

企业智库



调查研究报告

2019年6月12日

第1号（总第1号）

我国餐饮商户的发展特征、经营痛点 及相关政策建议 ——基于 15569 份有效样本的大数据分析

内容提要：2019年1季度，美团研究院依托美团平台对我国餐饮商户开展了问卷调查。调查结果显示，我国餐饮商户呈现出下述发展特征：连锁化和集中化程度低；市场竞争激烈；超过一半的餐饮商户经营者有扩张计划，创业活跃。调查结果还显示，我国餐饮商户的传统痛点依然存在，对美团点评等互联网平台利用不够成为新痛点。建议重视下述方面的工作，促进我国餐饮行业健康可持续发展：多措并举降低餐饮商户的经营成本；大力推动餐饮行业转型升级；引导餐饮商户和美团点评等互联网平台融合发展。

关键词： 餐饮行业 互联网平台 数字化升级

近年来，我国餐饮业保持平稳较快增长态势，在助转型、稳增长、扩消费、惠民生、促创业、增就业等方面发挥了重要作用。根据国家统计局公布的统计数据，2018年全国餐饮收入达到42716亿元，首次超过4万亿元，同比增长9.5%，餐饮收入占我国社会消费品零售总额的比重持续提高，由上年的10.8%升至11.2%，餐饮业日益成为我国扩大内需的新动力和重要抓手。

为全面、深入分析我国餐饮商户的发展特征以及餐饮商户在日常经营中面对的困难和挑战，2019年1季度，美团研究院依托美团平台对我国餐饮商户开展了问卷调查，发放2.1万份问卷，共获得15569份有效样本。问卷调查数据显示，在15569份有效样本中，77.1%的餐饮商户经营者认为所在品类的竞争“比较激烈”或“非常激烈”。尽管面对激烈的市场竞争，55.5%的餐饮商户经营者有扩张计划，其中计划扩张1-2家店的比例为44.9%，计划扩张3-5家店的比例为6.9%。数据分析结果显示，美团点评等互联网餐饮服务平台显著改善了我国餐饮商户的经营状况，有57.6%的餐饮商户认为美团点评等互联网餐饮服务平台帮助自己拓宽了经营渠道，有44%的餐饮商户认为美团点评等互联网餐饮服务平台帮助自己提升了经营业绩。问卷调查数据还显示，我国餐饮商户的传统痛点“三高”（房租水平高、原材料成本高、人力成本高）依然存在，对美团点评等互联网餐饮服务

平台利用不够成为我国餐饮商户的新痛点。

一、我国餐饮商户的主要发展特征

（一）连锁化和集中化程度低

餐饮是满足人民群众生活的刚需，与人民群众的日常生活联系紧密。经过多年的发展，我国餐饮商户形成了巨大的体量。根据中国烹饪协会的统计数据，2018年全国共有800多万家餐饮商户，其中有465.4万家餐饮企业。美团研究院2019年1季度开展的问卷调查显示，在15569份有效样本中，86.5%的餐饮商户为个体店，13.5%的餐饮商户为连锁商户，59.1%的餐饮商户的座位数量在20位以下，82.5%的餐饮商户的经营面积小于100平米；95.9%的餐饮商户的员工数量在10人以下，餐饮商户的员工中有53.3%来自农村。由此可见，我国餐饮商户以中小微企业为主，个体店居多，连锁化和集中化程度比较低，呈现出大体量、小规模的特征。

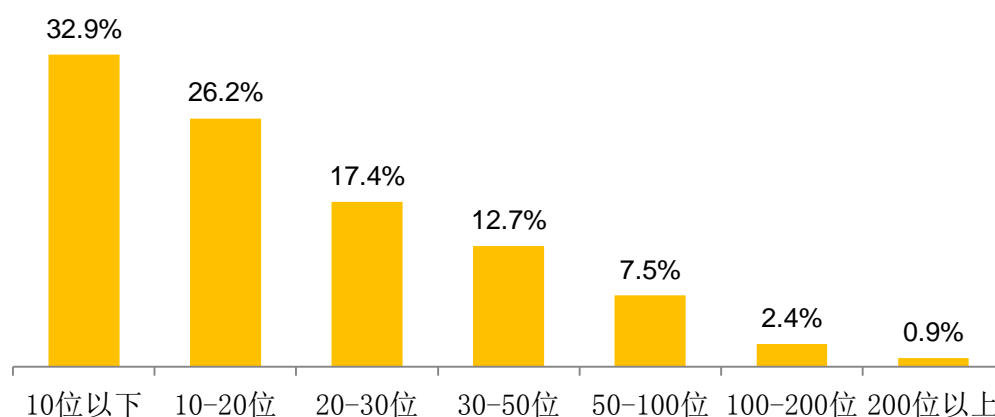


图1 我国餐饮商户座位数量分布

数据来源：美团研究院

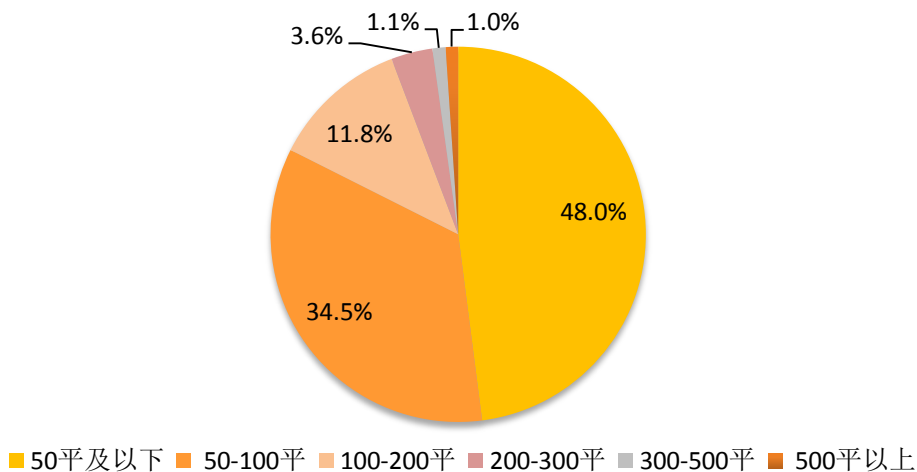


图2 我国餐饮商户的经营面积分布

数据来源：美团研究院

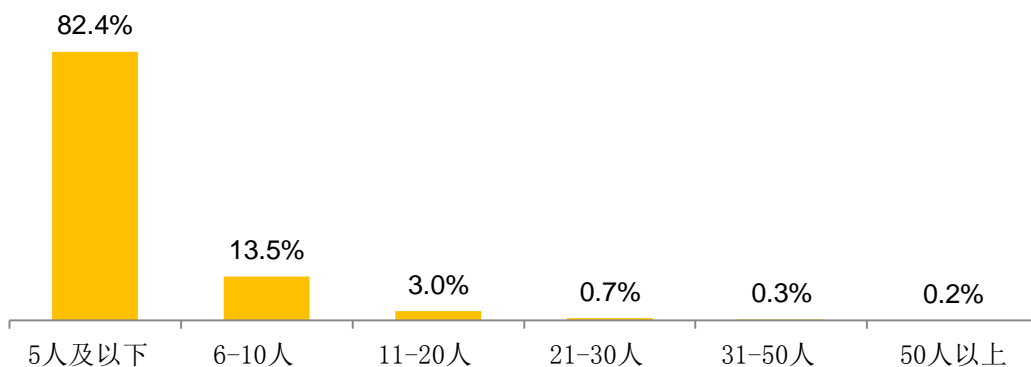


图3 我国餐饮商户员工的数量分布

数据来源：美团研究院

（二）市场竞争激烈

美团研究院问卷调查数据显示，40.6%的餐饮商户经营者认为所在品类的竞争“非常激烈”，36.5%的餐饮商户经营者认为所在品类的竞争“比较激烈”，只有6.2%的餐饮商户

经营者认为所在品类的竞争“非常不激烈”或“比较不激烈”。市场竞争激烈、高开店率和高淘汰率并行已经成为我国餐饮行业发展的常态。针对“餐饮商户的核心竞争力主要来源于哪些方面”（可多选）这一问题，餐饮商户经营者排在前三位的选项是餐厅的菜品口味好、食品安全有保障、让消费者获得优质的服务体验。

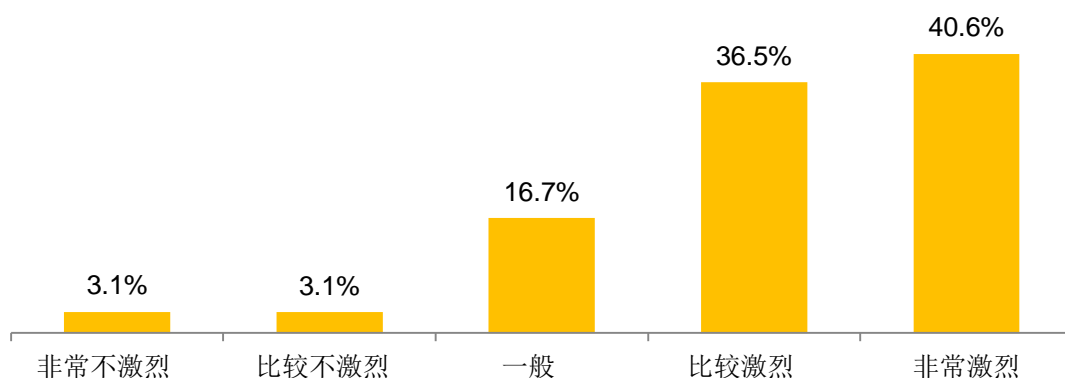


图 4 餐厅经营者对餐饮行业竞争激烈程度的主观感受

数据来源：美团研究院

（三）超过一半的餐饮商户经营者有扩张计划，创业活跃

美团研究院问卷调查数据显示，尽管面对激烈的市场竞争，46.5%的餐饮商户经营者依然表示对未来发展“非常有信心”，只有17.9%的餐饮商户经营者表示“非常没信心”或“比较没信心”；55.5%的餐饮商户经营者有扩张计划，其中，计划扩张1-2家店的比例为44.9%，计划扩张3-5家店的比

例为 6.9%。

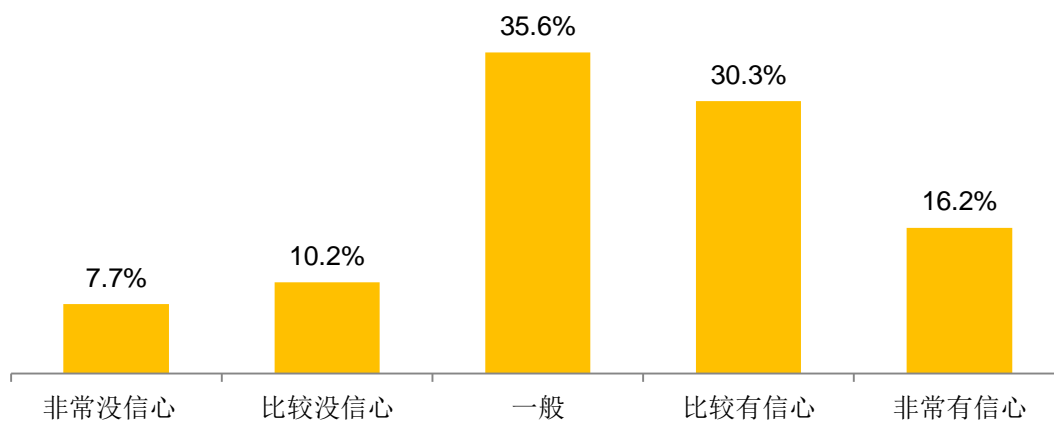


图 5 餐饮商户经营者对未来发展的信心

数据来源：美团研究院

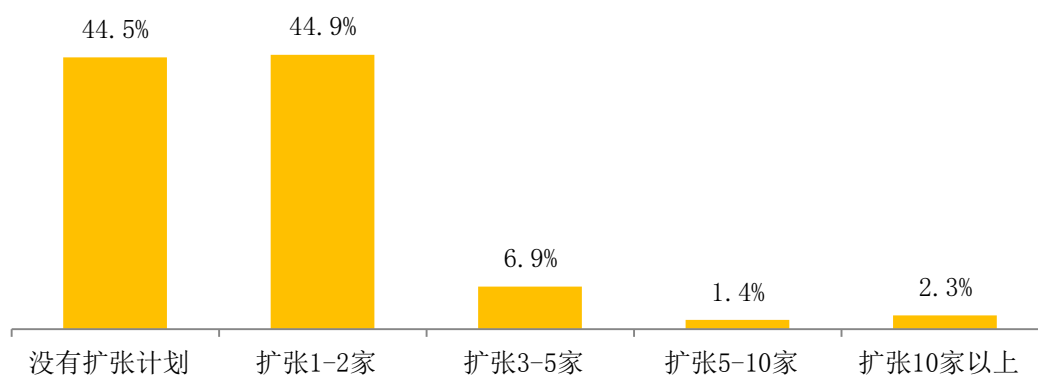


图 6 餐饮商户经营者的未来扩张计划

数据来源：美团研究院

从 2018 年新开业餐饮商户来看，小吃快餐品类最多，占比高达 42.5%，其后分别是水果生鲜（占 9.1%）、饮品店（占 6.9%）、火锅（占 5.1%）、食品保健（占 4.6%），总体而

言，新开业餐饮商户具有小微创业的特征。美团研究院问卷调查数据显示，餐饮商户经营者一般选择将店铺开在居民楼周围、街边店、学校周边、写字楼/商业中心等人流密集区域，便民属性明显。

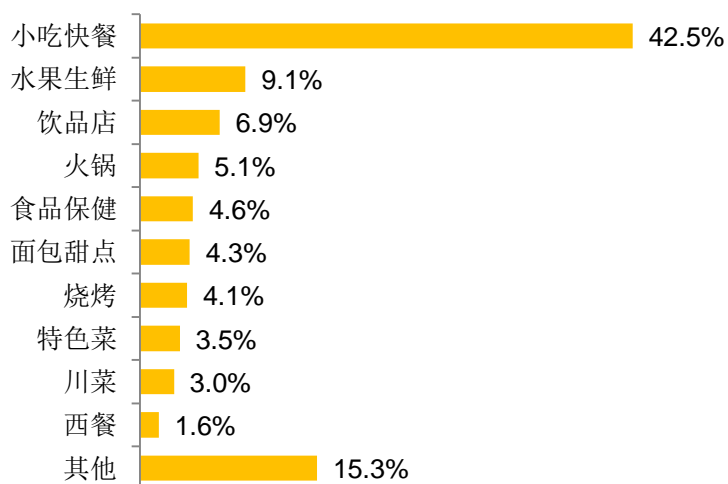


图7 2018年新开餐饮商户分品类数量分布

数据来源：美团研究院

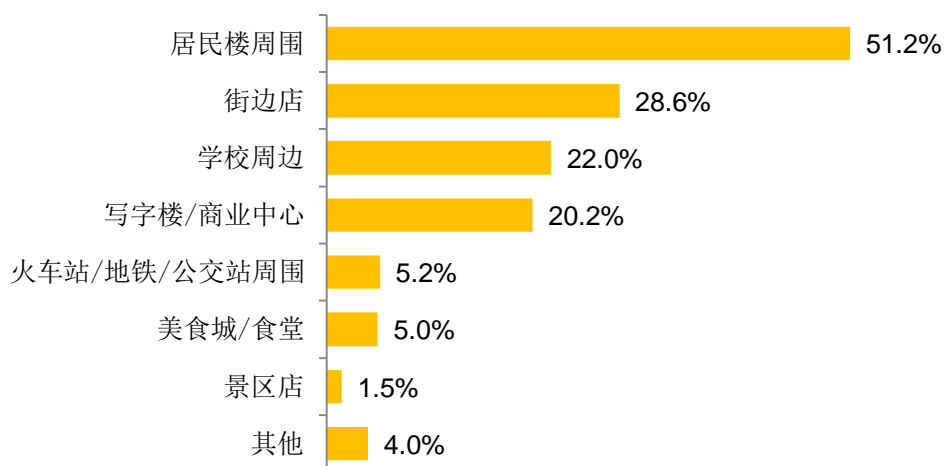


图8 餐饮商户地理位置分布（可多选）

数据来源：美团研究院

二、美团点评等互联网餐饮服务平台显著改善了我国餐饮商户的经营状况

伴随着经济和社会的发展，国内消费者需要更多优质、多样化的生活服务，这给服务业线上化发展带来很大的机遇。近年来，越来越多的消费者使用生活服务电子商务，生活服务在线交易渗透率不断提升。

美团研究院问卷调查数据显示，在移动互联网时代，餐饮商户经营者非常关注经营数据和消费者评价信息，依据这些数据和信息进行分析并发现餐饮商户经营中存在的问题，及时调整和优化经营策略。餐饮商户经营者获得数据和信息的主要渠道是自己走市场去看（占 65.9%）、互联网餐饮服务平台（美团、大众点评等）（占 54.7%）、网络搜索（占 48%）。互联网餐饮服务平台成为广大餐饮商户经营者获得经营数据和消费者评价信息的重要渠道。

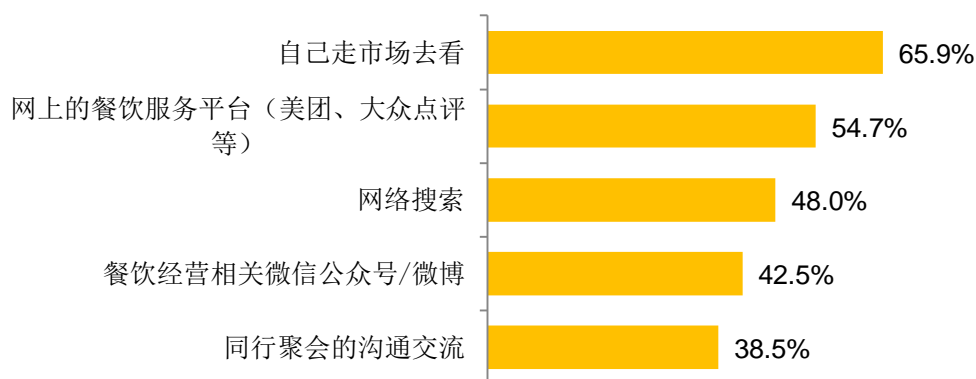


图 9 餐饮商户经营者获得经营数据和消费者评价信息的渠道（可多选）

数据来源：美团研究院

美团研究院问卷调查数据显示，57.6%的餐饮商户认为美团点评等互联网餐饮服务平台帮助自己拓宽了经营渠道，44%的餐饮商户认为美团点评等互联网餐饮服务平台帮助自己提升了经营业绩，40.4%的餐饮商户认为美团点评等互联网餐饮服务平台帮助自己吸引了大量客流，还有一些餐饮商户认为美团点评等互联网餐饮服务平台的价值在于提供数据和信息、学习到很多行业知识、对品牌有积极宣传作用。具体见图 10。

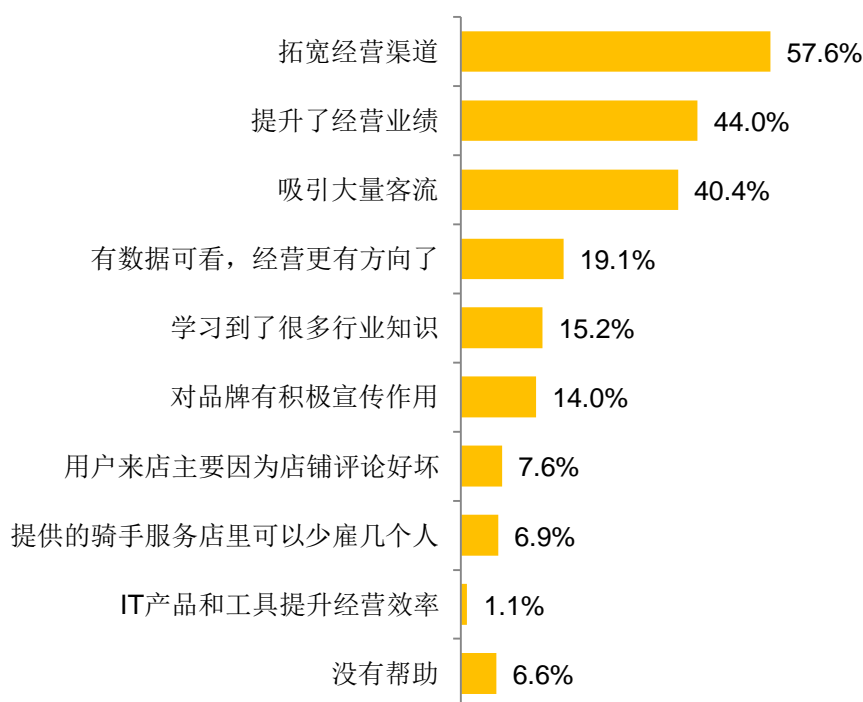


图 10 美团点评等互联网平台对于餐饮商户的帮助（可多选）

数据来源：美团研究院

三、当前我国餐饮商户的经营痛点分析

美团研究院问卷调查数据显示，当前我国餐饮商户的经营痛点主要是：（1）原材料价格上涨；（2）房租水平高；（3）获客能力不足；（4）服务人员难招、难留、费用高；（5）对美团点评等互联网餐饮服务平台利用不够；（6）营销投入不足，手段单一；（7）顾客的需求很难把握；（8）经营资金紧张等。从调查结果可以看出，我国餐饮商户的传统痛点“三高”（房租水平高、原材料成本高、人力成本高）依然存在，获客能力不足、对美团点评等互联网餐饮服务平台利用不够逐渐成为我国餐饮商户的新痛点。中国饭店协会《2018 中国餐饮业年度报告》（2017 财年）数据显示，无论是正餐还是火锅、快餐、团餐，食材、房租、人力三项成本在餐饮总成本中所占比重远超 60%。此外，我国年轻一代消费者的消费偏好近年来逐渐发生变化，年轻一代消费者越来越注重尝鲜、感官至上、社交等因素。餐饮商户在吸引顾客特别是吸引年轻一代消费者方面面对新的挑战。

表 1 我国餐饮商户的经营痛点

	选择该选项的餐饮商户的占比 (可多选)
原材料价格上涨	59%
房租水平高	52%
获客能力不足	44%
服务人员难招、难留、费用高	31%
对美团点评等互联网餐饮服务平台利用不够	29%
营销投入不足，手段单一	28%
顾客的需求很难把握	24%
经营资金紧张	21%
菜品及菜单规划设计	14%
未来连锁空间不足	6%
基础设施购买与使用	5%
食品安全	2%

数据来源：美团研究院

不同生命周期的餐饮商户的经营痛点稍有不同。经营时间在 1 年以内的新店的痛点主要是获客能力不足、原材料价格上涨、房租水平高、对美团点评等互联网餐饮服务平台利用不够等方面，对服务人员难招、难留、费用高这一痛点不太敏感；经营时间为 1-2 年的餐饮商户，服务人员难招、难留、费用高成为第四大痛点（排在前三位的痛点是原材料价格上涨、房租水平高、获客能力不足）；经营时间 2 年以上的餐饮商户，服务人员难招、难留、费用高成为第三大痛点

（排在前两位的痛点是原材料价格上涨、房租水平高）。

表 2 不同生命周期的餐饮商户的经营痛点排名

	半年 以下	半年- 1年	1-2 年	2-3 年	3-5 年	5年 以上	总体
原材料价格上涨	2	1	1	1	1	1	1
房租水平高	3	2	2	2	2	2	2
获客能力不足	1	3	3	4	4	4	3
服务人员难招、难留、费用高	8	6	4	3	3	3	4
对美团点评等互联网餐饮服务 平台利用不够	4	5	6	5	5	5	5
营销投入不足，手段单一	5	4	5	6	6	6	6
顾客的需求很难把握	6	7	7	7	7	7	7
经营资金紧张	7	8	8	8	9	9	8
菜品及菜单规划设计	9	9	9	9	8	8	9
未来连锁空间不足	11	10	10	10	10	10	10
基础设施购买与使用	10	11	11	11	11	11	11
食品安全	12	12	12	12	12	12	12

数据来源：美团研究院。表中数字 1-12 代表餐饮商户经营痛点的排名次序，1 代表程度最重，12 代表程度最轻。

美团点评为餐饮商户提供营销、配送、经营、IT、供应链、金融等六大服务，共二十几项具体的产品和服务，包括开店宝、团购/代金券/闪惠、外卖、ERP、商户通、推广通、美团小贷、智能 POS、小白盒、快驴进货、智慧点餐系统等。充分利用美团点评的产品和服务、深化与美团点评的合作成为很多餐饮商户提高经营能力、改善经营状况的重要选择。

美团研究院问卷调查数据显示，2019年1季度，50.1%的餐饮商户接入美团点评产品和服务的数量是一项，22.8%的餐饮商户接入美团点评产品和服务的数量是两项，13.5%的餐饮商户接入美团点评产品和服务的数量是三项，只有13.6%的餐饮商户接入了四项及以上美团点评的产品和服务。无论是在广度上还是在深度上，我国餐饮商户对美团点评等互联网餐饮服务平台的利用都远远不够。

表3 餐饮商户接入美团点评产品和服务的数量

	选择该选项的餐饮商户的占比
接入一项美团点评产品和服务	50.1%
接入两项美团点评产品和服务	22.8%
接入三项美团点评产品和服务	13.5%
接入四项美团点评产品和服务	7.4%
接入五项美团点评产品和服务	3.4%
接入六项及以上美团点评产品和服务	2.8%

数据来源：美团研究院

四、相关政策建议

促进我国餐饮行业健康可持续发展，提高我国餐饮行业的发展水平和质量，是有效满足城乡居民多元化、多样化的餐饮服务需求的现实需要，对于扩大消费需求、带动就业创业、全面建成小康社会具有重要意义。建议重视下述方面的工作：

（一）多措并举降低餐饮商户的经营成本

今年上半年，深化增值税改革、小微企业普惠性减税政策、个税改革等一系列减税降费政策落地见效，包括餐饮商户在内的市场主体负担减轻，投资与发展信心增强。不过，我国餐饮商户的传统痛点“三高”（房租水平高、原材料成本高、人力成本高）仍然存在，税费等方面的负担仍然偏重，建议我国政府多措并举降低餐饮商户的税费负担和经营成本，进一步激发餐饮商户的活力，可以采取的措施有：调整优化水电费政策，统一商业用电与工业用电的价格；通过实施大规模减税降费，切实降低餐饮商户的融资成本、营商成本、社保负担；创新对轻资产经营的餐饮商户的信贷政策，缓解餐饮商户融资难的问题；加大对餐饮行业从业人员的就业培训和职业教育，特别是利用在线职业教育加强对餐饮行业从业人员的教育和培训，提升餐饮行业从业人员的专业技能和服务水平。

（二）大力推动餐饮行业转型升级

今后要继续推进餐饮行业的标准化建设，充分发挥政府、行业协会和行业领军企业三方联动作用，形成较为完备的行业规范、标准体系，推动我国餐饮行业向标准化、品牌化、规模化、连锁化方向发展。要不断优化营商环境，支持我国餐饮商户提升品牌形象和市场竞争能力，引导大众餐饮等多种业态协调发展，丰富供给层次，根据需求变化

及时调整品类，创新菜品和菜单，有效满足我国城乡居民多元化、多样化的餐饮服务需求。

（三）积极引导餐饮商户和美团点评等互联网餐饮服务平台融合发展

在移动互联网蓬勃发展的时代背景下，外卖日益成为一种单独的业态，不再仅仅是堂食的补充，美团点评等互联网餐饮服务平台显著改善了我国餐饮商户的经营状况。不过，目前我国大多数餐饮商户的数字化水平不高，与互联网的结合不够紧密，制约了自身的降本增效和转型升级，对美团点评等互联网餐饮服务平台利用不够逐渐成为我国餐饮商户的新痛点。美团点评拥有美团、大众点评、美团外卖等消费者熟知的 App，业务覆盖全国 2800 个县区市，平台年度交易用户达 4.1 亿。美团点评发挥技术领先优势和平台优势，建设餐饮行业从需求侧到供给侧的多层次科技服务平台，借助大数据、AI、物联网、LBS 等，为餐饮商户提供营销、配送、经营、IT、供应链、金融等六大服务，推动我国餐饮商户的数字化改造。今后要积极引导我国餐饮商户和美团点评等互联网餐饮服务平台融合发展，借助美团点评等互联网餐饮服务平台提高我国餐饮商户的经营水平和经营业绩，助推我国餐饮行业的数字化升级和创新发展的。

美团研究院 来有为 刘欣

（责任编辑：顾琳）

领导如有批示请予反馈

地址：北京市朝阳区望京东路4号恒电大厦

BC座美团研究院（邮编100102）

联系人：顾琳

电话：18701445655

邮箱：gulin@meituan.com



<https://about.meituan.com/news.html>