。同时，由于作为上游原材料生产国的新兴经济体经济恢复缓于发达经济体，导致大宗商品的供应相对紧缺。流动性泛滥与供应紧缺叠加，大幅推升了全球商品的价格。根据世界银行的商品价格指数，截至 2021 年 11 月末，能源价格指数为 114.6，较上年末上涨了 82.1%；非能源价格指数为 115.4，较上年末上涨 18.7%，其中农业价格指数上涨 14.5%，金属和矿物价格指数上升 14.4%。商品价格的上涨带动全球各国 PPI 迅速攀升。

具体来看，疫情前长期处于低通胀状态的发达经济体中，2021 年 11 月美国的 CPI、核心 CPI 及 PPI 同比增速分别达到了 6.8%、4.9% 和 22.8%，均为 30 年来的最高值；欧元区的 CPI、核心 CPI 及 PPI 分别达到了欧元区建立以来的最高值 4.9%、2.6% 和 21.9%（11 月数据尚未更新，为 10 月值）；日本 CPI 及核心 CPI 增速仍然较低，为 0.6% 及 0.5%，但 PPI 增速则达到了 40 年以来最高值 9.0%；英国 CPI、核心 CPI 及 PPI 同比增速分别为 5.1%、4.0% 和 9.1%，均创 10 年来新高。主要新兴经济体中，2021 年 11 月，金砖五国中除中国外的俄罗斯、巴西、南非及印度的 CPI 同比增速分别为 8.4%、10.7%、5.5% 和 4.9%，其中俄罗斯及巴西的 PPI 增速也达到了 20.0% 以上。部分新兴经济体在疫情前便面临通胀压力，疫情后其通胀压力进一步上升，以土耳其及阿根廷为例，两国 11 月的 CPI 同比增速分别高达 21.3% 和 51.2%，通胀水平已远远超过合理区间。

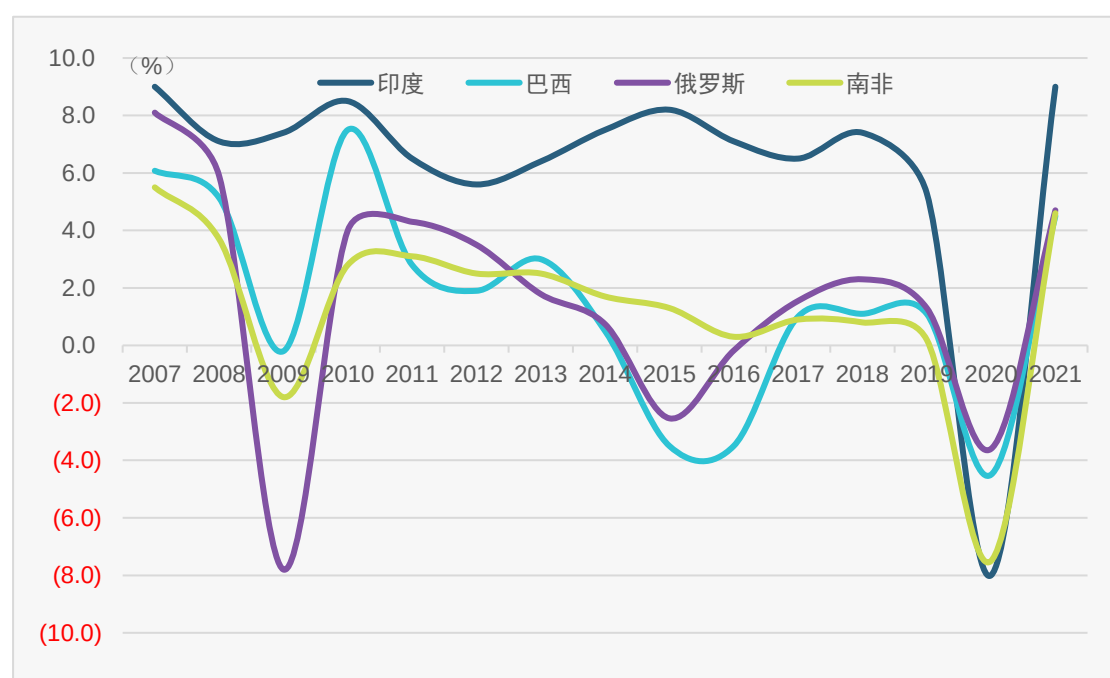
四是部分新兴经济体面临债务偿还压力。为了应对通胀带来的压力，全球主要经济体货币政策纷纷开始转向，而受各经济体不同的经济实力、通胀水平等影响，不同经济体间政策转向的节奏有所不同。对于新兴经济体而言，由于其同时面临通胀及汇率双重压力，故而其货币政策转向的时间相对较早，2021 年以来包括巴西、土耳其、俄罗斯、墨西哥、阿根廷、智利、斯里兰卡、匈牙利、捷克、秘鲁等多个新兴经济体均已开启了加息节奏，其中俄罗斯已连续加息 7 次至 8.5%、巴西连续加息 7 次至 9.2%、墨西哥连续加息 5 次至 5.5%，货币政策收紧的力度较大。

图 2 2007-2021 年世界主要发达经济体 GDP 同比增速变化趋势



数据来源：美国商务部经济分析局，欧盟统计局数据库，日本内阁府数据库

图3 2007-2021 年世界主要新兴经济体 GDP 同比增速变化趋势



数据来源：IMF

2.1.2 国内经济形势分析

2021 年，面对复杂严峻的国际环境和国内疫情散发等多重考验，各地区各部门认真贯彻落实党中央、国务院决策部署，坚持稳中求进工作总基调，科学统筹疫情防控和经济社会发展，扎实做好“六稳”工作，全面落实“六保”任务，加强宏观政策跨周期调节，加大实体经济支持力度，国民经济持续恢复发展，民生保障有力有效，构建新发展格局迈出新步伐，

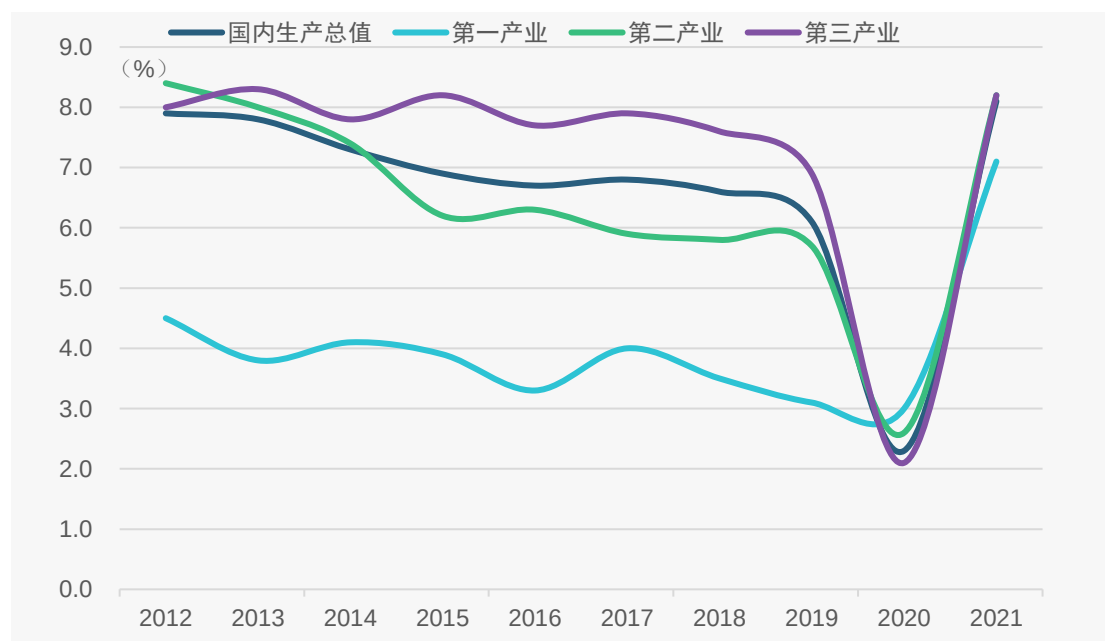
高质量发展取得新成效，实现“十四五”良好开局。据国家统计局核算，2021 年我国国内生产总值达到 1,143,670 亿元，按不变价格计算，同比增长 8.1%，两年平均增长 5.1%。分季度看，一季度同比增长 18.3%，二季度增长 7.9%，三季度增长 4.9%，四季度增长 4.0%。分产业看，第一产业增加值达到 83,086 亿元，同比增长 7.1%；第二产业增加值达到 450,904 亿元，同比增长 8.2%；第三产业增加值达到 609,680 亿元，同比增长 8.2%。

表 4 2012-2021 年各产业国内生产总值及同比增长情况

时间	国内生产总值		第一产业		第二产业		第三产业	
	绝对数	同比增长	绝对数	同比增长	绝对数	同比增长	绝对数	同比增长
	亿元	%	亿元	%	亿元	%	亿元	%
2012年	540,367	7.9	50,902	4.5	244,643	8.4	244,822	8.0
2013年	595,244	7.8	55,329	3.8	261,956	8.0	277,959	8.3
2014年	643,974	7.3	58,344	4.1	277,572	7.4	308,059	7.8
2015年	689,052	6.9	60,862	3.9	282,040	6.2	346,150	8.2
2016年	740,061	6.7	60,139	3.3	296,548	6.3	383,374	7.7
2017年	820,754	6.8	62,100	4.0	332,743	5.9	425,912	7.9
2018年	900,310	6.6	64,734	3.5	366,001	5.8	469,575	7.6
2019年	990,865	6.1	70,467	3.1	386,165	5.7	534,233	6.9
2020年	1,015,986	2.3	77,754	3.0	384,255	2.6	553,977	2.1
2021年	1,143,670	8.1	83,086	7.1	450,904	8.2	609,680	8.2

数据来源：国家统计局

图 4 2012-2021 年我国国内生产总值及三次产业同比增速变化趋势



数据来源：国家统计局

固定资产投资保持增长，制造业和高技术产业投资增势较好。2021 年，全国固定资产投资（不含农户）544,547 亿元，比上年增长 4.9%；两年平均增长 3.9%。分领域看，基础设施投资增长 0.4%，制造业投资增长 13.5%，房地产开发投资增长 4.4%。分产业看，第一产业投资增长 9.1%，第二产业投资增长 11.3%，第三产业投资增长 2.1%。民间投资 307,659 亿

元，增长 7.0%，占全部投资的 56.5%。高技术产业投资增长 17.1%，快于全部投资 12.2 个百分点。其中，高技术制造业、高技术服务业投资分别增长 22.2%、7.9%。高技术制造业中，电子及通信设备制造业、计算机及办公设备制造业投资分别增长 25.8%、21.1%；高技术服务业中，电子商务服务业、科技成果转化服务业投资分别增长 60.3%、16.0%。社会领域投资比上年增长 10.7%，其中卫生投资、教育投资分别增长 24.5%、11.7%。

工业生产持续发展，高技术制造业和装备制造业增长较快。2021 年，全国规模以上工业增加值比上年增长 9.6%，两年平均增长 6.1%。分三大门类看，采矿业增加值增长 5.3%，制造业增长 9.8%，电力、热力、燃气及水生产和供应业增长 11.4%。高技术制造业、装备制造业增加值分别增长 18.2%、12.9%，增速分别比规模以上工业快 8.6、3.3 个百分点。分产品看，新能源汽车、工业机器人、集成电路、微型计算机设备产量分别增长 145.6%、44.9%、33.3%、22.3%。分经济类型看，国有控股企业增加值增长 8.0%；股份制企业增长 9.8%，外商及港澳台商投资企业增长 8.9%；私营企业增长 10.2%。全年工业产能利用率为 77.5%，比上年提高 3.0 个百分点。

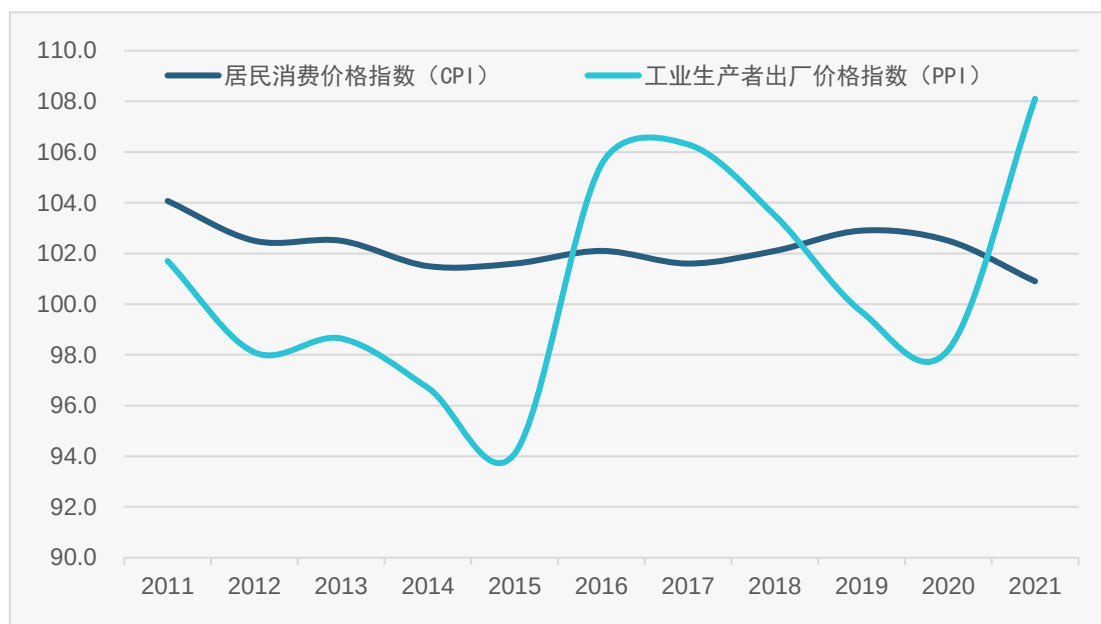
粮食产量再创新高，畜牧业生产稳定增长。2021 年，全国粮食总产量 68,285 万吨，比上年增加 1,336 万吨，增长 2.0%。其中，夏粮产量 14,596 万吨，增长 2.2%；早稻产量 2,802 万吨，增长 2.7%；秋粮产量 50,888 万吨，增长 1.9%。分品种看，稻谷产量 21,284 万吨，增长 0.5%；小麦产量 13,695 万吨，增长 2.0%；玉米产量 27,255 万吨，增长 4.6%；大豆产量 1,640 万吨，下降 16.4%。全年猪牛羊禽肉产量 8,887 万吨，比上年增长 16.3%；其中，猪肉产量 5,296 万吨，增长 28.8%；牛肉产量 698 万吨，增长 3.7%；羊肉产量 514 万吨，增长 4.4%；禽肉产量 2,380 万吨，增长 0.8%。牛奶产量 3,683 万吨，增长 7.1%；禽蛋产量 3,409 万吨，下降 1.7%。2021 年末，生猪存栏、能繁殖母猪存栏比上年末分别增长 10.5%、4.0%。

居民收入增长与经济增长基本同步，城乡居民人均收入比缩小。2021 年，全国居民人均可支配收入 35,128 元，比上年名义增长 9.1%，两年平均名义增长 6.9%；扣除价格因素实际增长 8.1%，两年平均增长 5.1%，与经济增长基本同步。按常住地分，城镇居民人均可支配收入 47,412 元，比上年名义增长 8.2%，扣除价格因素实际增长 7.1%；农村居民人均可支配收入 18,931 元，比上年名义增长 10.5%，扣除价格因素实际增长 9.7%。城乡居民人均可支配收入比为 2.50，比上年缩小 0.06。全国居民人均消费支出 24,100 元，比上年名义增长 13.6%，两年平均名义增长 5.7%；扣除价格因素实际增长 12.6%，两年平均增长 4.0%。

居民消费价格温和上涨，工业生产者价格涨幅高位回落。2021 年，居民消费价格（CPI）比上年上涨 0.9%。其中，城市上涨 1.0%，农村上涨 0.7%。分类别看，食品烟酒价格下降 0.3%，衣着上涨 0.3%，居住上涨 0.8%，生活用品及服务上涨 0.4%，交通通信上涨 4.1%，教育文化娱乐上涨 1.9%，医疗保健上涨 0.4%，其他用品和服务下降 1.3%。在食品烟酒价格中，粮食价格上涨 1.1%，鲜菜价格上涨 5.6%，猪肉价格下降 30.3%。扣除食品和能源价格的核心 CPI

上涨 0.8%。全年工业生产者出厂价格比上年上涨 8.1%，工业生产者购进价格比上年上涨 11.0%。

图 5 2011-2021 年我国 CPI 和 PPI 变化趋势



数据来源：国家统计局

货物进出口快速增长，贸易结构持续优化。2021 年，我国货物进出口总额 391,009 亿元，比上年增长 21.4%。其中，出口 217,348 亿元，增长 21.2%；进口 173,661 亿元，增长 21.5%。进出口相抵，贸易顺差 43,687 亿元。一般贸易进出口增长 24.7%，占进出口总额的比重为 61.6%，比上年提高 1.6 个百分点。民营企业进出口增长 26.7%，占进出口总额的比重为 48.6%，比上年提高 2.0 个百分点。

整体来看，2021 年我国经济持续稳定恢复，经济发展和疫情防控保持全球领先，主要经济指标实现预期目标。国民经济的平稳恢复为我国餐饮行业的发展提供较好的宏观环境。在工业产业结构加速调整的背景下，一方面餐饮行业的恢复和发展得到有效的保障；另一方面，随着居民收入水平的稳步回升，消费能力和消费意愿提升空间较大，餐饮行业市场需求得到稳定释放。但也应当看到，全年局地疫情仍不间断散发，疫情防控仍是阻碍我国宏观经济及餐饮行业恢复发展的主要因素，行业营收增长仍需进一步提升。

2.2 产业政策环境分析

2021 年，面对疫情对餐饮业恢复造成的持续冲击，政府积极出台相关政策措施减轻餐饮企业经营压力，继续通过拓宽融资渠道、加大财税扶持等方式为餐饮企业恢复创造宽松的政策环境；与此同时，反食品浪费与加强食品安全监管仍是政府部门的监管重点，在市场需求转变的持续推动下，随着行业标准建设持续完善，餐饮业高质量发展进程明显加快。此外，在政府持续加强平台经济反垄断监管的政策背景下，餐饮外卖平台面临更加严格的政策监管

环境，作为行业规范化经营的重要内容，餐饮业新就业形态劳动者权益保障日益得到政府部门的关注。

2.2.1 强化食品浪费政策监管

近年来，党和国家高度重视厉行勤俭节约、反对铺张浪费。但受讲排场、爱面子等不良风气和习俗的影响，我国长期存在餐饮浪费现象。餐饮浪费一方面加剧了国内粮食资源的紧张局面，另一方面增加了环境污染和公共卫生风险。为进一步防止食品浪费，保障国家粮食安全，践行社会主义核心价值观，节约资源，保护环境，促进经济社会可持续发展，对食品浪费进行立法与行政监管迫在眉睫。

2021年4月29日，第十三届全国人民代表大会常务委员会第二十八次会议通过了《中华人民共和国反食品浪费法》（以下简称《反食品浪费法》），自公布之日起施行。《反食品浪费法》坚持立法培育和践行社会主义核心价值观，传承和发展中华民族的优良传统，为在全社会营造浪费可耻、节约为荣的氛围，维护国家粮食安全提供有力法治保障的基本原则，在准确把握定位、突出重点的同时，坚持规范与引导并重，着眼建立反食品浪费的长效监管机制。统筹推进制止餐饮浪费的制度建设是《反食品浪费法》的鲜明特色，在加强利益相关方之间的关联性、系统性、可行性研究的同时，做到统筹考虑、全面论证、科学决策，注重各方面的相互促进、良性互动，逐步形成推进反食品浪费工作的合力。

《反食品浪费法》共三十二条，分别对该法中的相关定义、反食品浪费原则、人民政府及其有关部门的义务、其他相关主体的义务、政府的监管措施、各类主体应当承担的法律责任等作了规定。政府及其部门的职责方面，《反食品浪费法》明确，各级政府加强对反食品浪费工作的领导，建立健全反食品浪费工作机制，加强监督管理，确定反食品浪费的目标任务；规定县级以上地方政府每年需要向社会公布反食品浪费工作情况；重点明确国务院有关部门反食品浪费的工作职责，尤其是在反食品浪费工作的牵头部门和有关执法主体方面，明确国务院发展改革部门应当加强对全国反食品浪费工作的组织协调。

为进一步增强《反食品浪费法》的实施效果，切实落实相关主体责任，政府各部门积极出台具体的政策措施加速推进全社会反食品浪费意识提升。2021年11月30日，国家发展改革委、商务部、市场监管总局以及粮食和储备局联合印发《反食品浪费工作方案》（以下简称《工作方案》），通过在推进粮食节约减损、遏制餐饮行业食品浪费、加强公共机构餐饮节约、促进食品合理利用等方面加强执法监督与行政监管，以期在食品加工、餐饮消费等主要领域率先开展食品浪费监管。而此前，市场监管总局等相关部门已经就餐饮节约进行相关的政策部署。2021年3月1日，市场监管总局、商务部、文旅部联合印发《关于以标准化促进餐饮节约反对餐饮浪费的意见》（以下简称《意见》），通过建立健全节约型餐饮标准体系、制定发布餐饮节约国家标准、全面提升餐饮企业标准化规范化水平等方式，针对餐饮消费的各个环节持续推进餐饮节约标准建立，为全社会餐饮节约提供可借鉴的评价体系。

人口众多、土地资源相对不足是我国的基本国情。与此相联系，我国粮食供求长期处于紧平衡状态，粮食安全是国家安全的重要基础。保障粮食安全应当一手抓粮食生产，一手抓防止粮食浪费，应把防止粮食浪费与重视粮食生产放在同等重要的位置上。2021 年，我国加强了食品浪费方面的政策监管，《反食品浪费法》的实施以及餐饮节约政策的不断落地不仅有利于健全完善有关制止餐饮浪费行为的长效机制，而且通过科学立法和监管，我国经济社会可持续发展能力将逐步增强。

2.2.2 经营主体继续得到有力帮扶

2021 年，虽然国内疫情防控总体稳定，但局部疫情散发使得防控隔离限制措施不间断实施，居民线下消费场景受限，以体验式、接触式消费为主的餐饮业经营主体仍面临巨大的客户流量压力。为进一步缓解餐饮企业特别是中小餐饮企业的经营压力，努力帮扶餐饮企业提升客户流量与经营能力，2021 年 8 月 26 日，商务部、财政部、人民银行等六部门联合印发《关于支持线下零售、住宿餐饮、外资外贸等市场主体纾困发展有关工作的通知》（以下简称《通知》），从企业融资、财政税费、政策协调等方面积极改善餐饮企业的经营困境。

企业融资方面，《通知》明确要加强普惠金融服务力度。结合餐饮业市场主体特点，鼓励金融机构继续落实好再贷款、再贴现、普惠小微企业贷款延期还本付息和信用贷款等政策，研发适合中小微企业特点的小额度、短期限、多频次、快放款、轻担保的专项融资产品。鼓励金融机构与各地融资担保机构合作，进一步发挥政府性融资担保增信作用，创新适合“首贷户”等业务的金融产品。支持符合条件的金融机构发行小微企业专项金融债。

满足企业合理资金需求。鼓励金融机构根据自身风险管控能力，对符合条件的餐饮业市场主体，不盲目惜贷、抽贷、断贷、压贷，积极通过展期、续贷等多种方式加大融资支持，满足企业持续经营的合理资金需求。对符合要求的临时性延期还本付息贷款，金融机构应坚持实质性风险判断，不因疫情因素下调贷款分类。创新优化融资产品和服务。结合餐饮行业企业特点，在交易真实、风险可控的前提下，加强和创新应收账款、订单、仓单、存货质押等融资，缓解企业融资困难。

财政税费方面，《通知》强调要推进减税降费直达快享。根据餐饮业市场主体特点，综合运用线上线下渠道，广泛及时宣传解读税收优惠政策。进一步巩固拓展“非接触式”办税服务，大力推进网上办、掌上办，为企业提供便利化服务。各地财政、税务和国库部门密切合作，财政部门加强统筹，及时保障退库资金到位，确保相关企业按规定及时获得各项政府补助、享受各类税收优惠。

政策协调方面，《通知》指出要加强形势跟踪研判。在疫情常态化下密切跟踪形势变化，加强政策研究，做好政策宣传，及时跟进解读已经出台的政策措施。通过问卷调查、实地走访、座谈会等多种形式，加强对餐饮业市场主体经营情况的摸排，及时了解企业诉求，合理引导预期。广泛开展政银企对接。通过积极搭建平台、组织专项活动等方式，广泛开展政银

企对接。在依法合规的情况下，积极推动当地公共数据对金融机构开放，为金融机构运用大数据为企业进行风险画像提供便利。

准确把握政策时度效。结合各地特点和行业恢复情况，把握好政策时度效，保持政策连续性、稳定性、可持续性，在政策操作上要控制好节奏和力度，促进经济运行保持在合理区间。加强工作协同。各地商务主管部门、财政部门、人民银行分支机构、税务部门、银保监局、外汇局分支机构要加强对接，及时跟踪研判疫情最新形势对相关行业企业影响，结合地方实际出台有针对性的专项支持举措，协调解决政策落实过程中的难点、堵点问题，确保政策有效传导至市场主体，支持企业纾困发展。

作为直接的政策扶持方式，通过拓宽融资信贷、加大财政税收扶持力度等形式给予餐饮企业现金流方面的便利，能够在最大程度上缓解疫情特殊时期客户流量锐减造成的经营困境。《通知》延续了 2020 年政府扶持餐饮业的相关政策精神，在继续加大直接帮扶力度的同时，更加注重提升政策措施的精准度与落实情况，使餐饮企业在疫情特殊时期的成本压力得到有效缓解，在后疫情时代的恢复进程将明显加快。

2.2.3 线上餐饮平台加速规范化经营

作为餐饮业数字化转型的主要趋势，同时作为传统餐饮行业的重要补充，现阶段我国餐饮外卖行业稳步扩大，特别是疫情防控常态化机制下居民居家餐饮消费需求持续增长，外卖平台用户规模不断攀升。但随着行业发展程度的不断深化以及数据、技术等生产要素在市场竞争方面呈现出的垄断特征进一步凸显，政府持续加强对平台经济的反垄断监管，外卖平台作为数字生活领域的代表，政府对其进行的规范化监管同样不断加深。

2021 年 2 月 7 日，国务院反垄断委员会印发《平台经济领域的反垄断指南》（以下简称《反垄断指南》），强调《反垄断法》及配套法规规章适用于所有行业，对各类市场主体一视同仁、公平公正对待，旨在预防和制止平台经济领域垄断行为，促进平台经济规范有序创新健康发展。《反垄断指南》以《反垄断法》为依据，共六章 24 条，包括总则、垄断协议、滥用市场支配地位、经营者集中、滥用行政权力排除限制竞争和附则等内容。《反垄断指南》界定平台、平台经营者、平台内经营者及平台经济领域经营者等基础概念，提出对平台经济开展反垄断监管应当坚持保护市场公平竞争、依法科学高效监管、激发创新创造活力、维护各方合法利益的原则。考虑到平台经济的复杂性，《反垄断指南》强调，界定平台经济领域相关市场需要遵循《反垄断法》所确定的一般原则，同时考虑平台经济特点进行个案分析。

结合平台经济特点，《反垄断指南》明确了垄断协议的形式，对其他协同行为作出具体规定，对平台经济领域经营者达成横向和纵向垄断协议、轴辐协议以及认定平台经济领域协同行为的具体方式、执法考量因素等作出说明，并细化了宽大制度规定。围绕平台经济领域经营者集中，《反垄断指南》在申报标准方面区分不同类型平台经营者营业额的计算方式，

明确协议控制架构的经营者集中属于反垄断审查范围。《反垄断指南》强调，经营者集中未达到申报标准但具有或者可能具有排除、限制竞争效果的，国务院反垄断执法机构将依法调查处理。同时，《反垄断指南》明确了评估平台经济领域经营者集中的竞争影响可以考量的因素，以及国务院反垄断执法机构可以决定附加限制性条件的类型。

此外，针对外卖平台从业者的合法权益保障，相关部门积极出台政策措施对新就业形态劳动者的合法权益进行明确界定和有效监管，外卖平台的市场竞争不仅得到政府部门的关注，劳动者权益保障仍是政府规范平台经济发展的重要方面。2021年7月26日，市场监管总局、国家网信办、国家发展改革委等七部门联合印发《关于落实网络餐饮平台责任切实维护外卖送餐员权益的指导意见》（以下简称《意见》），在保障劳动收入、劳动安全、维护食品安全、完善社会保障、优化从业环境、加强组织建设、矛盾处置机制等方面进行全方位要求，以期在新就业形态下切实提升劳动者的幸福感与满足感。

居民餐饮消费特点与消费结构的转变使得近年来我国外卖平台的市场规模稳步扩大，同时疫情防控也为外卖平台的成长提供有利契机。但作为数字生活领域的重要组成部分，外卖平台的反垄断监管以及从业人员权益保障同样成为政府监管的重点。而随着传统餐饮企业加速拥抱线上化，外卖平台对居民生活的影响程度将稳步提升，在积极发挥线上消费渠道无接触优势的同时，政府对行业公平竞争秩序的建立以及从业人员劳动权益保障将保持较高的关注度，相关政策监管也将不断强化。

2.2.4 巩固行业食品安全底线

随着生产水平的不断提升以及政府监管力度的不断加大，现阶段我国食品安全水平大幅提升；但作为行业生存底线，食品安全问题仍是餐饮行业政策监管重点。2021年为进一步增强连锁食品经营企业的安全卫生意识，守护好人民群众“舌尖上的安全”，政府监管部门不断强化对经营主体监管力度；同时，为更好的完成“十四五”期间各地方的食品安全监管工作，部分地区政府出台了相关的发展规划。

2021年11月5日，市场监管总局印发《关于加强连锁食品经营企业食品安全监管的通知》（以下简称《通知》），分别就落实主体责任、加大查处力度、强化联合惩戒进行重点部署。**落实主体责任方面**，《通知》强调要强化安全管理，建立健全覆盖从总部到门店的食品安全管理体系，有效发挥食品安全管理机构作用，压实各层级、各岗位食品安全责任；企业总部要结合企业实际和舆情反映的同行业其他企业食品安全问题，依法定期对总部、中央厨房、配送中心、门店等各环节全面开展食品安全自查；制定细化措施，依法推动门店主动对消费者进行防止食品浪费提示提醒。**加大查处力度方面**，《通知》明确，发生连锁食品经营企业食品安全事件后，涉事门店所在地市场监管部门要迅速核查，依法严惩重处食品安全违法行为，对发现食品安全违法犯罪线索的，要依法及时移送公安机关进行处置。**强化联合惩戒方面**，《通知》提出，地方市场监管部门要积极运用智慧监管手段，主动发现连锁食品

经营企业的食品安全问题。对媒体监督和消费者投诉举报反映的连锁食品经营企业食品安全问题，地方市场监管部门要严格开展现场核查，加大查处结果曝光力度；同时，按照市场监督管理严重违法失信名单管理办法，依法将企业列入严重违法失信名单。

与此同时，针对食品安全问题，江苏和广西已经率先出台了“十四五”发展规划，分别针对各自辖区内的食品安全发展现状提出未来五年具体的发展目标和实施路径。江苏省“十四五”食品安全规划从食品安全监管、安全抽检、追溯三个方面设定指标，要求全省食品安全抽检合格率 98.5%以上，绿色农产品优质比重达 75%；100%的高风险大型食品企业要建立质量安全体系，100%实现进口冷链食品可追溯率。广西“十四五”食品安全规划以全面实施食品安全战略为目标，以“四个最严”为遵循，聚焦食品安全突出问题和短板弱项，部署了 7 大重点任务、43 项重点项目、8 项重点工程，全力推动全区食品安全高质量发展。

食品安全作为餐饮企业的经营底线，同样也是政府相关部门监管的重点。在居民健康卫生意识逐步觉醒的当下，加强餐饮业食品安全监管、提升餐饮业食品安全质量不仅是顺应市场发展的要求，同样也是餐饮业实现结构调整与发展能力提升的重要体现。作为餐饮业的重要市场主体，政府加强对连锁食品经营企业的政策监管能够实现较大范围的市场覆盖，并为其其他中小餐饮企业的食品安全质量提升形成良好示范。而江苏、广西两地食品安全规划的确立不仅能够为其他地方规划的提出建立示范，而且能够加速我国食品安全监管完整体制机制的建设和完善。

2.2.5 行业团体标准建设持续完善

随着居民餐饮消费需求的改变以及行业先进技术的应用，我国餐饮行业经营业态和业务模式发生较大变化。为更好顺应餐饮行业及市场需求的改变，进一步提升我国餐饮业各经营业态的服务质量和发展效率，不断规范餐饮业各细分业态的日常经营，2021 年 12 月 10 日，中国烹饪协会团体标准发布会在京召开。会上发布了三项团体标准和一项协会指导性文件，分别为《外卖智能取餐柜管理规范》《“百合花”餐饮业食品安全和营养管理体系要求》《团餐项目管理师职业能力评价规范》和《轻食餐饮发展指南》。

《外卖智能取餐柜管理规范》标准全面调查研究了外卖智能取餐柜的市场需求、使用现状以及存在的问题，参考了《餐饮服务食品安全操作规范》《商品无接触配送服务规范》等法规要求，结合行业使用企业、专家学者的意见，对于取餐柜本身应达到的功能及质量要求做了详细说明。为避免食品产生交叉污染，标准中对取餐柜安装的选址提出了明确要求，包括要求远离污染源、放射性物质区域等。外卖智能取餐柜的使用仍在开始阶段，属于新兴设备，为便于使用者参照执行，标准中对于使用流程进行了详细说明。最为重要的是，该标准规范了外卖智能取餐柜的日常运营管理，包括食品存取、超时管理、温度控制、例外处理、日常管理、清洁消毒等方面进行了明确要求，进一步确保食品安全。

在体系要求方面，《“百合花”餐饮业食品安全和营养体系要求》不仅援引了《食品安全

法》《食品安全法实施条例》《餐饮服务食品安全操作规范》等国内的法律法规，同时借鉴了欧美的食品安全标准和国际通行的体系管理思路，对于餐饮服务单位食品安全和营养体系的搭建具有指导性的作用。该标准从百合花餐厅的认证管理，体系搭建的总体要求、管理职责的设定、管理评审、企业资源管理、食品安全和营养管理程序的设定、中央厨房管理以及关键过程控制等方面提出了具体要求。内容包括采购、验收、储存、加工制作、保温、供餐、危机处理、追溯和召回等食品安全和营养的全链条管控。企业可根据自身情况，对照标准要求搭建食品安全与营养管理体系。

为适应新时代、新发展阶段社会化餐饮服务保障需求，中国烹饪协会牵头，中国社会科学院服务局等企业共同起草了《团餐项目管理师职业能力评价规范》团体标准。该标准对团餐项目管理师划分了中级和高级两个级别，并对不同级别应该掌握的理论和实操知识进行了规定。此外，对于不同级别的团餐项目管理师的考核要求也进行了不同层次的限定，有利于构建一支具备先进管理能力、掌握信息化管理知识和系统经营管理能力的专业团餐项目管理人才队伍。

在中国烹饪协会的指导下，美团外卖联合全民健康生活促进院，与中国农业大学何计国课题组、商道纵横等机构共同编制了《轻食餐饮发展指南》。《轻食餐饮发展指南》凝聚了行业调研数据、企业实际经验、专家学者的专业意见，从轻食的市场需求、创业指引及企业日常经营管理等环节，通过文字与图片相结合的方式，从食品安全、营养健康、消费者体验等多个方面为轻食行业提供从筹备、选址、资质办理、开业、食品安全、营养健康搭配、运营管理、品牌营销的全流程操作指引，以期通过推动轻食餐饮的“供给侧改革”，助力“健康中国”建设。

中国烹饪协会一系列团体标准的发布，既反映了现阶段我国餐饮行业的发展热点，同时也为我国餐饮行业未来的发展提供指引与方向。通过进行深层次的市场调研，结合当下我国餐饮业各细分业态的现状和痛点，团体标准给出了更具针对性的解决方案，在完善行业制度建设、优化行业发展环境、提升人才队伍能力、拓展行业发展方向等方面持续发挥更加积极的作用。

2.3 关联行业分析

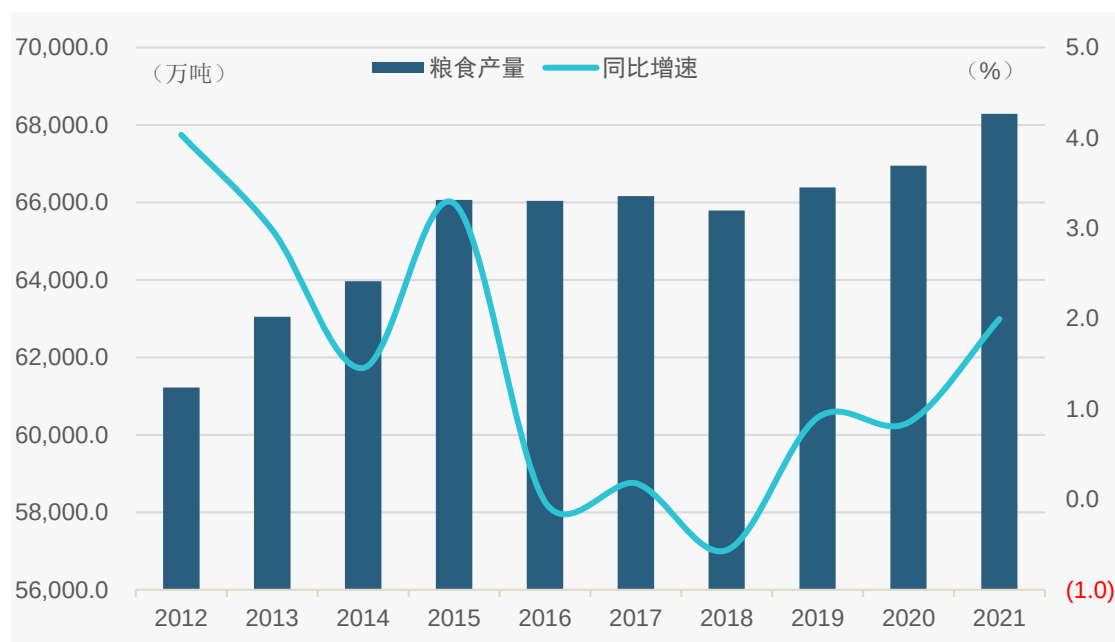
2.3.1 农业

2021 年，各地层层压实粮食生产责任，落实最严格的耕地保护制度，进一步加大粮食生产扶持力度，农民种粮积极性提高，全年粮食总产量连续 7 年保持在 1.3 万亿斤以上，农业“压舱石”地位更加巩固。

粮食产量再创新高。国家统计局数据显示，2021 年，全国粮食总产量 13,657 亿斤，比上年增长 2.0%；粮食播种面积连续两年增加，全国粮食播种面积 17.64 亿亩，比上年增长

0.7%；粮食单产稳步提升，全国粮食作物单产 387 公斤/亩，每亩产量比上年增长 1.2%。分季节看，夏粮产量 2,919 亿斤，比上年增长 2.2%；早稻产量 560 亿斤，比上年增长 2.7%；秋粮产量 10,178 亿斤，比上年增长 1.9%。分品种看，2021 年，全国谷物产量 12,655 亿斤，比上年增长 2.6%。其中，稻谷产量 4,257 亿斤，比上年增长 0.5%；小麦产量 2,739 亿斤，比上年增长 2.0%；玉米产量 5,451 亿斤，比上年增长 4.6%。全国薯类产量 609 亿斤，比上年增长 1.9%。受播种面积下降影响，全国豆类产量 393 亿斤，比上年下降 14.1%。其中，大豆产量 328 亿斤，比上年下降 16.4%。

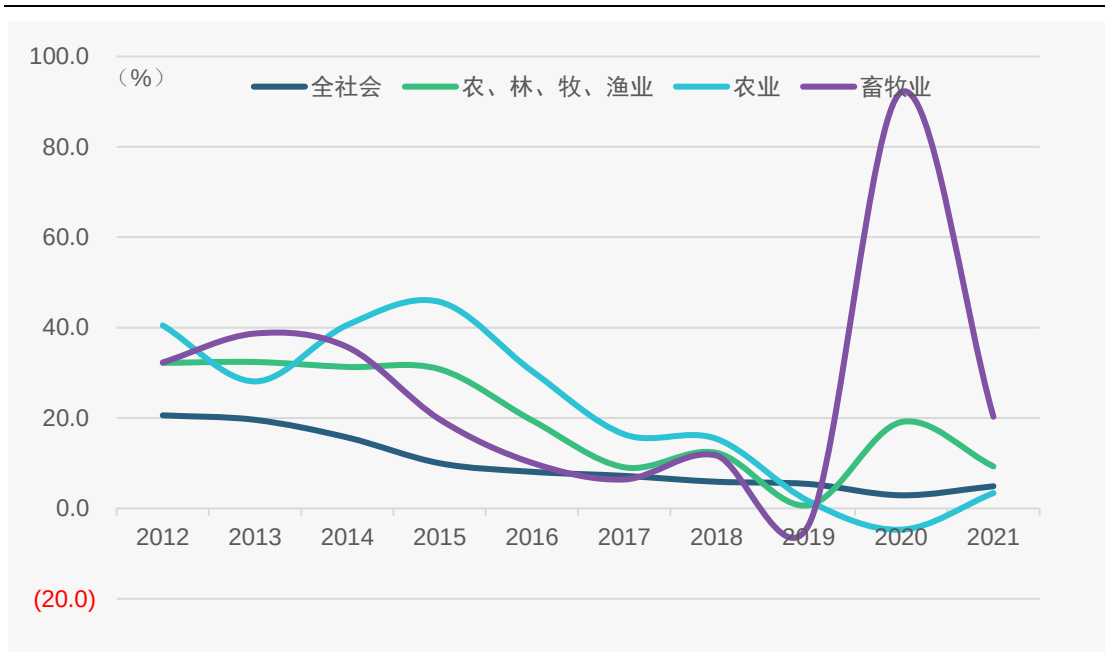
图 6 2012-2021 年我国粮食产量及同比增长变化趋势



数据来源：国家统计局

农业农村投资保持稳定增长。面对复杂严峻的发展环境，2021 年我国全面推进乡村振兴发展战略，随着融资渠道的逐步拓宽，我国农业生产得到有力保障，农业综合生产能力实现新提升。国家统计局数据显示，2021 年，我国农、林、牧、渔业固定资产投资累计增长 9.3%，增速高于全社会固定资产投资 4.4 个百分点；其中，农业固定资产投资累计增长 3.4%，而上年同期为累计下降 4.7%，畜牧业固定资产投资累计增长 20.3%，高于全社会固定资产投资 15.4 个百分点。农业农村部发布的数据显示，2021 年，我国新建成高标准农田 1.05 亿亩，实施东北黑土地保护性耕作 7200 万亩，耕地保护建设持续加强。

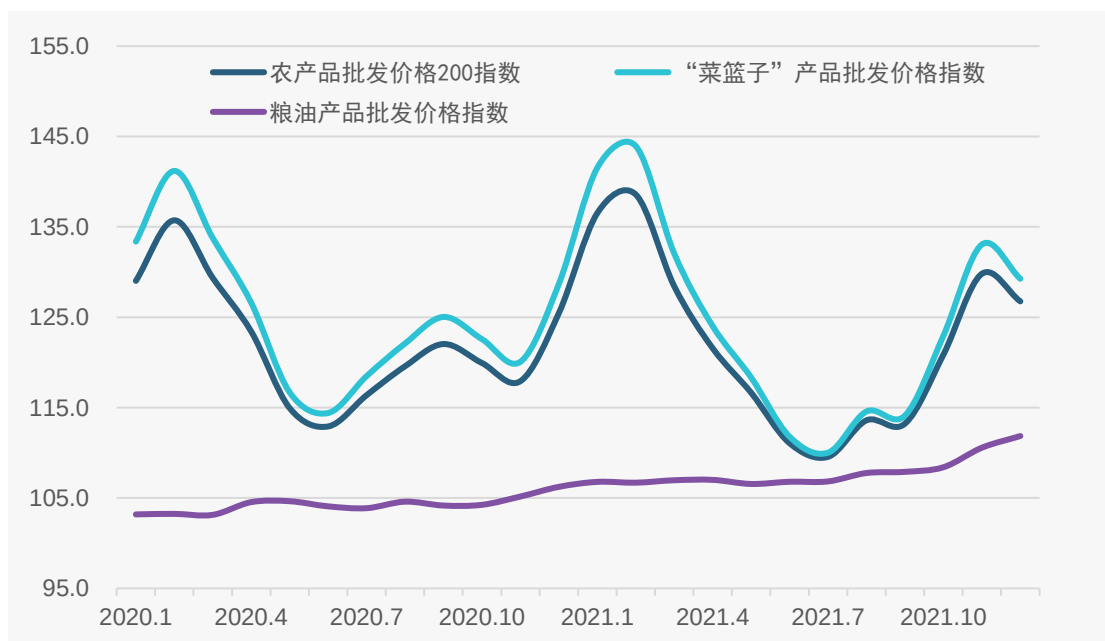
图 7 2012-2021 年农业主要行业固定资产投资增速变化趋势



数据来源：国家统计局

农产品市场供应总体稳定。2021 年，我国农业生产状况总体稳定，虽然局部性、阶段性的疫情散发和极端天气等不利因素持续影响我国农业生产，叠加农资价格上涨、运输流通成本增加等因素的限制，农产品供给难度加大，但农产品供应量总体充足，全年农产品市场价格小幅提升。农业农村部数据显示，截至 2021 年 12 月，我国农产品批发价格 200 指数达到 126.7，较去年底提升 1.3 点；“菜篮子”产品批发价格指数达到 129.2，较上年同期提升 0.6 点；粮油产品批发价格指数达到 111.8，较去年底提升 5.7 点。

图 8 2020 年 1 月-2021 年 12 月农产品市场价格变化趋势



数据来源：国家统计局

2.3.2 农副食品加工业

农副食品加工业指直接以农、林、牧、渔业产品为原料进行的谷物磨制、饲料加工、植物油和制糖加工、屠宰及肉类加工、水产品加工以及蔬菜、水果和坚果等食品的加工活动。由于农副食品加工业处于食品工业上游，起着初级加工农产品并为农业提供产品市场的重要作用，同时还为食品制造业等其他食品工业提供中间产品，因此农副食品加工是农业生产与市场紧密连接的纽带，对促进农业提质增效、农民就业增收和农村一二三产业融合发展，对提高人民群众生活质量和健康水平、保持经济平稳较快增长有着十分重要的作用。

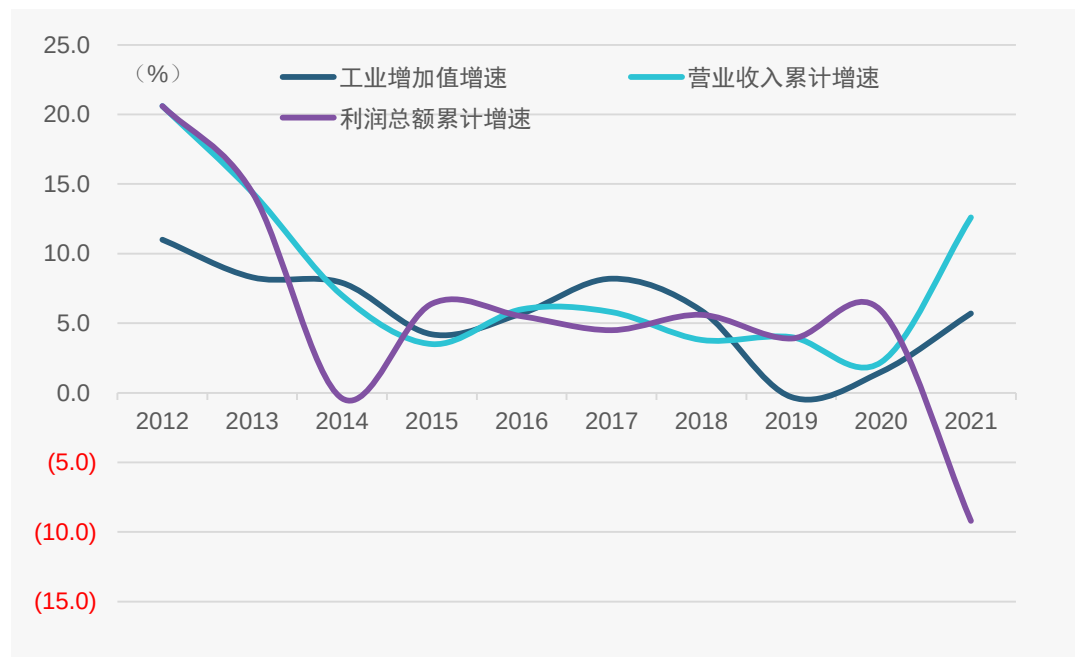
改革开放以来，我国农副食品加工业产值年均增长超过 13%，高于同期 GDP 增速，总量持续增长。但是受到自然条件的制约，我国农副食品加工业仍呈现一定季节性；同时农副产品加工处于粗放、零散状态，技术含量低、利润薄和农产品加工损耗大等问题长期存在。因此，深加工将成为我国农副食品加工业的发展趋势之一。自 2016 年以来，我国农副食品加工业供给结构持续优化，新兴和传统特色农产品加工产业融合发展，先后启动了国家现代农业产业园、农村产业融合发展示范园和农村一二三产业融合发展先导区等创建工作，实施了农村一二三产业融合发展项目，促进农业与二三产业融合发展。休闲旅游、养老养生、个人定制、电商平台等产业快速融合，催生了一批新产业、新业态、新模式，拓展了产业融合的新领域。2021 年，面对局地疫情散发、极端灾害天气等不利因素的影响，我国农副食品加工业展现出强大的发展韧性，通过深化数字化改革、优化产业结构、延伸产业链条等方式，积极加速在后疫情时代的恢复，在生产成本上涨、供应链中断等复杂的发展环境中持续对国内外居民的生活形成稳定保障。

农产品加工精细布局。经过多年努力，我国农副食品加工业取得了长足发展，但产业大而不强、发展不平衡不充分的问题依然突出，满足城乡居民生活需求的能力仍需进一步提升。目前，我国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段，正处在转变发展方式、优化经济结构、转换增长动力的关键时期。大力实施农产品加工业提升行动，对于促进加工业转型升级、实现高质量发展、深化农业供给侧结构性改革、加快培育农业农村发展新动能、促进农民持续稳定增收、提高人民生活质量和健康水平、促进经济社会持续健康发展等都具有十分重要的意义。2021 年是“十四五”开局之年，做好乡村产业工作具有特殊重要性。作为加速农村经济发展的重要产业之一，政府积极出台相关政策措施提升农副食品加工业发展质量和水平。2021 年 1 月，农业农村部印发《2021 年乡村产业工作要点》，其中提到要立足县域布局农产品加工产能，延伸农业生产、加工、流通、服务等增值增效链条，实现循环增值、梯次增值、全链增值，并重点在发展农产品初加工、发展农产品精深加工和综合利用、建设农业食品创新平台、提升农产品加工园区、打造农业全产业链等方面进行布局和调整。

企业盈利空间遭受挤压。随着后疫情时代政府各项复工复产政策的加速落地，2021 年我国农副食品加工业逐步摆脱疫情影响束缚，行业产出水平明显提升；但一方面鉴于上游农资价格不断上涨，另一方面由于疫情影响下产品运输供应受阻，行业生产成本持续增加，企

业盈利空间变窄。国家统计局数据显示,2021 年我国农副食品加工业增加值同比增长 5.7%,增速较上年同期提升 4.2 个百分点;实现营业收入 54,107.6 亿元,同比增长 12.6%,增速较上年同期提升 10.4 个百分点。同期,我国农副食品加工业累计实现利润总额 1,889.9 亿元,同比下降 9.2%,而上年同期为同比增长 5.9%。

图 9 2012-2021 年我国农副食品加工业主要指标变化趋势



数据来源: 国家统计局

农副产品出口形势好转。根据历史数据分析,我国农副食品加工业出口交货值增速在 2012-2015 年间呈逐年回落走势,且 2015 年首现负增长。2016 年出口交货值增速转正,且在 2017-2019 年维持在稳定增长区间。2020 年受国外疫情蔓延扩散、市场需求疲软等因素拖累,我国农副食品加工业出口交货值再次下跌。2021 年,由于国内疫情率先得到控制,农副产品生产、供应得到有力保障,叠加国外制造业恢复缓慢以及居民生活需求稳步扩大,农副产品出口面临良好的国际市场条件,农副食品加工业出口交货值增速转正。国家统计局数据显示,2021 年我国农副食品加工业完成出口交货额 2,290.5 亿元,同比增长 3.5%,而上年同期为累计下降 10.0%。

农副产品线上销售继续增长。现阶段,我国农副食品加工业逐步从高速增长转向中高速增长,与电商平台的融合进一步创新行业发展模式,通过构建符合农副食品加工业转型需要的电商架构,持续推动互联网与传统农产品加工业的深度融合,为农副食品加工业的技术创新、转型发展和结构优化提供有效支撑。随着数字乡村建设、电子商务进农村综合示范等工作深入推进,2021 年我国农村网络零售额继续增长,各类农村电商平台有效助力我国乡村振兴与农村经济发展。商务部数据显示,2021 年全国农村网络零售额达 2.05 万亿元,同比增长 11.3%,增速较上年同期提升 2.4 个百分点。电商加速赋能农业产业化、数字化发展,

一系列适应市场需求的农副产品持续热销，农民增收、农村经济发展得到有效支撑。

2.3.3 旅游业

2021 年，我国旅游市场恢复仍然较为艰难，局地疫情的阶段性影响持续，行业运行整体呈现以下三大特征：

一是旅游经济总体处于“弱景气”区间。中国旅游研究院（文化和旅游部数据中心）数据显示，2021 年，我国旅游经济景气指数分别达 105.72、106.05、104.06 和 102.38，总体处于“弱景气”区间，尽管行业整体运行正逐步恢复，但受阶段性多点散发疫情的影响，行业市场基础依旧不稳、挑战依然艰巨。

二是国内旅游市场复苏艰难。2021 年，国内疫情防控虽总体稳定，但局部疫情不间断爆发，各地疫情防控政策持续收紧，叠加居民消费预期持续不振，我国旅游市场复苏艰难。文化和旅游部统计数据显示，2021 年，我国国内旅游总人次达 32.5 亿人次，比上年同期增加 3.7 亿人次，增长 12.8%，恢复到 2019 年的 54.0%。其中，城镇居民 23.4 亿人次，增长 13.4%；农村居民 9.1 亿人次，增长 11.1%。国内旅游收入（旅游总消费）2.9 万亿元，比上年同期增加 0.7 万亿元，增长 31.0%，恢复到 2019 年的 51.0%。其中，城镇居民旅游消费 2.3 万亿元，增长 31.6%；农村居民旅游消费 0.6 万亿元，增长 28.4%。人均每次旅游消费 899.3 元，比上年同期增加 125.1 元，增长 16.2%。其中，城镇居民人均每次旅游消费 1009.6 元，增长 16.0%；农村居民人均每次旅游消费 613.6 元，增长 15.7%。

三是国内旅游服务质量稳步提升。得益于现代化旅游治理体系的逐步完善、政府部门在文化和旅游丰度上的不懈努力、旅游企业的积极创新以及疫情之下游客对安全、品质的更高追求，2021 年国内旅游业服务质量得到明显改善，国内游客满意度达到 82.47，同比增长 1.88%，达到历史最高水平，成为疫情常态化防控形势下旅游经济高质量发展的最大亮点。与此同时，“不合理低价游”、导游队伍建设等行业治理成效显著，目的地推广、基础设施建设、公共服务完善等基础性工作扎实推进，游客满意度稳步提升。中国旅游研究院旅游服务质量及游客行为专项调查显示，53.9%的受访者认为出游体验好于 2020 年；其中，游客对于国内旅游目的地形象感知、游中服务、实际体验与游客需求匹配的满意度均呈现明显增长。

3 餐饮业运行情况分析

2021 年，随着国内疫情防控形势持续稳定，居民消费潜力不断释放，叠加政府促消费政策获得实效，餐饮业市场需求不断扩大；上游相关行业加速复工复产，物流运输效率稳步回升，餐饮企业成本控制压力有所缓解，行业盈利空间持续提升。国家统计局数据显示，2021 年 1-4 季度，反映企业综合经营状况的住宿和餐饮业行业景气指数分别为 116.6、122.9、108.8 和 99.2，反映市场对行业总体运行状况看法的住宿和餐饮业投资意愿指数分别为 76.7、88.8、91.6 和 84.1；其中 4 季度上述两类指标实现本年最低，局地疫情的反复对行业经营状况改善仍然产生较大影响。2021 年，全国实现餐饮收入 46,894.9 亿元，同比增长 18.6%；实现限上餐饮收入 10,434.3 亿元，同比增长 23.5%。

3.1 行业景气情况分析

受中共中央政治局全面从严治党“八项规定”实施的冲击，高端餐饮业受到影响，一批高档餐饮企业相继停业，一直处于较高景气区间的住宿和餐饮业行业景气指数在 2013 年迅速跌至 100 以下区间；随后两年，虽然餐饮市场在逐步回暖，但由于我国经济发展进入从高速增长转向中高速增长的新常态，加之餐饮业面临转型升级的阵痛，行业发展景气度持续处于低位；2016 年，在供给侧结构性改革和消费升级的驱动下，餐饮业创新步伐加快，逐渐走出“八项规定”影响而进入新发展阶段，住宿和餐饮业行业景气指数再度进入 100 以上区间。

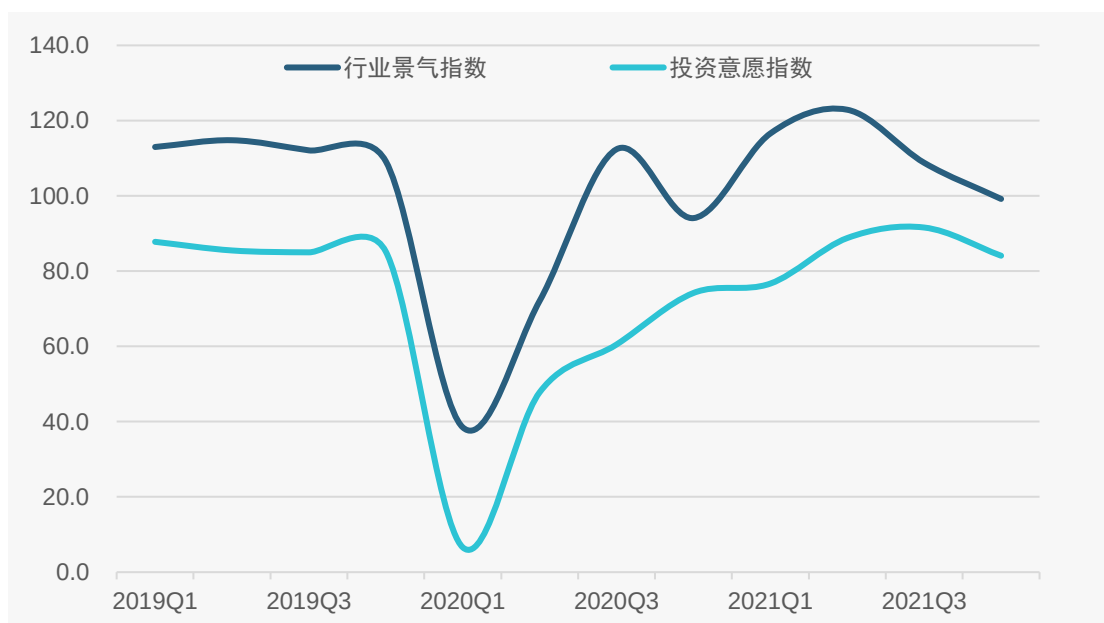
2021 年，鉴于国内疫情防控形势总体稳定，我国餐饮行业加快恢复，前三季度行业景气指数均处于景气区间，在政府促消费政策加速落地、居民消费潜力持续释放的推动下，行业发展前景向好。但在局地疫情不间断扰动、国外疫情持续蔓延、行业产业结构调整等因素的影响下，资本市场对餐饮行业的投资依然较为谨慎，投资意愿指数虽在前三季度不断攀升，但随着冬季疫情的增多而出现下降，且全年处于 100 以下区间，市场对餐饮行业的投资积极性仍需进一步提升。国家统计局数据显示，2021 年 1-4 季度，反映企业综合经营状况的住宿和餐饮业行业景气指数分别为 116.6、122.9、108.8 和 99.2，反映资本市场对行业总体运行状况看法的住宿和餐饮业投资意愿指数分别为 76.7、88.8、91.6 和 84.1；其中 4 季度行业景气指数和投资意愿指数均有所降低。

表 5 2019 年 1 季度-2021 年 4 季度住宿和餐饮业行业景气指数及投资意愿指数情况

时间	行业景气指数	投资意愿指数
2019年1季度	113.0	87.8
2019年2季度	114.8	85.5
2019年3季度	112.1	85.0
2019年4季度	109.2	85.2
2020年1季度	38.5	6.6
2020年2季度	72.1	47.8
2020年3季度	112.4	60.5
2020年4季度	94.1	74.2
2021年1季度	116.6	76.7
2021年2季度	122.9	88.8
2021年3季度	108.8	91.6
2021年4季度	99.2	84.1

数据来源：国家统计局

图 10 2019 年 1 季度-2021 年 4 季度住宿和餐饮业行业景气指数及投资意愿指数走势



数据来源：国家统计局

3.2 行业固定资产投资情况分析

面对政府政策、宏观经济及食品安全等多重因素冲击，2013 年成为餐饮业发展史上一个分水岭。2013 年以来，住宿和餐饮业固定资产投资可以用“滑梯式”亦或是“断崖式”下探来概括，从之前 30%以上的增速水平一路下滑至个位数甚至负增长。2016 年，住宿和餐饮业固定资产投资增速同比下降 8.6%，成为历史低点。2017 年，住宿和餐饮业固定资产投资呈现回暖迹象，增速实现了正增长，但仍大幅低于全社会固定资产投资增速。2018-2020 年，住宿和餐饮业固定资产投资再次进入负增长区间，虽然 2020 年行业固定资产投资规模的下降有赖于疫情冲击，但 2018-2019 年之间的负增长则主要反映了我国餐饮业投资模式由过去的高投资、广开店、开大店为主要特征的粗放式增长模式向轻资产、精开店、开小店

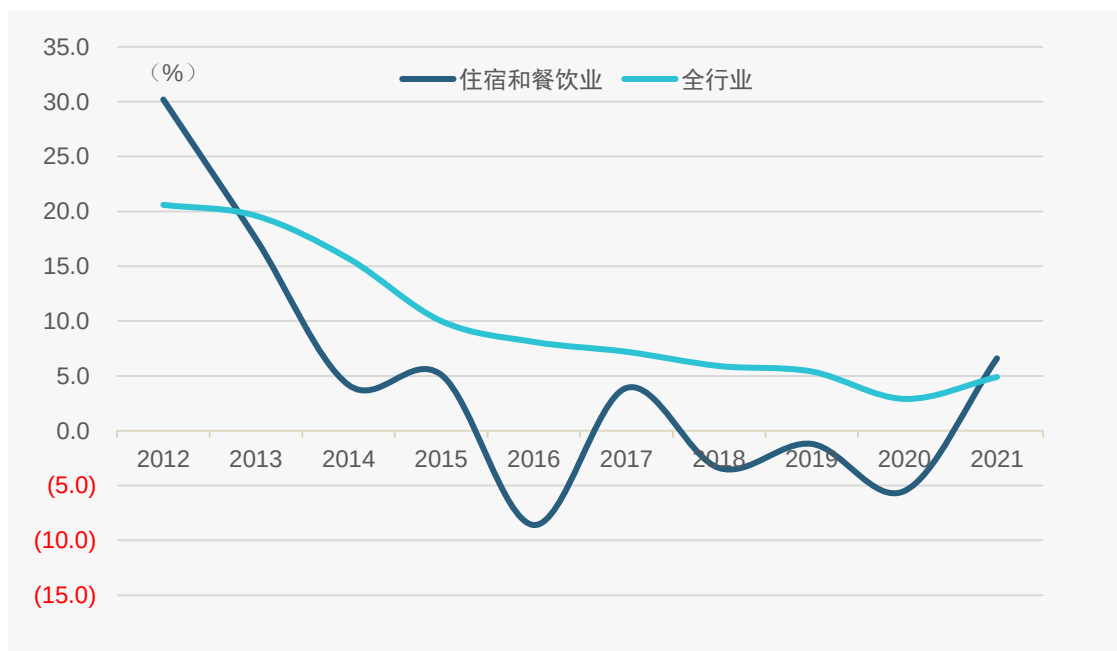
的集约式增长模式转变。2021 年，在居民消费能力稳步回升以及复工复产政策加速落地的双重影响下，我国餐饮业逐步摆脱疫情影响束缚，行业规模扩张进程加快，固定资产投资实现增长。国家统计局数据显示，2021 年，我国住宿和餐饮业固定资产投资额累计增长 6.6%，而上年同期为累计下降 5.5%；同期，我国全行业固定资产投资额累计增长 4.9%，增速小于住宿和餐饮业 1.7 个百分点。

表 6 2012-2021 年全行业以及住宿和餐饮业固定资产投资额累计增速变化情况

时间	住宿和餐饮业固定资产投资额累计增速		全行业固定资产投资额累计增速	
		%		%
2012年		30.2		20.6
2013年		17.5		19.6
2014年		4.2		15.7
2015年		5.1		10.0
2016年		-8.6		8.1
2017年		3.9		7.2
2018年		-3.4		5.9
2019年		-1.2		5.4
2020年		-5.5		2.9
2021年		6.6		4.9

数据来源：国家统计局

图 11 2012-2021 年全行业以及住宿和餐饮业固定资产投资额累计增速变化趋势



数据来源：国家统计局

3.3 行业运行情况分析

3.3.1 餐饮业整体运行情况

3.3.1.1 市场规模

受中央八项规定出台冲击，2013 年餐饮业结束了高速增长时代，餐饮收入增速回落至 9.0%，创下了中国餐饮自 1991 年以来的最低点。之后，在外部现代化技术的助推和内部转型升级的带动下，餐饮收入增速开始缓慢回升，并在 2015 年回归两位数增长水平。2018 年，得益于我国经济稳中向好，同时随着供给侧结构性改革深入推进，高端餐饮成功转型大众化，多层次、细分化创新业态不断涌现，我国餐饮业市场规模持续扩大，正式迈入 4 万亿市场；与此同时，我国餐饮收入增速持续领跑整个消费市场，占全社会消费品零售总额的比重也有所提升，并于 2019 年达到近十年来的最高值，餐饮业已经走出“八项规定”等政策的影响。

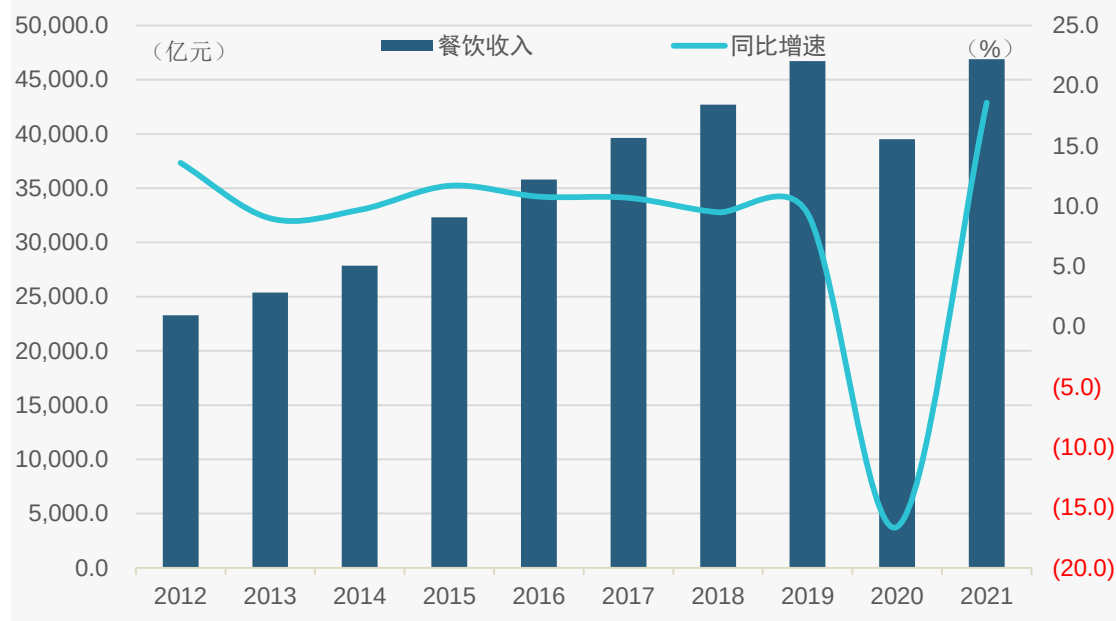
2020 年，新冠肺炎疫情在全球蔓延，消费市场遭遇重创，餐饮业遭受巨大冲击，行业整体连续多年的稳定增长势头戛然而止。2021 年，随着国内疫情防控形势趋于稳定，叠加政府积极开展各类促消费政策，居民消费需求稳定释放，餐饮业市场规模逐步回升，但对居民消费意愿的带动作用仍需进一步增强。国家统计局数据显示，2021 年，全国实现餐饮收入 46,894.9 亿元，同比增长 18.6%，而上年同期为同比下降 16.6%；实现限上单位餐饮收入 10,434.3 亿元，同比增长 23.5%，而上年同期为同比下降 14.0%。2021 年餐饮收入占社会消费品零售总额的比重为 10.6%，占比较上年同期提升 0.5 个百分点。

表 7 2012-2021 年我国餐饮收入及同比增速变化情况

时间	餐饮收入	同比增速	占社会消费品零售总额比重
	亿元	%	%
2012年	23,282.7	13.6	11.2
2013年	25,391.9	9.0	10.8
2014年	27,860.2	9.7	10.6
2015年	32,310.0	11.7	10.7
2016年	35,799.0	10.8	10.8
2017年	39,644.0	10.7	10.8
2018年	42,716.0	9.5	11.2
2019年	46,720.7	9.4	11.3
2020年	39,527.0	-16.6	10.1
2021年	46,894.9	18.6	10.6

数据来源：国家统计局

图 12 2012-2021 年餐饮收入及同比增速变化趋势

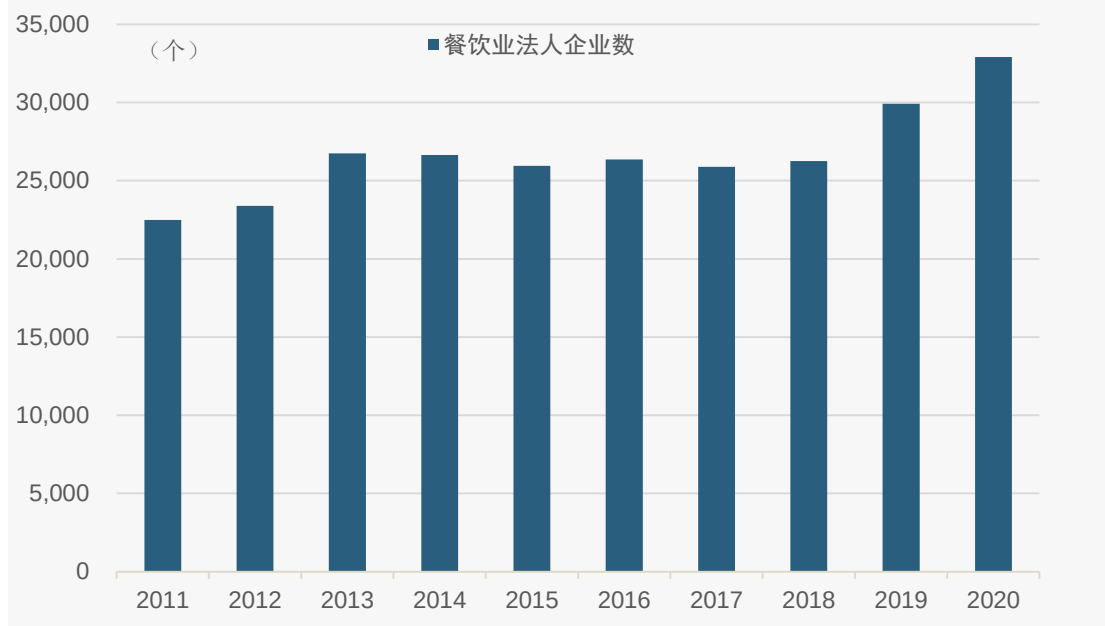


数据来源：国家统计局

3.3.1.2 法人企业数

随着餐厅的快速迭代，“海量生殖，残酷淘汰”成为餐饮店铺生态的常态景象。2020年，疫情影响下我国餐饮业企业法人数量虽有所增加，但涨幅有限，居民消费场景受限使得餐饮企业特别是中小餐饮企业的生存陷入困境。主体结构方面，鉴于私营企业在店铺规模、经营成本等方面的天然优势，疫情影响下餐饮业成为稳定居民收入水平的重要途径，私营企业数量占比有所上升。国家统计局数据显示，2020年末，餐饮业法人企业数为32,901个，同比增长9.1%，增速较上年同期下降4.8个百分点。其中，私营企业餐饮业法人企业数26,737个，同比增长20.0%，增速较上年同期提升2.2个百分点；私营企业法人数量占全行业的比重达到81.3%，较上年同期提升6.8个百分点。

图13 2011-2020 年餐饮业法人企业数变化趋势

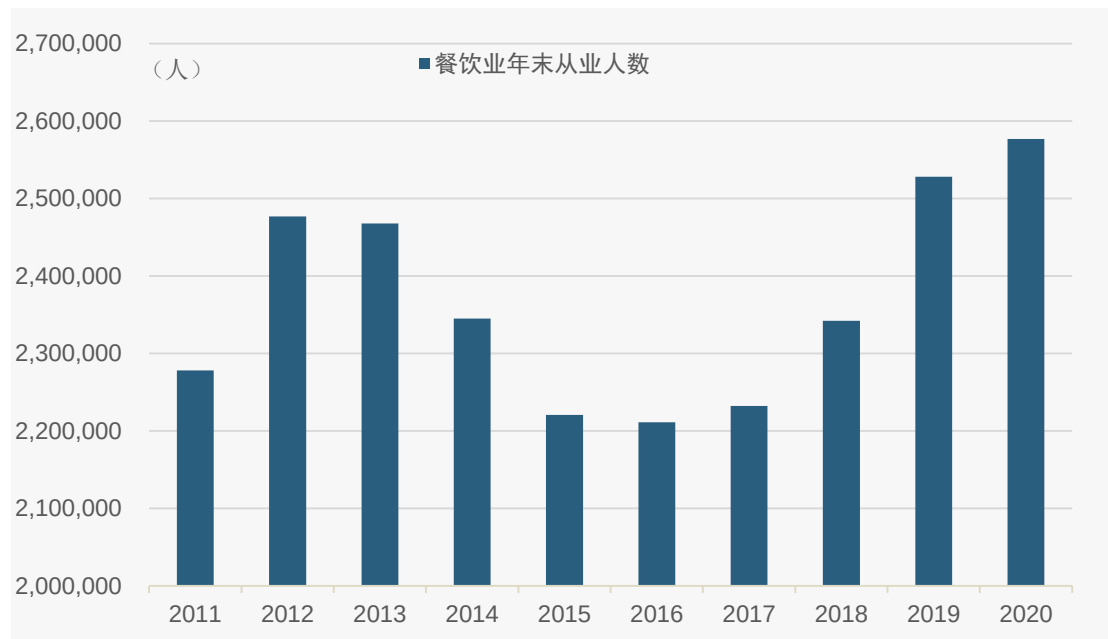


数据来源：国家统计局

3.3.1.3 从业人数

作为典型的劳动密集型行业，餐饮业是承接农业和工业转移剩余劳动力的主要行业，在吸纳劳动力就业方面发挥着重要作用。2020 年，疫情影响下全行业生产发展受阻，居民收入水平急速下降，餐饮业成为稳定民生的重要途径，行业从业人数有所增加。国家统计局数据显示，2020 年末，餐饮业从业人数 2,576,586 人，比上年增加 48,656 人，增幅达到 1.9%，较上年同期降低 6.0 个百分点。私营餐饮业企业年末从业人数 1,388,054 人，同比增长 18.8%，增速较上年同期提升 8.9 个百分点；私营企业从业人数占行业从业人数的比重达到 53.9%，占比较上年同期提升 7.7 个百分点。

图 14 2011-2020 年餐饮业年末从业人数变化趋势



数据来源：国家统计局

3.3.1.4 经营情况

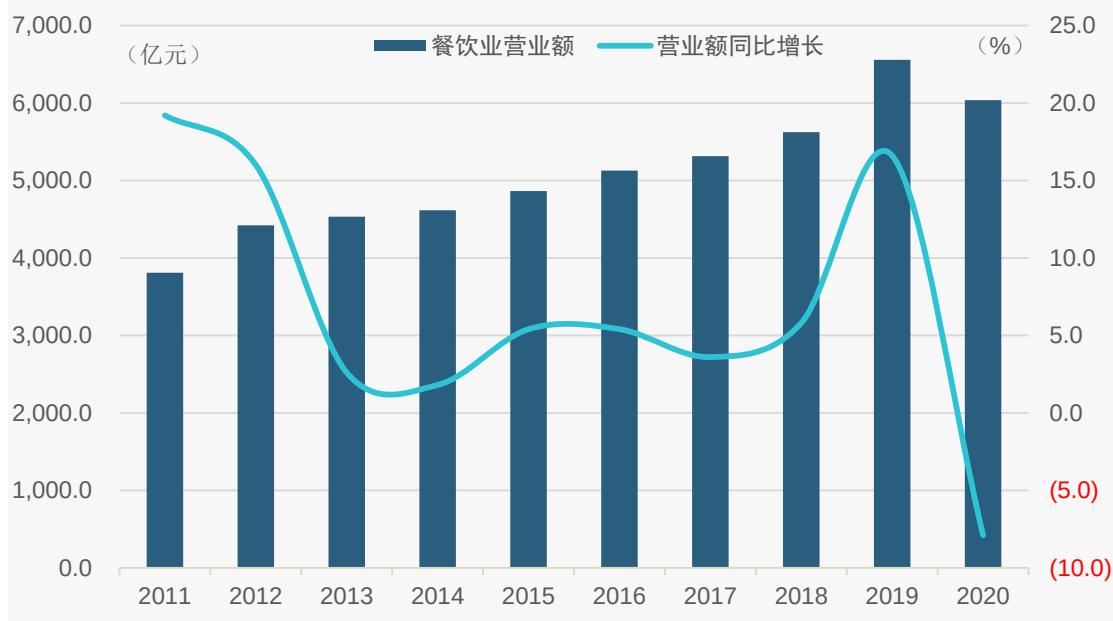
互联网与餐饮的融合催生了物联网外卖平台，并极大的推动了餐饮外卖市场的飞速发展，在扩大餐饮门店服务半径的同时，提高了门店的产能利用率和服务能力，进而提高了餐饮门店的盈利水平。2019 年，我国餐饮业营业额及餐费收入实现大幅提升；但在疫情影响下，2020 年行业经营情况急剧恶化，随着客流量的急速下降，行业营业额及餐费收入出现近十年来的首次负增长。国家统计局数据显示，2020 年，我国餐饮业营业额达到 6,037.3 亿元，同比下降 7.9%，而上年同期为同比增长 16.6%；餐饮业餐费收入达到 5,445.7 亿元，同比下降 7.5%，而上年同期为同比增长 17.8%。

表 8 2011-2020 年餐饮业营业额及餐费收入变化情况

时间	餐饮业营业额	营业额同比增长	餐饮业餐费收入	餐费收入同比增长
	亿元	%	亿元	%
2011年	3,809.1	19.2	3,433.8	18.7
2012年	4,419.9	16.0	3,966.7	15.5
2013年	4,533.3	2.6	4,056.1	2.3
2014年	4,615.3	1.8	4,120.2	1.6
2015年	4,864.0	5.4	4,343.5	5.4
2016年	5,127.1	5.4	4,562.1	5.0
2017年	5,312.8	3.6	4,732.1	3.7
2018年	5,622.9	5.8	4,997.7	5.6
2019年	6,557.4	16.6	5,886.6	17.8
2020年	6,037.3	-7.9	5,445.7	-7.5

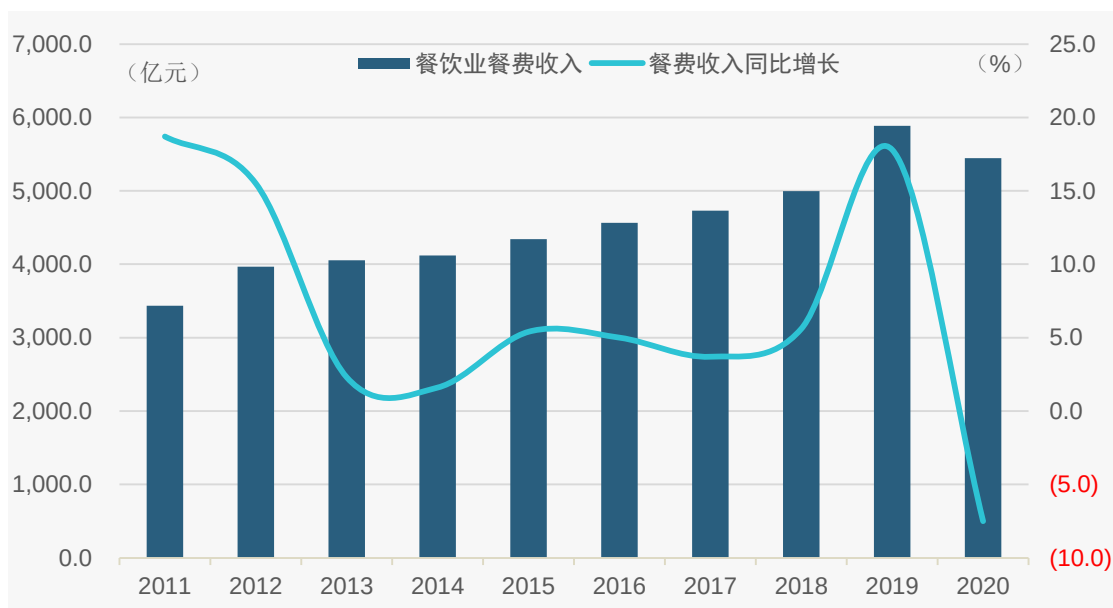
数据来源：国家统计局

图 151 2011-2020 年餐饮业营业额变化趋势



数据来源：国家统计局

图 162 2011-2020 年餐饮业餐费收入变化趋势



数据来源：国家统计局

3.3.2 连锁餐饮企业运行情况

3.3.2.1 门店数

连锁餐饮业作为餐饮业的主力军，近年来随着我国经济的持续增长、人均收入及消费水平的不断提高而得到迅速发展，特别是得益于餐饮现代化的不断推进，连锁餐饮业服务质量明显提升。2020年，面对疫情影响下客户流量的急剧下降，连锁餐饮业仍实现门店扩张，但增幅有限，行业供给能力总体稳定。国家统计局数据显示，2020年，我国连锁餐饮企业总店

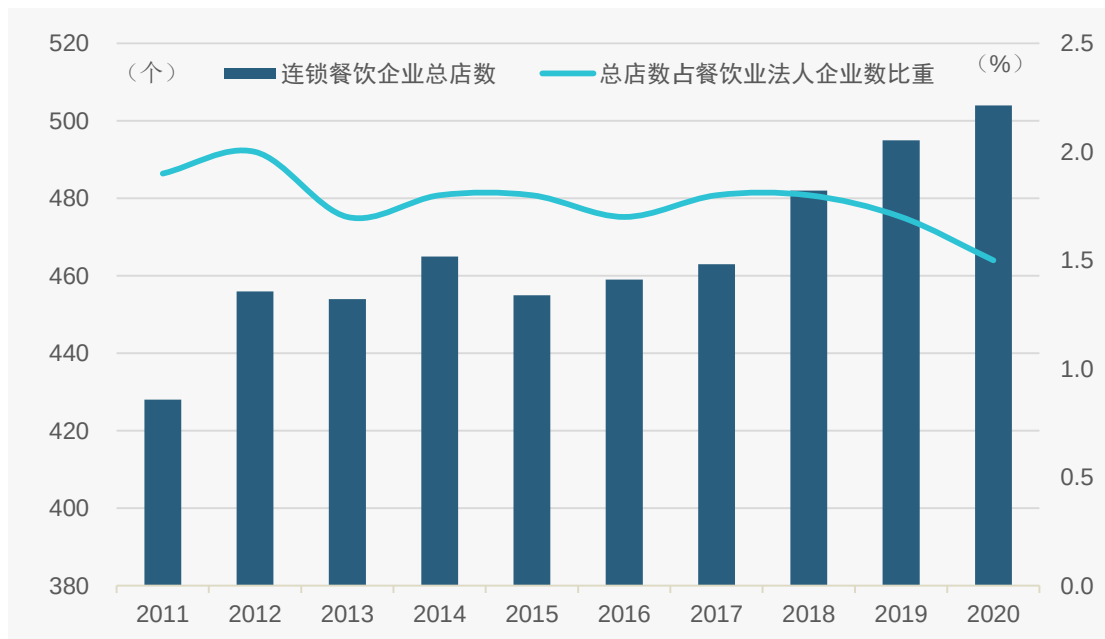
数 504 个，同比增长 1.8%，增速较上年同期下降 0.9 个百分点，约占餐饮业法人企业数的 1.5%，占比较上年同期下降 0.2 个百分点；连锁餐饮企业门店总数达 37,217 个，同比增长 8.3%，增速较上年同期下降 2.5 个百分点。连锁餐饮企业门店总数增幅远大于总店数增幅，连锁餐饮企业门店扩张进程仍在加快。

表 9 2011-2020 年连锁餐饮企业总店数、门店总数变化情况

时间	连锁餐饮企业总店数	连锁餐饮企业门店总数	总店数占餐饮业法人企业数比重
	个	个	%
2011年	428.0	16,285.0	1.9
2012年	456.0	18,153.0	2.0
2013年	454.0	20,554.0	1.7
2014年	465.0	22,494.0	1.8
2015年	455.0	23,721.0	1.8
2016年	459.0	25,634.0	1.7
2017年	463.0	27,478.0	1.8
2018年	482.0	31,001.0	1.8
2019年	495.0	34,356.0	1.7
2020年	504.0	37,217.0	1.5

数据来源：国家统计局

图 17 2011-2020 年连锁餐饮企业总店数及占餐饮业法人企业数比重变化趋势



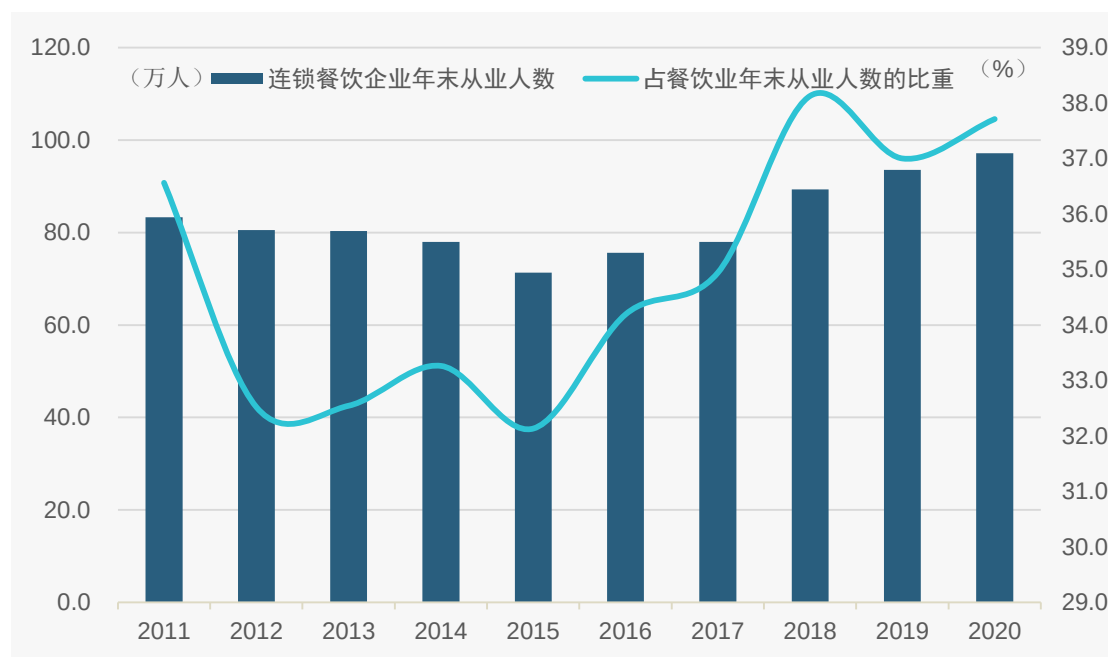
数据来源：国家统计局

3.3.2.3 从业人数

2020 年，虽然受疫情影响餐饮业经营环境有所恶化，但作为行业重要的经营业态，连锁餐饮企业从业人数仍然实现增长。一方面，由于连锁餐饮企业门店数量持续扩张，从业人员数量随之攀升；另一方面，疫情影响下众多中小餐饮企业无力支撑，当中分流出的从业人员被连锁餐饮企业吸纳，行业从业人员数量有所上涨。但也应当看到，面对众多不利的市场

条件，从业人员数量的上涨将进一步增加连锁餐饮企业的经营压力，随着人力成本支出的增加，企业盈利空间遭受进一步挤压。国家统计局数据显示，2020 年末，连锁餐饮企业从业人数达 97.2 万人，较上年同期增加 3.7 万人；占餐饮业从业人数的比重达到 37.7%，较上年同期提升 0.7 个百分点。

图 18 2011-2020 年连锁餐饮企业年末从业人数及占餐饮业从业人数比重变化趋势



数据来源：国家统计局

3.3.2.4 经营情况

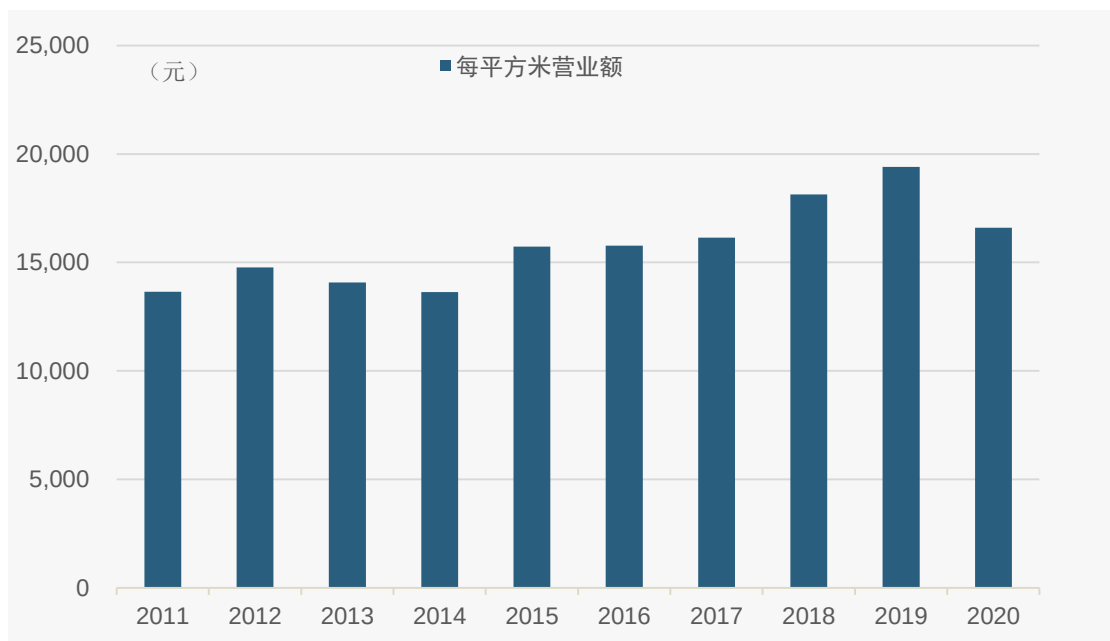
2020 年，连锁餐饮企业营业面积继续扩大，但受疫情防控限制措施的影响客户流量下降，行业整体经营状况不佳。此外，由于行业规模化经营特点突出，在餐饮业总体经营环境恶化的条件下，连锁餐饮企业遭受的疫情冲击更为严重。国家统计局数据显示，2020 年，我国连锁餐饮企业餐饮营业面积达到 1,216.2 万平方米，同比增长 5.6%，增速较上年同期下降 1.5 个百分点；餐位数为 361.2 万个，同比增长 4.2%，增速与上年同期持平；营业额达到 2,019.3 亿元，同比下降 9.6%，而上年同期为同比增长 14.6%；每平米营业额达 16,603 元，同比下降 14.4%。

表 10 2011-2020 年连锁餐饮企业营业面积、餐位数及营业额变化情况

时间	连锁餐饮企业餐饮营业面积 万平方米	连锁餐饮企业餐位数 万个	连锁餐饮企业营业额 亿元	每平方米营业额 元
2011年	821.4	277.1	1,120.4	13,641
2012年	869.2	286.5	1,283.3	14,763
2013年	937.1	319.5	1,319.6	14,082
2014年	1,020.0	338.6	1,391.0	13,637
2015年	970.9	333.6	1,526.6	15,724
2016年	1,036.9	341.1	1,635.2	15,770
2017年	1,075.4	337.9	1,735.5	16,138
2018年	1,075.0	332.6	1,950.0	18,139
2019年	1,151.5	346.6	2,234.5	19,405
2020年	1,216.2	381.2	2,019.3	16,603

数据来源：国家统计局

图 19 2011-2020 年连锁餐饮业每平方米营业额变化趋势



数据来源：国家统计局

3.4 产业结构分析

3.4.1 餐饮业整体

从餐饮业整体来看，正餐服务业在餐饮业中处于绝对主导地位，但近年来其营业份额在不断被快餐服务业、饮料及冷饮服务业及餐饮配送及外卖送餐服务所挤占。国家统计局数据显示，2020 年，正餐服务业营业额为 3,783.0 亿元，同比下降 11.5%，占整体餐饮业营业额的比重为 62.7%，占比较 2014 年下降 10.8 个百分点；快餐服务业营业额为 1,338.0 亿元，同比下降 8.4%，所占比重为 22.2%，占比较 2014 年提高 2.1 个百分点；饮料和冷饮服务业营业额为 380.4 亿元，同比下降 1.7%，所占比重为 6.3%，占比较 2014 年提高 3.6 个百分点；餐饮配送及外卖送餐服务营业额为 306.2 亿元，同比增长 26.0%，所占比重为 5.1%，占

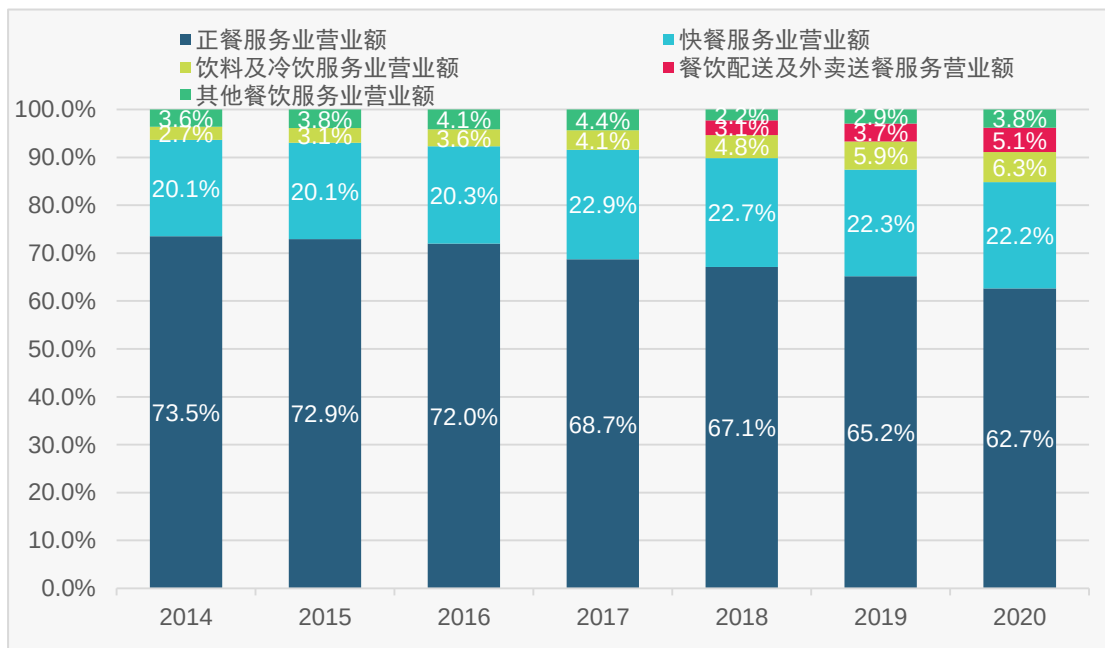
比较上年提高 1.4 个百分点；其他餐饮服务业营业额为 229.7 亿元，同比增长 19.4%，所占比重为 3.8%，占比较 2014 年提升 0.2 个百分点。

表 11 2014-2020 年餐饮业各业态营业额变化情况

时间	正餐服务业营业额	快餐服务业营业额	饮料及冷饮服务业营业额	餐饮配送及外卖送餐服务营业额	其他餐饮服务业营业额
	亿元	亿元	亿元	亿元	亿元
2014年	3,393.6	929.7	126.2	--	165.8
2015年	3,547.4	977.6	151.9	--	187.1
2016年	3,691.5	1,041.9	183.1	--	210.6
2017年	3,650.4	1,215.1	215.8	--	231.5
2018年	3,774.9	1,276.2	272.5	174.0	125.3
2019年	4,274.2	1,461.0	386.9	243.0	192.3
2020年	3,783.0	1,338.0	380.4	306.2	229.7

数据来源：国家统计局

图 20 2014-2020 年餐饮业各业态营业额构成变化趋势



数据来源：国家统计局

3.4.2 连锁餐饮业

在连锁餐饮企业中，快餐服务业是主导，其营业额占比逾 1/2；正餐服务业次之，占比维持在 1/3 的水平；而饮料和冷饮服务业占比虽然较小，但其发展态势良好，所占比重持续提升。国家统计局数据显示，2020 年，在连锁餐饮业中，正餐服务业营业额为 560.6 亿元，同比下降 24.1%，占连锁餐饮业整体营业额的比重为 27.8%，占比较 2014 年下降 5.3 个百分点；快餐服务业营业额为 1,102.3 亿元，同比下降 8.1%，所占比重为 54.6%，占比较 2014 年下降 5.3 个百分点；饮料和冷饮服务业营业额为 264.9 亿元，同比下降 7.2%，所占比重为 13.1%，占比较 2014 年提高 7.4 个百分点；其他餐饮服务业营业额为 91.2 亿元，同比增

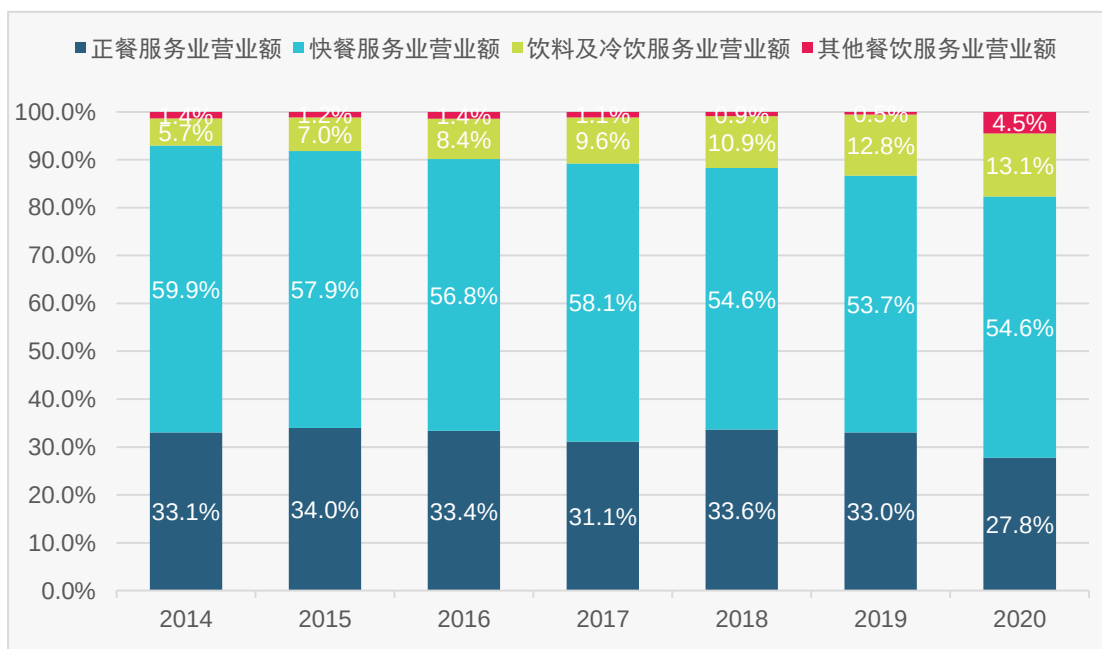
长 679.5%，所占比重为 4.5%，占比较 2014 年提升 3.4 个百分点。

表 12 2014-2020 年连锁餐饮业各业态营业额变化情况

时间	正餐服务业营业额	快餐服务业营业额	饮料及冷饮服务业营业额	其他餐饮服务业营业额
	亿元	亿元	亿元	亿元
2014年	460.0	833.3	78.6	19.1
2015年	518.5	883.7	106.5	17.9
2016年	545.5	928.7	138.1	22.9
2017年	540.2	1,008.7	166.7	19.9
2018年	656.0	1,065.1	211.9	17.0
2019年	738.5	1,198.9	285.5	11.7
2020年	560.6	1,102.3	264.9	91.2

数据来源：国家统计局

图 21 2014-2020 年连锁餐饮业各业态营业额构成变化趋势



数据来源：国家统计局

3.5 行业经济效益分析

3.5.1 盈利能力分析

行业盈利能力下降。2020 年，面对突如其来的疫情冲击，餐饮业经营环境急剧恶化，全国范围内疫情防控限制措施的持续收紧使得居民消费场景受限，餐饮消费需求大幅减少。由于客流量的大规模锐减，餐饮企业营业收入及营业利润出现近十年来首次下跌，行业盈利能力亟待改善。国家统计局数据显示，2020 年，限额以上餐饮业企业实现营业收入 5,852.5 亿元，同比下降 6.3%，而上年同期为同比增长 18.0%；实现营业利润 2,609.5 亿元，同比下降 10.9%，而上年同期为同比增长 13.7%。

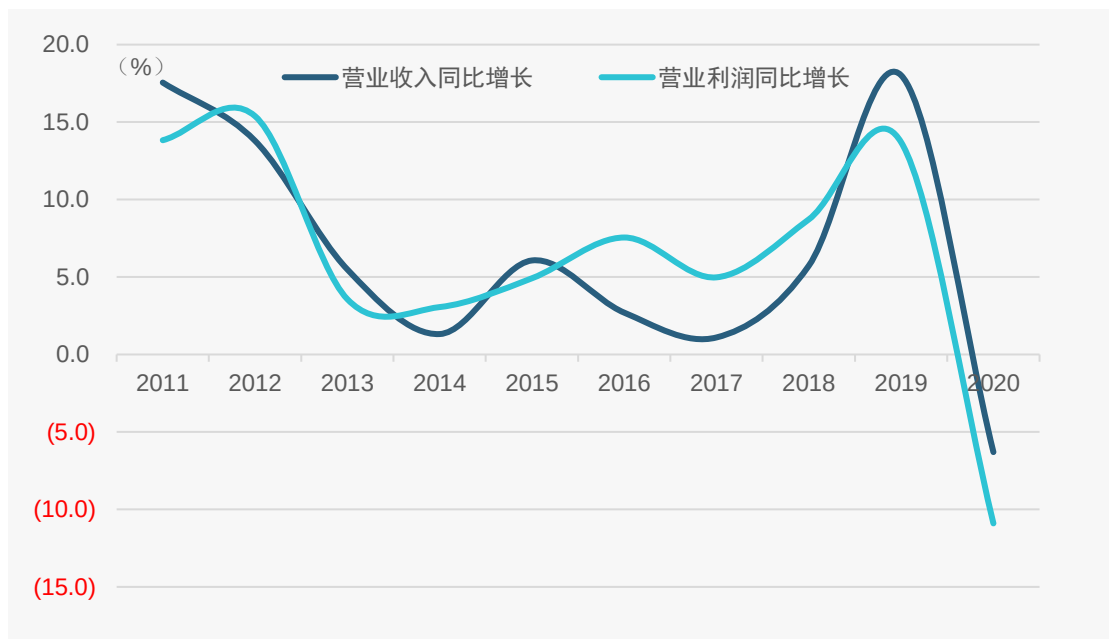
表 13 2011-2020 年限额以上餐饮企业营业收入及营业利润变动情况

时间	餐饮业企业营业收入	同比增长	餐饮业企业营业利润	同比增长
	亿元	%	亿元	%
2011年	3,735.7	17.6	1,623.5	13.8
2012年	4,250.8	13.8	1,873.2	15.4
2013年	4,484.3	5.5	1,940.0	3.6
2014年	4,543.6	1.3	1,999.4	3.1
2015年	4,819.5	6.1	2,097.7	4.9
2016年	4,949.6	2.7	2,256.0	7.6
2017年	5,004.0	1.1	2,368.3	5.0
2018年	5,290.6	5.7	2,574.7	8.7
2019年	6,244.0	18.0	2,928.9	13.7
2020年	5,852.5	-6.3	2,609.5	-10.9

注：国家统计局自 2011 年起对工业财务状况统计制度进行调整：第一，执行新的规模以上工业企业统计起点标准。规模以上工业企业统计起点标准由原来的年主营业务收入 500 万元，调整为年主营业务收入 2000 万元。第二，增加了全国规模以上工业经济效益信息的发布频率。此外，根据国家统计局经济效益数据发布频率，2007-2010 年数据为 11 月底累计数据，2011-2014 年数据为 12 月底累计数据。限额以上餐饮业企业遵照工业财务状况统计制度调整，下同。

数据来源：国家统计局

图 22 2011-2020 年限额以上餐饮企业营业收入与营业利润同比增长变化趋势

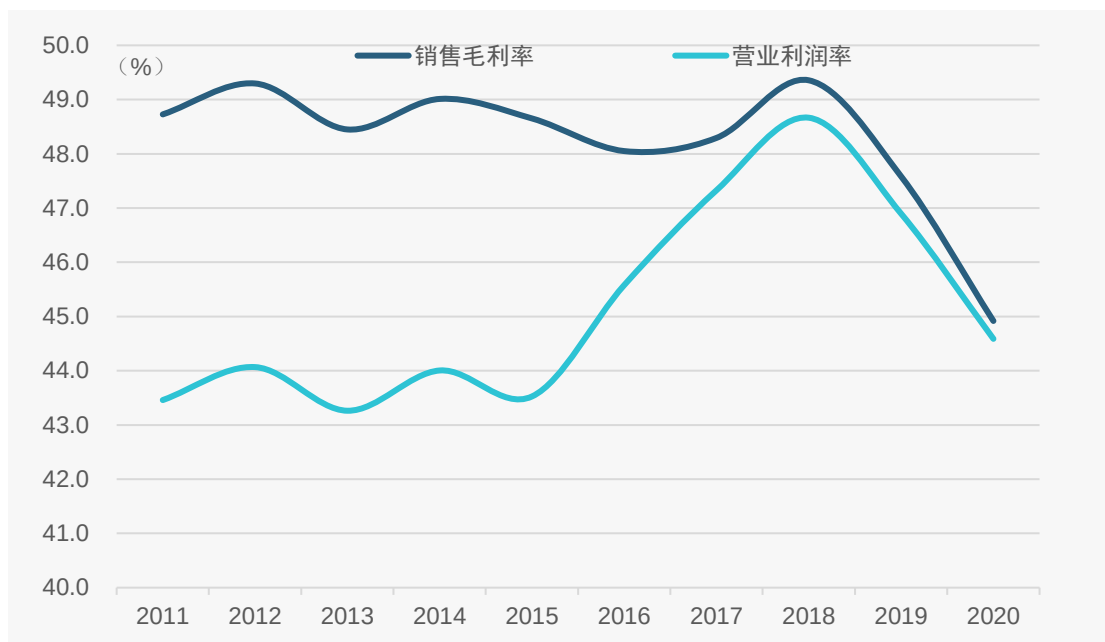


数据来源：国家统计局

行业利润率持续下降。2020 年，在客户流量受到疫情影响的同时，餐饮业供给端同样受到疫情冲击。疫情防控限制措施持续收紧的宏观背景下，上游行业停工停产、原材料价格上涨、物流运输效率降低等对餐饮行业供给造成显著制约，行业成本控制压力增大，行业利润水平持续降低。国家统计局数据显示，2020 年，限额以上餐饮业企业营业成本同比下降 1.5%，较营业收入降幅小 4.8 个百分点。根据国家统计局数据计算，2020 年，限额以上餐饮业企业销售毛利率和营业利润率分别为 44.9%和 44.6%，较上年同期分别下降 2.7 和 2.3

个百分点。

图 23 2011-2020 年限额以上餐饮企业销售毛利率与营业利润率变化趋势



数据来源：国家统计局

3.5.2 偿债能力分析

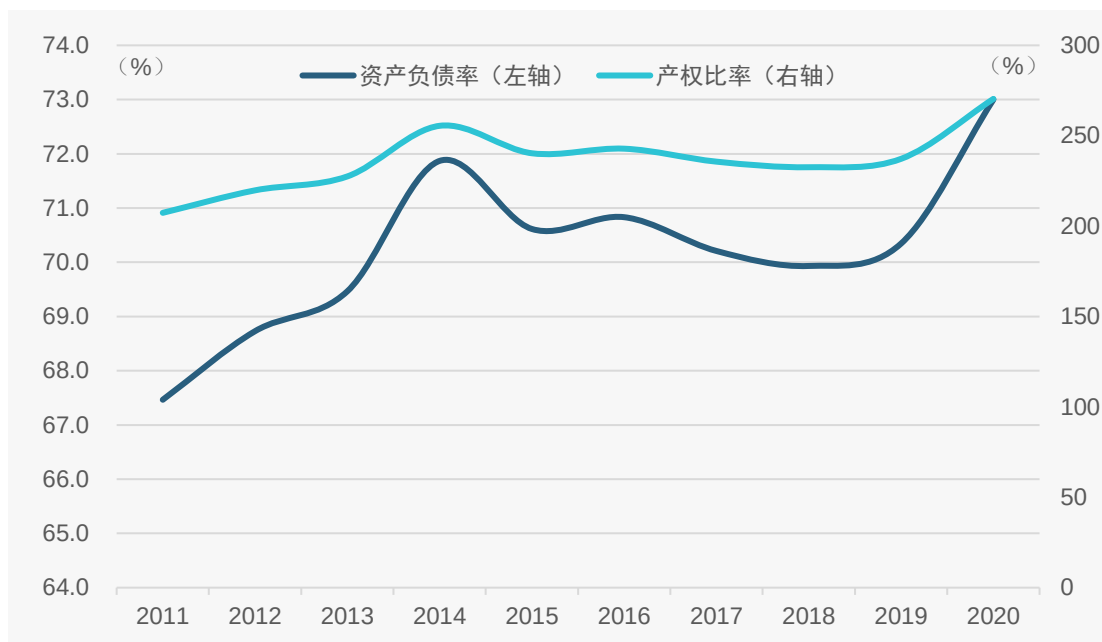
2020 年，餐饮业总资产和总负债继续保持增长态势，且总负债增速仍快于总资产增速，资产负债率和产权比率明显上升，且均达到近十年最高水平，企业偿债能力进一步下降。国家统计局数据显示，截至 2020 年末，限额以上餐饮业企业资产总计 6,177.6 亿元，同比增长 10.5%；负债合计 4,509.7 亿元，同比增长 14.7%。根据国家统计局数据计算，2020 年末，限额以上餐饮业企业资产负债率为 73.0%，较上年上升 2.7 个百分点；产权比率为 270.4，较上年提高 33.2 个百分点。整体来看，2020 年我国餐饮业负债水平持续提升，在供给端和消费端的双重挤压下，行业偿债能力下降，企业经营风险增大。

表 14 2011-2020 年限额以上餐饮企业资产和负债情况

时间	餐饮业企业资产总计	同比增长	餐饮业企业负债合计	同比增长
	亿元	%	亿元	%
2011年	3,224.2	17.5	2,175.2	20.8
2012年	3,967.0	23.0	2,726.5	25.4
2013年	4,557.8	14.9	3,166.1	16.1
2014年	4,847.8	6.4	3,484.1	10.0
2015年	4,955.7	2.2	3,499.4	0.4
2016年	5,003.3	1.0	3,543.9	1.3
2017年	5,002.0	0.0	3,511.8	-0.9
2018年	5,120.4	2.4	3,580.8	2.0
2019年	5,590.1	9.2	3,932.4	9.8
2020年	6,177.6	10.5	4,509.7	14.7

数据来源：国家统计局

图 24 2011-2020 年限额以上餐饮企业资产负债率与产权比率变化趋势

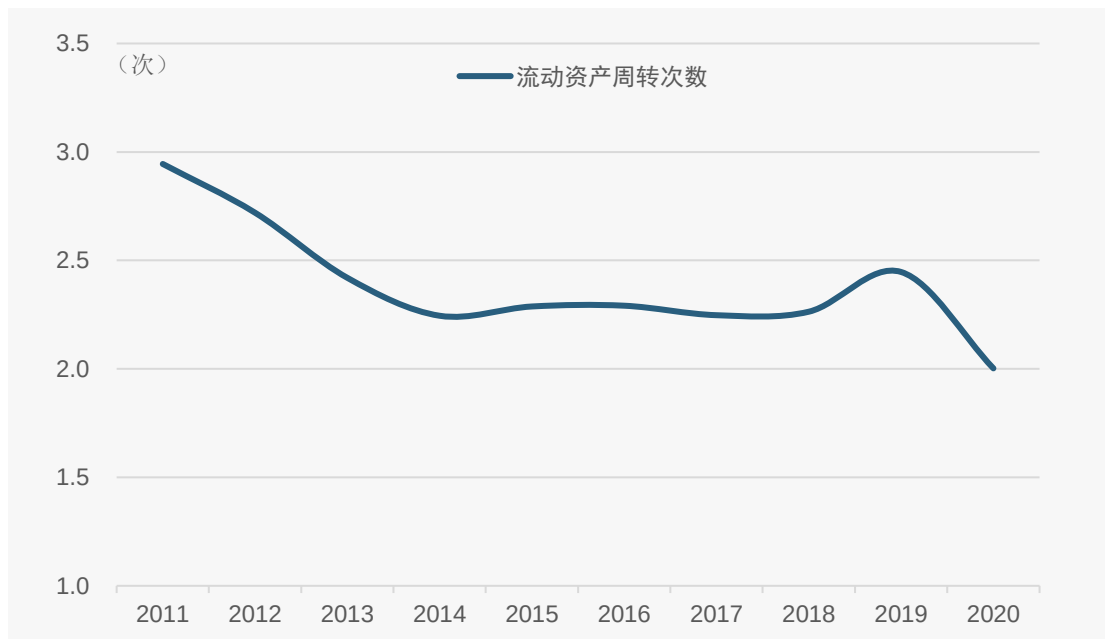


数据来源：国家统计局

3.5.3 营运能力分析

流动资产利用效率明显下降。2020 年，面对持续疲软的市场需求，餐饮企业流动资产周转次数明显减少，行业资产利用效率明显下降。国家统计局数据显示，2020 年，限额以上餐饮业企业流动资产合计 3,150.9 亿元，流动资产周转次数为 2.00 次，较上年下降 0.32 次。

图 25 2011-2020 年限额以上餐饮企业流动资产周转次数变化趋势

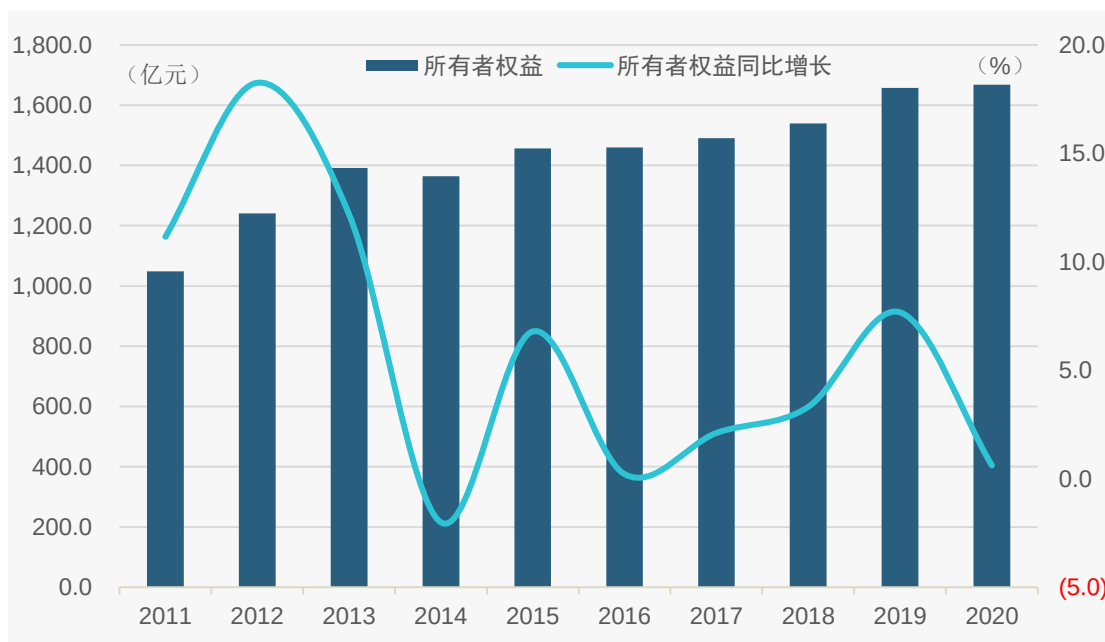


数据来源：国家统计局

3.5.4 成长能力分析

2020 年，疫情冲击下餐饮企业经营状况恶化，众多中小餐饮企业无力承担日益增长的经营成本而选择倒闭，大型连锁餐饮企业虽积极扩大门店布局，但经营状况仍未实现较大改善，行业扩张进程放缓，企业成长能力大幅下降。国家统计局数据显示，截至 2020 年末，限额以上餐饮业企业所有者权益为 1,667.9 亿元，同比增长 0.6%，增速较上年末下降 5.7 个百分点。

图 26 2011-2020 年限额以上餐饮企业所有者权益及同比增长变化趋势



数据来源：国家统计局

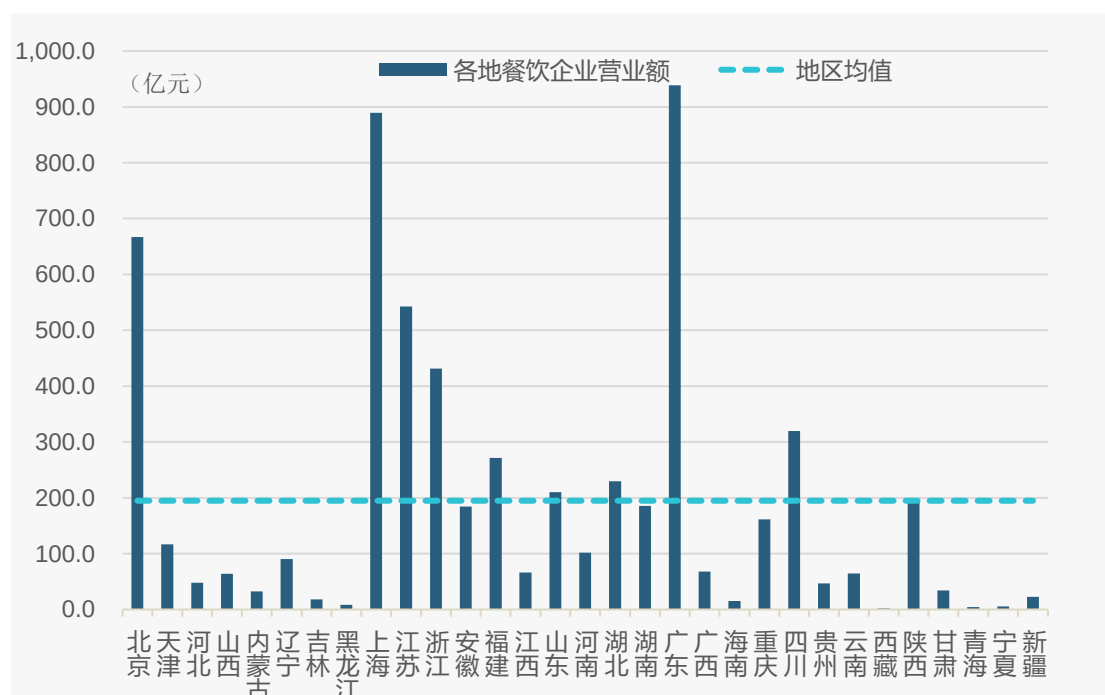
4 餐饮业竞争格局分析

地区餐饮业企业营业额与当地的居民消费水平呈现明显的正相关，华东地区餐饮企业营业额占比仍居首位，且其区域竞争力进一步提升；此外，疫情影响下我国餐饮企业营业额的区域差距扩大，行业地区分化矛盾有所加剧。就行业龙头企业的发展情况来看，2020 年虽然疫情影响下客户流量增长乏力，但行业提质增效仍加速推进，在领先企业的带动下，行业整体服务质量有所提升。与此同时，随着疫情影响下中小企业加速出清，行业集中度有所提升，在品牌化连锁经营、新兴业态加速崛起以及消费模式创新等因素的推动下，人才、技术等行业优势资源加速向龙头企业聚集，行业领先企业间的竞争明显加剧。

4.1 行业区域特征分析

由于各省（区、市）经济发展水平和消费水平存在明显差异，我国各省（区、市）餐饮业企业营业额呈现出显著的区域性特征，消费能力较高的地区餐饮业企业营业额明显较高。国家统计局数据显示，2020 年，餐饮业企业营业额全国 Top10 省份分别是：广东省 938.9 亿元、上海市 889.6 亿元，北京市 667.0 亿元、江苏省 542.5 亿元、浙江省 431.2 亿元、四川省 319.9 亿元、福建省 271.6 亿元、湖北省 229.8 亿元、山东省 210.1 亿元、陕西省 196.5 亿元，疫情影响下居民消费能力和消费场景受限，各省餐饮企业营业额均出现不同程度的下降；10 省市餐饮业企业营业额合计 4,697.0 亿元，占全国的比重为 77.8%，比上年降低 0.8 个百分点。

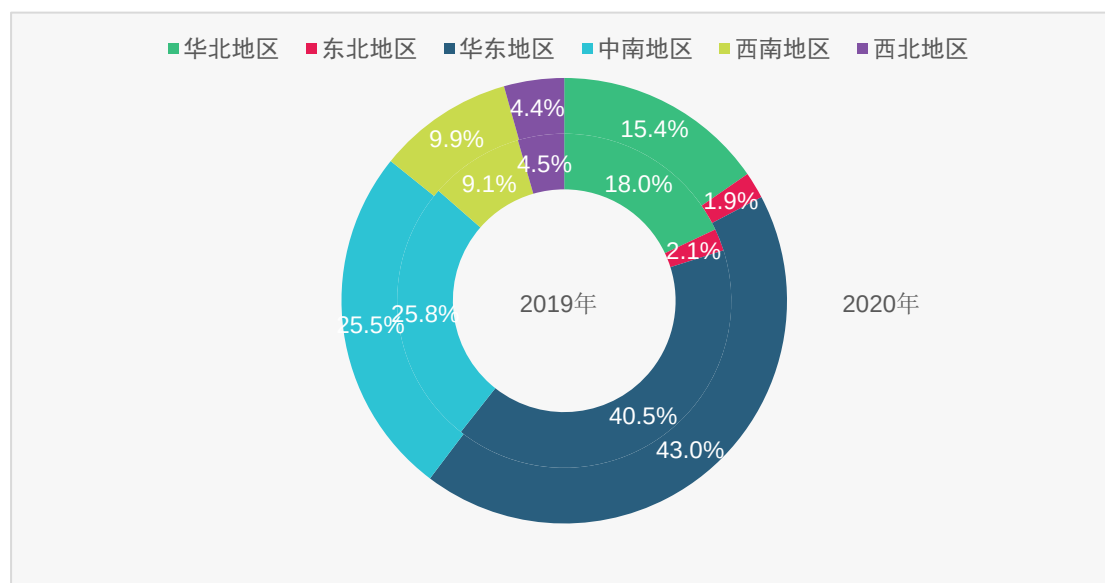
图 27 2020 年我国各省（区、市）餐饮企业营业额分布



数据来源：国家统计局

地区格局基本稳定，华东地区餐饮消费优势提升。从各地区营业额增速来看，2020 年，疫情的大范围冲击使得全国各地餐饮业面临严峻挑战，各地区营业额均出现下降，其中华北地区营业额同比下降 21.3%，东北地区营业额同比下降 17.2%，西北地区营业额同比下降 10.2%。地区结构变化方面，2020 年我国餐饮业区域结构总体稳定，凭借较强的居民消费能力以及持续稳定的疫情防控形势，华东地区的餐饮消费优势得以凸显，营业额占比较上年同期提升 2.5 个百分点；通过近年来的区域布局和产业发展，西南地区经济实力逐步提升，餐饮消费营业额占比较上年同期提升 0.8 个百分点；其余地区占比均出现不同程度下降，华北地区占比下降 2.6 个百分点，区域餐饮消费优势有所减弱。

图 28 2019 和 2020 年我国各区域餐饮企业营业额占比比较



注：图中地区的具体划分为：华北地区包括北京、天津、河北、山西、内蒙古；华东地区包括山东、江苏、安徽、上海、浙江、江西、福建；中南地区包括河南、湖北、湖南、广东、广西、海南；西南地区包括四川、重庆、云南、贵州、西藏；西北地区包括新疆、甘肃、青海、宁夏、陕西；东北地区包括辽宁、吉林、黑龙江

数据来源：国家统计局

4.2 中国餐饮百强企业结构分析

2021 年 6 月 8 日，中国烹饪协会在餐饮质量安全提升行动宣贯推广会上发布的《2020 年度餐饮企业百强和餐饮五百强门店分析报告》显示，2020 年，面对突如其来的新冠肺炎疫情和严峻的国内外环境，餐饮业遭到严重打击。作为行业标杆与领军代表，餐饮百强企业和五百强门店恢复动力更为强劲，并呈现出以下主要特点：

一是品牌发展优势尽显。2020 年，餐饮百强企业和五百强门店发展都受到一定冲击，但仍体现出较大的品牌优势和较强的抗风险能力。2020 年，餐饮百强企业实现总营业收入 3,095.1 亿元，同比下降 3.1%；五百强门店营收同比下降 4.2%。两者降幅均要好于整个餐

饮行业运行表现。

二是产业集中度有所上升。随着疫情防控形势好转和多项政策措施显效，餐饮业不断发展调整。2020 年，餐饮百强企业营业收入占到全国餐饮收入的 7.8%，百强企业集中度有所上升。

三是新兴业态表现抢眼。百强企业主力业态快餐、餐馆酒楼、火锅都因疫情受到不同程度影响。休闲餐饮、团膳等新兴业态呈现出较大的发展潜力和空间，小吃增长最为迅速。五百强门店中，餐馆酒楼、团膳入围门店数量都超过了快餐，并且在所有业态中团膳唯一保持营收正增长。

四是区域分布范围广泛。2020 年，餐饮百强企业覆盖了 17 个省区，而餐饮五百强门店则分布于除西藏、青海外其他 29 个省区。很多地区采取多种政策措施促进餐饮市场复苏回暖并取得了一定成效，各地餐饮企业复苏均得到有力的政策扶持。

五是提质增效有待继续增强。2020 年餐饮百强企业和五百强门店的营收总规模都有所减少，营收负增长比重分别为 56%、69%，都超过了一半，正增长比重分别为 44%、31%。并且，餐饮百强企业整体利润同比减少 27.7%，五百强门店整体利润同比减少 12.5%。

六是创新模式推动发展。目前餐饮业发展主题从“谋发展”转变为“求生存”。为落实好常态化疫情防控措施要求，餐饮百强企业形成多渠道并举、多资源并用的“新餐饮”模式，加快线上线下融合，发展在线下单、无接触配送等新模式。新零售迅速发展，满足了日益增长的消费新需求。加强全产业链布局，升级全链条线上服务，提高数字化水平。

表 15 2020 年中国餐饮企业百强名单

排名	企业名称	排名	企业名称
1	百胜中国控股有限公司	51	重庆五斗米饮食文化有限公司
2	海底捞火锅	52	可纳客（上海）餐饮管理有限公司 CFB 集团
3	金拱门（中国）有限公司	53	河南添瑞竹餐饮管理有限公司
4	河北千喜鹤饮食股份有限公司	54	同庆楼餐饮股份有限公司
5	天津顶巧餐饮服务咨询有限公司	55	眉州东坡餐饮管理（北京）有限公司
6	上海杨国福企业管理（集团）有限公司	56	亚惠美食有限公司
7	江苏品尚餐饮连锁管理有限公司	57	老娘舅餐饮有限公司
8	重庆朝天门餐饮控股集团有限公司	58	蛙来哒（广东）咨询管理有限公司
9	深圳中快餐饮集团有限公司	59	上海老城隍庙餐饮（集团）有限公司
10	内蒙古西贝餐饮集团有限公司	60	江西季季红餐饮管理有限公司
11	深圳市品道餐饮管理有限公司	61	香港唐宫饮食集团
12	北京健力源餐饮管理有限公司	62	厦门豪享来餐饮娱乐有限公司

13	安徽老乡鸡餐饮有限公司	63	上海世好食品有限公司
14	山东凯瑞商业集团有限责任公司	64	大家乐（中国）
15	汉堡王（中国）投资有限公司	65	温州云天楼实业有限公司
16	瑞幸咖啡（中国）有限公司	66	宁波石浦酒店管理发展有限公司
17	北京金丰餐饮有限公司	67	聚德华天控股有限公司
18	重庆刘一手实业有限公司	68	浙江凯旋门澳门豆捞控股集团有限 公司
19	呷哺呷哺餐饮管理有限公司	69	常州丽华快餐集团有限公司
20	广州酒家集团股份有限公司	70	北京信诚聚益科技有限公司
21	乡村基（重庆）投资有限公司	71	北京庆丰餐饮管理有限公司
22	广东好来客集团有限公司	72	宁波海曙新四方美食有限公司
23	爱玛客服务产业（中国）有限公司	73	北京南城香餐饮有限公司
24	济南源动力餐饮管理咨询有限公司	74	上海茶田餐饮管理有限公司
25	内蒙古小尾羊餐饮连锁股份有限公司	75	中国全聚德（集团）股份有限公司
26	九毛九（广州）控股有限公司	76	河南百年老妈饮食管理有限公司
27	中饮巴比食品股份有限公司	77	福州草本餐饮管理有限公司
28	快客利（北京）集团有限公司	78	北京比格餐饮管理有限责任公司
29	佛山市德和信餐饮管理服务服务有限公司	79	上海避风塘美食有限公司
30	重庆陶然居饮食文化（集团）股份有 限公司	80	旺顺阁（北京）投资管理集团有限 公司
31	重庆秦妈餐饮管理有限公司	81	广州弘胜餐饮管理有限公司
32	北京李先生加州牛肉面大王有限公司	82	重庆守柴炉餐饮管理有限公司
33	蜀王餐饮投资控股集团有限公司	83	四平李连贵饮食服务股份有限公司
34	广东新又好集团有限公司	84	福建令狐冲餐饮管理有限公司
35	上海何勇企业管理集团有限公司	85	重庆菜香源餐饮文化有限公司
36	江苏七欣天餐饮管理连锁有限公司	86	重庆徐鼎盛餐饮管理有限公司
37	北京华天饮食集团公司	87	温州市东池餐饮管理有限公司
38	真功夫餐饮管理有限公司	88	浙江隆聚餐饮集团股份有限公司
39	宁波白金汉爵酒店投资有限公司	89	武汉派乐宏业餐饮管理有限公司
40	北京鱼你在一起餐饮管理有限公司	90	深圳市探炉餐饮连锁有限公司
41	南京大惠企业发展有限公司	91	乌鲁木齐市苏氏企业发展有限公司
42	味千（中国）控股有限公司	92	北京和合谷餐饮管理有限公司
43	宜家（中国）投资有限公司	93	烟台蓝白餐饮有限公司
44	外婆家餐饮集团有限公司	94	北京东来顺集团有限责任公司
45	快乐蜂（中国）餐饮管理有限公司	95	天港酒店集团有限公司
46	沙县小吃集团有限公司	96	成都余氏一把骨餐饮管理有限公司
47	湊湊餐饮管理有限公司	97	福州玛格利塔餐饮管理有限公司
48	安徽岸香国际控股集团有限公司	98	重庆杨记味功夫餐饮管理有限公司
49	重庆香佰里餐饮管理有限公司	99	北京嘉和一品餐饮管理有限公司
50	合兴餐饮集团控股有限公司	100	福建悦港琴湾餐饮管理有限公司

资料来源：中国烹饪协会

4.3 上市公司经营情况分析

4.3.1 全聚德（002186）

4.3.1.1 公司概况

中国全聚德（集团）股份有限公司（以下简称“全聚德”）原名为北京全聚德烤鸭股份有限公司，是经北京市经济体制改革委员会“关于批准设立北京全聚德烤鸭股份有限公司的批复”（京体改委字[1993]第 200 号）文件批准，于 1994 年 6 月 16 日由全聚德集团作为主发起人，联合上海新亚（集团）股份有限公司、中国宝安集团股份有限公司、中国华侨旅游侨汇服务总公司、北京市综合投资公司及北京华北电力实业总公司等共同发起，采取向社会法人及内部职工定向募集方式设立的股份有限公司。2005 年 1 月 26 日，上述股份有限公司更名为中国全聚德（集团）股份有限公司。

全聚德主营业务为餐饮服务及食品加工、销售业务，旗下拥有“全聚德”、“仿膳”、“丰泽园”、“四川饭店”等品牌。截至 2021 年 6 月 30 日，全聚德在北京、上海、杭州、长春等地开设餐饮门店共计 113 家，其中全聚德品牌门店 103 家，仿膳品牌门店 1 家，丰泽园品牌门店 5 家，四川饭店品牌门店 4 家，已形成以全聚德品牌为龙头，多品牌协同发展的经营态势。除中式正餐外，全聚德正在逐步拓展团膳业务。全聚德食品业务主要为鸭坯及其它产品的研发、生产与销售，目前产品主要以真空包装原味烤鸭、入味烤鸭等为代表的鸭类包装产品，以鸭休闲零食、京味小吃、鸭肉酥、蛋黄酥等为特色的休闲食品，以月饼、汤圆等为代表的节令食品以及日常主食等系列产品。

4.3.1.2 经营状况

业绩预告显示，2021 年全聚德努力克服疫情不利影响，围绕老字号“守正创新”工作主线持续开展转型调整，积极尝试多点突破，在主力门店转型提升、餐饮产品食品化实施、组织机构调整等方面取得了一定的进展，营业收入、利润水平部分月度恢复态势良好。但由于新冠疫情反复且多点散发，全聚德业务开展仍然受到较大影响，企业餐饮门店，尤其在京原本以旅游客源为主的门店接待人数未能恢复，经营业绩出现一定幅度的亏损。

预计 2021 年，全聚德营业收入为 92,000 万元 - 97,000 万元，扣除非经常性损益后的净利润亏损 17,900 万元 - 19,200 万元，归属于上市公司股东的净利润亏损 15,500 万元 - 16,800 万元，基本每股收益亏损 0.50 元/股 - 0.55 元/股。

4.3.1.3 核心竞争力分析

特色鲜明的品牌

“全聚德”创建于 1864 年，至今已经跨越 157 年的历史。全聚德菜品不断创新，形成了以独具特色的全聚德烤鸭为龙头，集 400 多道特色菜品于一体的全聚德菜系，曾多次

登上国宴舞台。2004 年，仿膳饭庄、丰泽园饭店和四川饭店成为公司旗下品牌，2021 年完成四品牌“一品一策一方案”，确立了各品牌的商业模式、盈利模式、运营模式，形成了多品牌共同发展的品牌矩阵。公司以多种形式开展品牌文化传播，先后获得“中国十大文化品牌”、“北京十大影响力企业”和“北京城市名片”等荣誉，品牌文化不断积淀和传承。

匠心传承的宝贵技艺

全聚德拥有的“全聚德挂炉烤鸭技艺”、“仿膳（清廷御膳）制作技艺”被列入国家级非物质文化遗产名录，“全聚德全鸭席制作技艺”、“丰泽园鲁菜制作技艺”被列入北京市区级非物质文化遗产名录。

独具特色的文化优势

全聚德作为中华老字号，历经数代发展，已经成为北京传统文化的一个符号。全聚德前门烤鸭店门面被公布为“北京市文物保护单位”，位于全聚德和平门店的“全聚德展览馆”被列为北京市爱国主义教育基地。全聚德历史文化效应所带来的优势是不可复制的。150 余年的历史积淀形成了“全聚德”厚重的企业文化。坚持诚信经营、顾客至上，秉承“守正创新，诚信温暖”的核心价值观，企业文化体系不断与时俱进。

专业的管理、技术、服务团队

全聚德拥有中国烹饪大师、中国烹饪名师、中国服务大师、中国服务名师组成的技术团队。企业高级技师、技师等骨干技术力量涵盖“烤鸭、烹饪、面点、冷荤、服务和后勤”等多项领域。为了更好地激励和凝聚管理、技术骨干，公司鼓励员工学习专业技术（技能），并对获得专业技术（技能）等级的人员经考核合格，给予专业技术（技能）津贴；积极开展技能大赛，评选“星级匠人”，并对获得“星级匠人”称号的人员享受一定的津贴；2020 年以来公司通过社会化招聘，引进了总部专业管理、餐饮运营管理、食品公司销售及生产加工等重要岗位的专业化人才，同时搭建平台，为核心管理、技术人员创造更多发展机会。

4.3.2 百胜中国（09987.HK）

4.3.2.1 公司概况

百胜中国控股有限公司（以下简称“百胜中国”）是中国领先的餐饮公司，致力于成为全球最创新的餐饮先锋。2016 年 11 月 1 日，百胜中国在纽约证券交易所独立挂牌上市（证券代码：YUMC），总部设在上海。2020 年 9 月 10 日，百胜中国在香港联合交易所主板正式挂牌上市，股票代码为 9987。百胜中国是 Yum! Brands 在中国大陆的特许经营商，拥有肯德基、必胜客和塔可贝尔三大品牌在中国大陆的独家经营权。肯德基是中国领先的快餐品牌，必胜客是中国市场领先的休闲餐饮品牌，塔可贝尔是源自美国加州的连锁餐饮品牌，提供创新美式墨西哥食品。此外，百胜中国还独家拥有小肥羊、东方既白、黄记煌和 COFFi & JOY 连锁餐饮品牌。2020 年 4 月，百胜中国和意大利殿堂级家族经营咖啡品牌 Lavazza 宣布组

建合资公司，共同在中国运营 Lavazza 咖啡店。作为双方合作的第一步，Lavazza 亚洲第一个咖啡旗舰店已经在上海开业。

自从 1987 年第一家餐厅开业以来，截至 2021 年 12 月底，百胜中国在大陆的足迹遍布所有省、市、自治区，在 1,500 多座城镇经营着 11,788 家餐厅。百胜中国在 2021 年《财富》美国 500 强排名第 363 位，于 2019、2020、2021、2022 年连续四年入选彭博性别平等指数，并荣获中国杰出雇主认证。2020 年，百胜中国入选《快公司 Fast Company》全球最具创新力公司年度榜单。经过三十多年的发展，百胜中国不仅在店面数量方面在国内具有强大优势，而且在品牌知名度、社交及数字媒体营销和传播、供应链管理、产品质量、以及创新方面都已经成为了一家中国领先的餐饮企业。

4.3.2.2 经营状况

2021 年，百胜中国通过积极的成本管控和生产能力提升，在一定程度上缓解了同店销售额大幅下降和成本通胀带来的不利影响，实现全年盈利。肯德基新品类已纳入长线菜单，并受益于其强大的品牌定位，不断开创新纪录；必胜客门店利润率提升，门店拓展进程加快。此外，2021 年百胜中国的新零售业务抓住居家餐饮消费需求，发展势头良好。

2021 年，百胜中国实现总收入 98.5 亿美元，同比增长 19.0%，而上年同期为同比下降 6.0%。全年系统销售额同比增长 10.0%，而上年同期为同比下降 5.0%；其中，肯德基同比增长 8.0%，必胜客同比增长 14.0%。全年同店销售额同比下降 1.0%，降幅较上年同期收窄 8.0 个百分点；其中肯德基下降 3.0%，必胜客增加 7.0%。全年经调整的经营利润达 7.66 亿美元，同比增长 5.0%。

4.3.2.3 核心竞争力分析

策略性拓展餐厅网络

重点扩大在现有城市及新城市，特别是低线城市的业务板块；探索各种新餐厅模式以支持进一步的门店扩张，迎合不同顾客的需求。持续推进现有品牌的产品创新及运营升级，专注于探索各自细分市场的商业运作模式。在继续专注于经营自营餐厅的同时，继续寻求核心品牌及新兴品牌的特许经营机会，基于强劲的单店效益、标准化的运营模式以及多样化的门店形式，结合新兴品牌核心竞争力带动全部餐厅的业绩增长。

坚持技术投入，重点把握数字化、外卖及店外消费机遇

持续增加端到端的数字化、自动化及人工智能投入，以更有效的连接线上流量与线下资产；专注于将面向顾客的前台系统与运营及供应链等后台系统进行对接，利用强大的数字化生态系统驱动销售增长、改善顾客体验及提高运营效率。加快线上数字化订单技术与传统实体店零售店相融合，改善顾客体验。以炒饭、牛排和意大利面等预制食品以及咖啡胶囊为代表，百胜中国将新零售产品作为促进店外消费场景收入增长的重要一环进行重点打造，积极借助

线上、线下渠道满足消费者的到家消费需求。

先进的供应链管理体系

百胜中国自身运营着一套全球一流的物流管理系统，该系统能适应大规模且覆盖范围广泛的复杂信息传送以及快速的门店扩张。为进一步巩固供应链网络优势，百胜中国在 2021 年新建三个物流中心。此外，百胜中国与多家拥有独立经营权的分销商合作，利用 32 个物流中心将供应物资派送至公司的自营餐厅、加盟店以及消费者手中。百胜中国采用集中采购模式，以确保在材料采购过程中能够拥有较高的质量把控标准与议价能力。

4.3.3 广州酒家（603043）

4.3.3.1 公司概况

广州酒家集团股份有限公司（以下简称“广州酒家”）始创于 1935 年，经过 80 余载的经营，现已发展为深具岭南特色的大型食品制造及餐饮服务集团，广州酒家作为国家商务部认定的第一批“中华老字号”企业，素有“食在广州第一家”的美誉，并以“粤菜烹饪技艺”入选第六批省级非物质文化遗产代表性项目名录。广州酒家的食品制造业务主要以“广州酒家”、“陶陶居”、“利口福”、“秋之风”、“粮丰园”等多个品牌为依托，从事月饼系列产品、速冻食品、腊味、饼酥、西点等品类的研发、生产与销售，已在广东广州、梅州、茂名及湖南湘潭等地设立食品生产基地，通过跨区域产能联动，推动市场以粤港澳大湾区为据点向华中以及华东等地区辐射延伸。餐饮服务业务立足于经典粤菜文化精髓的基础上，通过研发和创新，将传统技艺与现代烹饪技术相糅合，推出多元化的菜品满足市场需求。公司所属餐饮品牌“广州酒家”、“陶陶居”、“天极品”、“星樾城”在市场中享有较高知名度，深受消费者喜爱。

4.3.3.2 经营状况

业绩快报显示，2021 年，广州酒家继续推动“餐饮+食品”双主业高质量协同发展，各生产基地持续技改挖潜提升产能，降本增效严控成本，深耕市场优化渠道助力销售业绩保持增长。随着疫情防控日趋科学精准，广州酒家餐饮业务持续好转，且不断开拓新的餐饮门店，餐饮业务整体业绩同比提升。

2021 年，广州酒家预计实现营业收入 38.83 亿元，同比增长 18.14%；利润总额达到 6.79 亿元，同比增长 17.14%；归属于上市公司股东的净利润为 5.49 亿元，同比增长 18.46%；基本每股收益达到 0.97 万元，同比下降 15.38%；加权平均净资产收益率达到 19.53%，较上年同期下降 0.19 个百分点。

4.3.3.3 核心竞争力分析

品牌优势

作为广东省率先上市的饮食集团，广州酒家凭借深厚的历史积淀、粤菜文化底蕴，获得了市场和消费者的广泛认可。目前，广州酒家旗下拥有“广州酒家”、“陶陶居”、“利口福”和“秋之风”等品牌。其中“广州酒家”、“陶陶居”作为中华老字号，在粤式餐饮行业中具有很高的辨识度和认可度。先后获得多项荣誉称号，在历届世界性、全国性及地区性的烹饪大赛中屡获大奖，“广州酒家”品牌被评为“广州市著名商标”、“广东省著名商标”、“中国驰名商标”，“粤菜烹饪技艺”入选第六批广东省级非物质文化遗产代表性项目；“陶陶居品牌”被评为“广州市著名商标”、“广东省著名商标”；“利口福”和“秋之风”品牌被评为“广州市著名商标”及“广东省著名商标”，“利口福”月饼被国家质量监督检验检疫总局认定为中国名牌产品。

多业态联动发展优势

广州酒家一直坚持食品、餐饮一体化多业态经营管理模式，充分利用在餐饮服务业积累的品牌优势、技术优势和渠道优势，延伸食品产业链，开展标准化、规范化、规模化的食品制造产业。采用中央源头采购、集中初级加工、机器设备辅助生产、统一物流配送的链条式工业化生产模式，有效地应对原材料、人工成本等投入要素价格不断上升的冲击。同时，利用多品牌多业态优势，采取连锁经营模式，快速占领不同细分市场，可以最大程度地满足消费者多元化的食品及餐饮服务需求。广州酒家现已形成食品制造与餐饮双轮驱动、多业态并存的发展格局，多业态联动发展优势明显。

全渠道销售体系优势

广州酒家不断深化销售渠道和强化市场销售网络，已建立起包括实体门店渠道、经销商渠道、商超渠道、电子商务渠道的全渠道销售体系，加强网络营销模式，实现满足不同消费群体的不同消费模式，为客户提供便捷的消费体验，极大提高了交易数量和速度。利用全渠道销售体系，有效拓展实体商圈、线上虚拟商圈和移动微渠道商圈，深度优化品牌资源、客户资源，巩固和提高在华南、华东地区的优势地位和新兴市场的占有率。

技术研发优势

广州酒家一直重视产品研发与创新，围绕生产高质量、高标准产品要求，持续加大研发投入，建立起较完善的技术人才团队和管理激励机制。设有研发中心专门从事产品研发与创新，拥有结构合理、专业齐全、经验丰富的高素质研发技术团队，主要核心技术人员长期从事食品生产和研发工作，能够综合运用专业知识专注于产品创新研发等方面的研究，保障产品品质与标准；在对原有产品改良的基础上，保持新品的产出，满足市场与消费者追求。经过多年研发投入与技术积累，广州酒家下属利口福公司作为高新技术企业，注重自身研发实力提升的同时，与高校、科研机构合作建立产学研合作基地，为公司研发成果向产业化转变提供强有力支撑。

4.3.4 海底捞（06862.HK）

4.3.4.1 公司概况

海底捞国际控股有限公司（以下简称“海底捞”）成立于 1994 年，是一家以经营川味火锅为主、融汇各地火锅特色为一体的大型跨省直营餐饮品牌火锅店。2018 年 9 月 26 日，海底捞（新上市编号：06862）正式登陆香港资本市场。历经二十多年的发展，海底捞已经成长为国际知名的餐饮企业。2021 年，海底捞新开业 421 家餐厅，关闭 276 家餐厅，其中 16 家餐厅因租约到期等原因而关闭。截至 2021 年 12 月 31 日，海底捞全球门店达 1,443 家，其中 1,329 家位于中国大陆地区，114 家位于港澳台地区及其他 11 个国家。为了覆盖更广泛的消费群体，满足不同的餐饮需求，海底捞积极探索多品牌经营。截至 2021 年 12 月 31 日，除海底捞餐厅外，海底捞拥有若干自营餐厅，品牌包括但不限于汉舍中国菜，十八余饭馆、五谷三餐及苗师兄炒鸡等。

4.3.4.2 经营状况

海底捞发布的财报业绩显示，2021 年全年，海底捞实现收入 411.11 亿元，同比增长 43.7%。但由于疫情反弹，全球消费者信心明显下降，餐饮业恢复发展仍面临诸多不确定因素；与此同时，海底捞闭店计划导致处置长期资产的一次性损失及减值损失扩大，企业盈利空间遭受极大挤压。财报显示，2021 年海底捞全年净亏损 41.6 亿元，而上年实现盈利 3.1 亿元，出现上市后首次年度亏损。

餐厅经营收入依旧是海底捞主要的收入来源，该项业务 2021 年贡献海底捞总收入的 96.0%，金额从 2020 年的 274.34 亿元上升到 2021 年的 394.64 亿元，同比增长 43.9%。2021 年，受消费者消费能力和消费意愿双重下降的影响，海底捞门店翻台率达到 3.0 次/天，较 2020 年末降低 0.5 次/天；顾客人均消费支出达到 104.7 元，较上年同期下降 4.9%。

4.3.4.3 核心竞争力分析

海底捞在“连住利益，锁住管理”的管理理念下，一方面高度统一员工与本公司的利益，充分激发了增长活力，另一方面控制食品安全及其他风险，为海底捞的长远发展保驾护航。总体来看，海底捞的核心竞争力主要体现在以下几个方面：

一是多年来持续进行的组织结构变革，有利于平衡和管理员工与门店、门店与门店、总部与门店的关系以及与第三方服务机构的关系，在人才、管理、供应链等各方面，为高质量的可持续增长打下坚实基础。

二是从“顾客满意度”和“员工努力程度”出发，优化运营管理，全面提升顾客的就餐体验。亦对会员体系进行了重构，优化会员等级、权益、增值服务的设置，上线的“海底捞超级 APP”在移动设备上为会员顾客提供包括排号、预订、外卖、积分兑换、社区互动等更好的在线体验。

三是积极运用新技术。从 2018 年推出首家智慧餐厅后，海底捞在尝试中逐步推广一些

核心技术，例如智能化配锅机已在海底捞 70 多家门店应用，传菜机器人在超过 1,000 家门店部署，智能地排风设备已在 600 多家门店部署。仅智能地排风项目这一项，经预估每年就能为海底捞节省电费超 6,500 万元。

四是海底捞不断开发和推出满足顾客需求的菜品，并致力于为顾客提供新鲜、优质、美味及丰富的食材。在中国大陆全市场及中国大陆以外不同区域市场，推出的多种新菜品和啤酒均得到了顾客的高度认可。

5 餐饮业发展趋势预测

5.1 宏观经济形势预测

5.1.1 国际经济形势展望

展望 2022 年，全球经济增速将逐渐回落至常态，供应链瓶颈加剧通胀压力，全球“滞胀”风险加大，主要经济体财政支持力度减弱，货币政策收紧，全球流动性面临拐点，金融市场存在波动风险。根据 2022 年 1 月 25 日国际货币基金组织(IMF)发布的《世界经济展望报告》，预计 2022 年全球经济将增长 4.4%，较 2021 年 10 月份的预测值下调 0.5 个百分点。具体来看，发达经济体经济 2022 年预计将增长 3.9%，较此前预测值下调 0.6 个百分点，2023 年经济增速上调 0.4 个百分点至 2.6%；新兴市场和发展中经济体经济 2022 年预计将增长 4.8%，较此前的预测值下调 0.3 个百分点，2023 年经济增速上调 0.1 个百分点至 4.7%。2022 年，全球经济状况与此前预期相比更加脆弱，原因包括变异新冠病毒奥密克戎毒株广泛传播导致全球各经济体重新出台限制人员流动措施；受乌克兰危机影响，能源、小麦、玉米等大宗商品价格飙升，将加剧许多国家的通胀压力；实体经济也受到影响，出现贸易收缩、消费者信心受挫、购买力下降等。此外，高通胀下不少经济体货币政策收紧速度可能加快，新兴市场可能面临金融环境收紧和企业信心下滑的双重压力。预计到 2023 年抑制经济增长的各项因素将逐步消解，经济表现将会回暖。

从主要国家和地区来看：**美国增长动能不足，经济复苏可能走弱。**2022 年 1 月美国 CPI 同比增长 7.5%，续创 1982 年以来美国最大同比涨幅。通胀持续高企，主要受到消费者需求旺盛、全球供应短缺、劳动力不足以及货币宽松的政策影响，将在短期持续拖累经济动能，美国经济面临的供给扰动不断。IMF 预测 2022 年美国经济增长速度下调 1.2 个百分点至 4.0%。**欧盟经济将继续复苏，并将在 2022 年持续强劲扩张。**IMF 预计欧盟经济在 2022 年和 2023 年将分别增长 4.0%和 2.8%，而 2021 年秋季其对 2022 年经济增长的预测值为 4.3%。此前，IMF 于 2022 年 1 月份公布的《世界经济展望报告》显示，预计欧元区 2022 年经济增长 3.9%，比前一次预测调降 0.4 个百分点，而欧元区 2023 年的经济增速将放缓至 2.5%。欧盟经济增长预期遭遇下调，与域内供应链瓶颈、能源价格高企以及俄乌地缘政治关系紧张等多重因素影响下经济发展高度不确定性紧密关联。此外欧盟经济仍受全球供需波动影响，能源价格飙升也是一个严重问题，特别是对脆弱家庭和中小企业造成冲击。欧盟委员会也在其最新增长展望中表示，能源价格飙升将对今年欧洲经济造成比预期“更持久的拖累”，并推高通胀。**相对欧美而言，日本经济复苏较为迟缓。**日本央行 2022 年 1 月 18 日发布的《经济与物价展望报告》指出，日本服务业压力、供给侧制约正在缓解，外需带动出口保持增长，加之宽松货币政策及财政刺激计划等因素支持，日本经济正逐步恢复，并将 2022 财年经济增速预测由 2.9%上调至 3.8%。报告预计，随着能源及原材料价格上涨影响转嫁至消费端，2022 财年日本物价涨幅将逐步扩大，报告将 2022 财年日本通胀预期由此前的 0.9%上调至 1.1%，侧面

显示日本通胀正在修复进程中。根据 IMF 的预测，2022 年发达经济体中仅有日本经济增速小幅上调 0.1 个百分点。**部分新兴经济体经济和金融脆弱性上升。**其中阿根廷、土耳其、巴西、俄罗斯等新兴经济体通胀压力高企。为应对高通胀和资本外流压力，巴西、土耳其、俄罗斯、墨西哥、泰国已率先加息，但加息并不一定能有效阻止资本外流和货币贬值，还可能加深经济衰退。此外，阿根廷、土耳其等新兴经济体外债规模较大、外汇储备水平较低，面临较大的债务清偿压力。在内需低迷、供给不足、通胀高企、货币贬值等多重因素影响下，部分新兴经济体经济滞胀、债务危机和货币危机风险将明显上升。

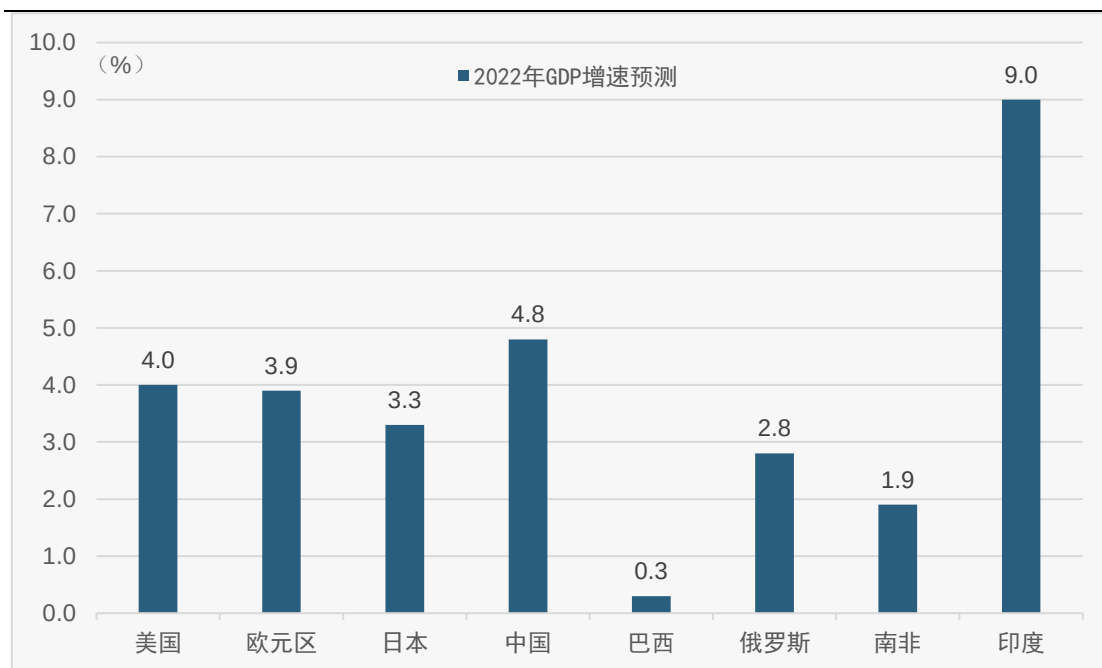
综合来看，鉴于疫情影响仍将持续、前期货币和财政刺激措施大量退出、供应链问题在短期内仍难解决以及经济预期开始转弱，预计 2022 年全球经济复苏可能放缓。与此同时，全球经济复苏将继续分化，发达经济体经济复苏放缓，但仍将好于新兴经济体。

表 16 2022 年全球经济增速预测概览

分类	2020 年	2021 年	2022 年预测值	与 2021 年 10 月 《世界经济展望》 预测值的差异
	%	%	%	%
全球经济	-3.1	5.9	4.4	-0.5
发达经济体	-4.5	5	3.9	-0.6
美国	-3.4	5.6	4.0	-1.2
欧元区	-6.4	5.2	3.9	-0.4
日本	-4.5	1.6	3.3	0.1
新兴市场和发展中经济体	-2.0	6.5	4.8	-0.3
中国	2.3	8.1	4.8	-0.8
巴西	-3.9	4.7	0.3	-1.2
俄罗斯	-2.7	4.5	2.8	-0.1
南非	-6.4	4.6	1.9	-0.3
印度	-7.3	9.0	9.0	0.5

数据来源：IMF2022 年 1 月发布的《世界经济展望报告》

图 29 全球主要经济体 2022 年 GDP 增长率预测



数据来源：IMF

5.1.2 国内经济形势展望

展望 2022 年，世纪疫情冲击下，百年变局加速演进，外部环境更趋复杂严峻。我国经济发展面临需求收缩、供给冲击、预期转弱三重压力，但同时我国经济韧性强，长期向好的基本面不会改变。预计我国经济增长将呈现前稍低后略高趋势，全年 GDP 增速为 5.5% 左右。

具体来看，**投资方面**，我国制造业投资仍有基础保持较快增长，但受基数影响增速绝对水平或略有下降，基建投资在适度超前以及前期政策成效显现带动下增速将企稳回升，并发挥一定的逆周期调节作用。其次，2022 年“十四五”规划中一些重大项目陆续开工，“两新一重”基础设施建设稳步推进以及“适度超前开展基础设施投资”的政策定调，均有利于提升基础设施投资增速。房地产方面，房地产投资惯性下滑后将逐步企稳，我国“房住不炒”的总基调未改变。**消费方面**，随着国民经济的日益回暖、国内应急防范能力的提高、企业经营状况的不断改善、线下消费场景的不断放开，叠加从中央到地方出台的国内国际双循环、促消费等政策提振市场，国内消费市场明显改善。根据中科院预测，2022 年我国最终消费将保持持续增长，同比名义增速为 5.4%-7.0%，是拉动经济增长的主要动力。**出口方面**，在全球疫情得到一定的控制、世界经济缓慢复苏、我国经济稳定增长的基准情景下，2022 年我国进出口仍将具有韧性，但增速边际放缓。根据中科院预测，2022 年我国进出口总额约为 6.4 万亿美元，同比增长 6.1%；其中出口额约为 3.6 万亿美元，同比增长 6.8%，全球疫情短期内难言乐观，我国的防疫优势和产业链优势有望继续保持，且 RCEP 已正式生效，出口的韧性仍较强；进口额约为 2.8 万亿美元，同比增长 5.3%；贸易顺差约为 0.8 万亿美元。**价格方面**，2022 年我国物价保持平稳运行具备坚实基础，CPI 延续温和上涨态势，PPI 涨幅可能逐步回落，上下游价格走势将更趋协调。在不出现较大变数的前提下，根据 2021 年的形

势，预计 2022 年 CPI 在食品价格拉动下恢复性上涨 1.5%左右，工业消费品预计涨幅收窄，服务业价格低位徘徊；PPI 在高基数、煤炭钢铁供给改善、油价趋于回落的影响下全年预计同比增长 2.2%左右，两者收敛趋势或贯穿全年。

综合来看，2022 年在发达经济体经济恢复放缓、全球通胀压力增大、主要央行货币政策收紧、海外疫情防控不明、全球供应链修复缓慢以及百年变局加速演进的背景下，我国经济发展依旧面临复杂性和不确定性较高的外部环境。预计我国宏观经济将在“稳”的总基调下，进行深度结构优化，经济发展质量或将得到提升。

5.2 餐饮业发展趋势预测

展望 2022 年，我国餐饮行业恢复发展存在众多有利条件，同时也面临疫情影响、供应链中断等多重不利因素，餐饮市场恢复机遇与挑战并存；食品安全质量仍是未来一年我国餐饮行业的经营底线，严防严抓食品安全问题仍是行业整体发展面临的重大课题。此外，随着行业发展程度的进一步深化以及疫情不间断影响，餐饮业零售化以及数字化转型成为行业发展趋势，市场需求的变化、技术手段的提升将持续增强我国餐饮业整体发展能力。

5.2.1 餐饮行业将持续稳定恢复

2022 年我国餐饮行业发展机遇与挑战并存，行业将持续稳定恢复，但同样面临一定的现实困境。就现阶段国内疫情防控实际情况来看，局地疫情散发持续不断，防控隔离限制措施的持续实施使得餐饮行业的客户流量提升面临巨大压力。与此同时，疫情影响下供应链的稳定和高效遭遇重创，原材料价格、房租、人力成本高企使得餐饮企业的经营成本不断上涨。在外部需求不振、内部成本控制压力增大的双重挤压下，餐饮企业的盈利能力和运营能力减弱，行业持续恢复进程放缓。但就现阶段的发展现状来看，2022 年我国餐饮行业发展仍存一定机遇，品牌化连锁餐饮企业在疫情期间持续经营，新消费品牌加速拓店，团餐、预制菜等新消费模式逆势增长，餐饮企业在后疫情时代的恢复机遇已经凸显。整体来看，2022 年我国餐饮业将持续恢复，虽然疫情扰动下客户流量回升难度以及成本控制压力依然较大，但新消费品牌、符合市场需求的新消费模式已经在疫情期间加速发展，并随着居民消费能力的恢复以及新消费习惯的培养而逐步成为餐饮业恢复发展的重要推动力。

5.2.2 行业关注重点聚焦食品安全

作为餐饮行业的生命线，注重食品安全质量提升仍是 2022 年餐饮企业经营所关注的重点。一方面疫情的爆发与蔓延极大的提升了居民的健康意识，公众对食品安全及品质健康的关注度持续提升，市场需求在食品安全方面的高度关注将直接推动餐饮企业改善食品质量。另一方面，作为满足居民生活刚性需求的重要服务行业，餐饮业食品安全质量是政府相关部门监管的重点，通过完善监管体制、创新监管模式等方式，持续将食品安全保障作为政策监管的底线。在市场需求及政策监管的双重推动下，2022 年餐饮企业在食品安全保障方面所

做出的努力仍是重点，在增强原料管理、仓储维护、制作加工各环节管控能力的同时，切实履行餐食供应主体责任，并积极加强与数字生活服务平台的合作，在顺应疫情防控常态化下安全、营养、健康消费需求的同时，严抓严防食品安全问题，切实增强消费者在餐饮服务领域的安全感、获得感、幸福感。

5.2.3 餐饮业零售化进程或将进一步提速

2022 年，我国餐饮行业的零售化进程或将进一步提速，行业技术进步以及发展程度的持续提升和疫情影响下家庭消费模式的进一步变迁或将成为餐饮业零售化提速的重要推动力。零售化趋势是餐饮行业深化发展的必然结果。一方面，随着后端加工能力和标准化程度的不断提升，餐饮企业将逐步实现规模化生产，产品产量的持续增长将进一步摊薄企业生产成本，实现规模效应。另一方面，后端供给能力的提升将加速前端销售和服务规模的进一步扩张，在为餐饮企业创造稳定客户流量的同时，后端标准化产品的营销与品牌推广有了天然的场所。在后端与前端的良性互动下，餐饮企业零售化将获得稳定的市场群体。此外，疫情影响下餐饮零售化需求得到有效释放，到家消费场景和需求的持续强化叠加居民消费升级态势持续显现，餐饮零售市场规模急速扩大，并成为疫情期间稳定餐饮业发展的重要细分领域。综合来看，2022 年，在疫情防控持续推进以及行业标准化、规模化持续提升的发展背景下，餐饮业零售化进程将进一步提速，市场需求的不断增长以及行业供给能力的提升将持续推动行业企业加速零售化产业布局。

5.2.4 数字化转型创造餐饮业新动能

随着数字化技术与传统产业的融合持续加深，餐饮业同样积极加快数字化变革以提升运营效率、创造新发展机遇。2022 年，我国餐饮行业的数字化转型将进一步加快，大数据、人工智能等技术的开发与应用将持续赋能餐饮业在后疫情时代的变革与发展。现阶段，餐饮业的数字化改造重点体现在对大数据的应用和开发方面，通过将大数据技术应用于用户营销与服务，餐饮企业能够直接拥有用户数字化资产，通过用户数据分析描摹用户画像，进而在产品、活动、服务等各个领域更加精准地触达客户，提升客户转化率，创造营销护城河。此外，鉴于市场需求对上游供应链的反向推动作用，通过对用户市场反馈信息进行分析能够以最小的成本助推上游供给端的产品变革和技术进步，为餐饮业全产业链的结构调整和转型升级提供有益助力。展望 2022 年，餐饮业在 5G 大数据、云计算、人工智能、物联网等先进科学技术应用方面的步伐将持续加快，通过不断加速行业全方位、全角度、全链条的数字化变革，逐步实现由外延扩张型向内涵集约型转变，更好地满足居民日益个性化、定制化、体验化的新型餐饮消费需求。

6 餐饮业投资机会与风险分析

2022 年，我国餐饮业仍然存在众多投资机遇，品牌连锁化长期趋势下，向上游供应环节的产业延伸以及与数字化技术的深度融合将不断扩大餐饮企业的融资需求，下沉市场开发以及相关的市场布局将不断创造新投资机遇。与此同时，作为深度研究新一代消费市场特点的重要细分领域，新消费品牌的崛起将持续打造新投资热点，小吃、茶饮等年轻化消费品牌将持续得到资本市场的青睐。而作为疫情影响下进一步凸显的新发展趋势，餐饮业针对零售化的布局将进一步加快，资本市场对于餐饮零售化的投资规模也将稳步扩大。

6.1 投资机会分析

6.1.1 品牌连锁化创造投资机遇

作为行业发展的长期趋势，现阶段我国餐饮业已经呈现典型的连锁化特征，并随着经营模式的精细化以及供应链管理的标准化持续推进，餐饮连锁化趋势将进一步凸显。餐饮连锁化一方面是行业深度发展的必然结果，另一方面也将对行业的技术变革与模式创新产生反向推动力。在餐饮连锁化发展趋势下，餐饮门店的竞争逐步延伸到上游供应链的竞争，采购、仓储、配送、信息共享等上游各环节的服务质量提升均需要餐饮企业加大资金投入以增强协调性，餐饮企业实现规模化经营需要大量的社会资本扶持。此外，餐饮连锁化需要餐饮企业总部借助数字信息工具强化各项管理职能，店面选择、服务产品设计、产品质量把控等众多环节均需要构建统一的网络管理平台实现异地管理。就现阶段整个餐饮行业的数字化改造进程来看，餐饮企业仍需数字化改造方面加大资金投入力度，减少管理运营风险。综合来看，连锁化发展趋势下，供应链标准化提升以及数字化工具应用将持续创造行业投资机遇，餐饮企业实现连锁化经营需要持续得到社会资本的助力。

6.1.2 下沉市场开发增加融资需求

就其他消费业态的市场下沉情况来看，我国低线城市及农村地区依然具备相当体量的市场消费能力，作为在一、二线城市流量增长见顶的典型行业，加速下沉市场开发将成为餐饮行业维持利润增长的重要方式，与之相关的产业布局、产品改造、门店升级等将不断增加餐饮企业的投资需求。就零售企业的下沉市场开发情况来看，通过加大商业、物流等基础设施建设力度，低线城市及农村地区的消费需求得到稳定释放，零售企业流量增长与利润空间提升得到良好支撑。作为与零售业较为相似的消费行业，餐饮企业的市场下沉也将为行业规模扩张产生重要影响，随着消费升级影响不断强化，下沉市场餐饮消费需求同样需要得到行业高质量的满足。此外，针对下沉市场区别于一、二线城市的消费需求，餐饮企业需做到因地制宜，面对不同的饮食习惯、消费文化需不断进行产品改进与消费模式变革，与之相关的资金需求需餐饮企业不断扩大融资规模。综合来看，针对下沉市场的开发和布局成为餐饮业未来一段时间内的发展重点，与之相关的产品改进与经营模式变革将进一步扩大餐饮企业的融资规

模。

6.1.3 新消费品牌打造投资热点

市场品牌方面，深耕差异化、精细化运行的餐饮品牌将持续成为资本市场青睐的对象。虽然现阶段餐饮业整体已经进入存量竞争阶段，各细分品类的市场流量趋于饱和，同类品牌间的竞争日趋激烈；但在居民消费升级的带动下，通过深度挖掘消费市场需求、重新开辟新的细分领域或在已有竞争领域中挖掘新的消费热点则持续得到资本市场的关注。餐饮业新消费品牌在满足居民基本消费需求的同时，在营销渠道、产品设计等方面更多的体现了主流消费群体对于差异化、个性化的消费需求，通过更具辨别性的消费标识在身份认知、自我觉醒等方面与新一代主流消费者产生共识与互动，进而在产品销售方面获得市场认可，同样也得到投资机构的关注。与此同时，在拓展一定市场规模的基础上，新消费品牌仍在及时关注市场需求变化，通过持续不断的产品迭代与服务模式升级逐步构筑企业竞争壁垒。综合来看，在居民消费结构持续升级的带动下，餐饮业新消费品牌将不断崛起，在持续分析市场需求变化的基础上加速产品创新与服务模式变革，并将以更为新颖的模式不断吸引社会资本加入。

6.1.4 餐饮零售化趋势带来投资契机

疫情的不间断影响虽然使得餐饮业整体的客户流量锐减，但餐饮业零售化趋势却进一步增强，与之相关的产业链布局同样需要较大规模的资金支持。作为餐饮零售化的核心环节，中央厨房的建设和打造成为餐饮企业必须面临的重大课题。一方面，打造中央厨房必须使餐饮企业传统的经营思路被打破，企业经营理念必须向生产制造方向转化，与之相关的基础设施建设和布局需要投入大量的社会资本。另一方面，在拥有底层生产能力的基础上，为更好的保障餐饮企业原有品牌优势得到充分发挥，餐饮企业必须在急冻锁鲜等先进生产技术方面实现突破和应用，相关的技术研发与技术保障对企业的融资能力提出更高要求。综合来看，面对不断扩大的市场需求以及日益增强的零售化发展趋势，餐饮企业必将不断加大在相关领域的市场布局，从材料选购、产品生产、推广营销等方面持续增强经营能力和市场竞争力。社会资本以及机构投资者可以以此为投资契机，通过加强与头部企业的合作或者直接在相关领域进行投资和布局，进一步加快餐饮行业的零售化进程。

6.2 投资风险分析

6.2.1 疫情反复风险

虽然群体免疫随着疫苗接种率的持续提升而不断建立，但鉴于现阶段国内外疫情防控实际情况，2022 年餐饮业恢复仍面临较大的疫情反复风险，社会资本投资仍需重点关注疫情扰动对餐饮业恢复以及餐饮企业经营状况造成的影响和冲击。截至 2022 年 3 月 24 日 24 时，全国共有确诊病例 26,892 例（其中重症病例 50 例），累计治愈出院病例 109,119 例，累计死亡病例 4,638 例，累计报告确诊病例 140,651 例，疑似病例 16 例；累计追踪到密切接触

者 2,152,648 人，尚在医学观察的密切接触者 371,757 人，单日确诊病例持续破千。截至 2022 年 3 月 24 日 22 时，全国共有 55 个高风险地区，634 个中风险地区，多地政府重新采取疫情防控隔离限制措施，餐饮业客户流量恢复仍面临巨大压力。此外，疫情扰动下供应链效率持续低迷，餐饮业生产成本高企，企业经营困难加剧，利润空间长期遭受挤压。综合来看，2022 年针对餐饮业的投资仍需重点关注疫情反复风险，疫情防控对餐饮业需求端与供给端的双重影响将使行业运行持续低迷。

6.2.2 食品安全风险

作为餐饮企业的经营底线，食品安全问题普遍得到行业和社会的关注，但行业投资仍存在较大的食品安全风险。餐饮业生产链条长、管理环节众多，餐饮企业无法完全避免因管理疏忽或不可预见原因导致的产品质量问题发生；与此同时，连锁化、规模化经营也使得餐饮企业总部对各地门店的管控能力下降，虽然餐饮企业内部均建立标准的食品质量要求，但在原料采购、食物加工、成品储存等实际操作方面，门店依然拥有较大的自主权，企业总部制定的食品安全标准很可能流于表面。此外，鉴于现阶段居民卫生健康意识逐步觉醒，食品安全问题引发的社会关注度逐步提升，餐饮企业出现的食品安全问题将不断透支品牌在消费者心目中的信任度，餐饮企业未来的市场拓展和用户规模扩张将面临较大阻力。综合来看，鉴于行业经营特性以及市场敏感程度的不断攀升，食品安全风险已经成为针对餐饮业投资的主要风险，门店管理能力的提升以及品牌形象的维护成为企业日常经营需关注的重点。

6.2.3 原材料价格波动风险

作为满足居民生活刚性需求的重要服务产业，餐饮业经营与投资需面临较大的原材料价格波动风险。由于我国农业经济发展仍未实现规模化，农产品生产、运输、加工在应对极端天气、自然灾害等方面的能力较弱，农产品价格波动自身存在着严重的不可预见性。而作为对农产品及相关加工产品具有较高依赖性的行业，餐饮业的成本控制同样面临较高的原材料价格波动风险，粮食、蔬菜、水果、茶等农产品价格的高企将对餐饮企业的经营状况改善造成严重的压力。与此同时，由于疫情不间断扰动，国内外供应链的中断加剧了餐饮企业的成本控制压力，上游农副食品供应效率的降低进一步强化了餐饮企业的经营困境。综合来看，由于对上游农副食品生产和加工存在较高的依赖度，原材料价格波动对餐饮行业的影响较大，叠加疫情影响下供应链中断导致的原材料价格上涨，餐饮企业经营投资普遍存在较高的原材料价格波动风险，资本市场针对行业的投资需持续关注原材料供应状况对餐饮业利润空间的影响。

6.2.4 市场竞争风险

受消费市场需求不断变化以及行业进入壁垒较低等因素影响，我国餐饮行业的市场竞争较为激烈，餐饮企业需不断面临产品创新、服务质量提升、营销推广、成本控制等方面的多重压力，对餐饮业的投资需谨慎规避较大的市场竞争风险。市场需求方面，随着营养健康生

活方式的逐步建立，居民消费对健康食品的需求持续增长。面对不断变化的市场需求，餐饮企业很难能够在第一时间做到产品转换与服务模式升级，由此带来的客户流量减少将长期阻碍餐饮企业的市场扩张。行业运行特点方面，由于餐饮业经营对技术、人才等生产要素的要求不高，行业进入壁垒较低，行业经营者众多且流动性大。众多的市场参与者在加速餐饮业产品创新、服务模式转化、营销方式变革的同时，也为同行业的其他经营者造成激烈的市场竞争压力。综合来看，市场需求的持续转变以及竞争壁垒较低的行业特性使得餐饮企业时刻面临激烈的市场竞争，在产品质量和价格、新产品开发、营销推广、顾客服务等方面逐步失去优势的情况下，餐饮企业将不断陷入经营不善的困境，社会资本投资需高度关注餐饮业的市场竞争风险。

6.2.5 知识产权侵权风险

作为扩大居民就业、保障居民收入水平的重要市场主体，众多中小餐饮企业构成餐饮业的主要组成部分，但行业长期趋势引领、产品创新、服务模式变革等均由行业龙头企业进行打造，由此带来的知识产权侵权风险成为行业龙头企业以及社会资本投资关注的重点。知识产权一方面构成餐饮品牌的核心竞争力，但鉴于其易于复制推广，另一方面也构成了餐饮企业的经营压力，与知识产权有关的产权纠纷在很大程度上能够对餐饮品牌造成巨大的经济损失。与此同时，鉴于国内的知识产权保护体系仍未完整建立，与知识产权相关的登记备案、权属证明、诉讼纠纷等对餐饮企业造成较大的经营压力，国内知识产权保护意识的长期缺失也使得餐饮企业核心竞争力的维护面临不利的市场环境。综合来看，虽然行业整体在努力推进产品创新，但在市场意识以及政策监管环境不利的条件下，餐饮企业创新面临较大的知识产权侵权风险，社会资本投资同样需要重点关注知识产权纠纷引发的品牌形象受损。