

# 2019 南京 餐饮发展报告

南京市商务局

美团研究院

2019年11月17日

# 第一章 南京餐饮行业总体发展情况

## 一、南京现有 5.3 万家取证餐饮服务单位，以中小微型餐馆为主

南京，简称“宁”，古称金陵、建康，是江苏省会、国务院批复确定的中国东部地区重要中心城市。南京历史悠久，素有“六朝古都”、“十朝都会”之称，随着城市的发展和文化的演进，南京荟萃了各类餐饮美食，并形成了以南京菜、淮扬菜、清真菜和秦淮小吃为代表的特色餐饮。

2018 年南京餐饮住宿业收入 570.25 亿元，同比增长 7.6%。截止 2018 年 12 月，全市取证餐饮服务单位总数为 52967 家（见图 1），其中，特大型餐馆 134 家、大型餐馆 1435 家、中型餐馆 6859 家、小型餐馆 16453 家、微型餐馆 17618 家、小吃快餐店 3448 家、饮品店 315 家、各类食堂 6529 家，集体用餐配送单位 88 家，中央厨房 88 家。

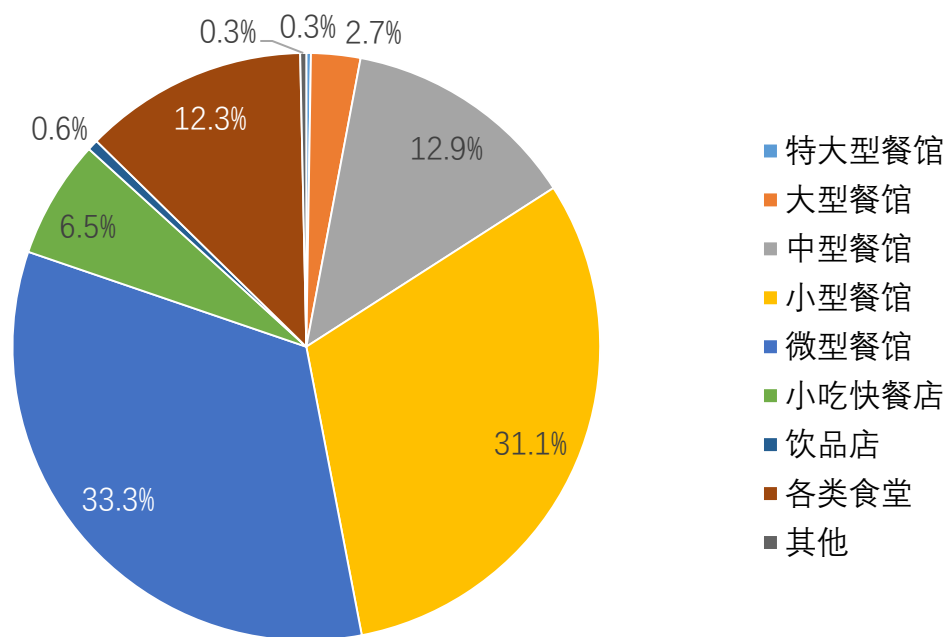


图 1 南京取证餐饮服务单位类型占比

数据来源：南京市商务局，数据截至 2018 年 12 月

## 二、2018 年中国 16 个万亿 GDP 城市中，南京到店餐饮和外卖订单排名均高于 GDP 排名，餐饮消费活力凸显

2018 年，中国超过万亿 GDP 的城市共有 16 个，从高到低排名分别为上海、北京、深圳、广州、重庆、天津、苏州、成都、武汉、杭州、南京、青岛、无锡、长沙、宁波和郑州，其中南京实现地区生产总值 12820.40 亿元，在中国万亿 GDP 的城市中排名第 11 位；人均 GDP 达 15.2 万元，仅次于无锡、深圳、苏州和广州，在 16 个超万亿 GDP 城市中位列第 5。

美团平台数据显示，各城市的到店餐饮交易额与城市 GDP 体量具有较强关联性。在 16 个万亿 GDP 城市中，南京到店餐饮交易额排名第 9（见图 2），超过了 GDP 排名位于南京

前列的天津和武汉两座城市，这与南京的旅游属性较强、人均可支配收入较高有一定关系。

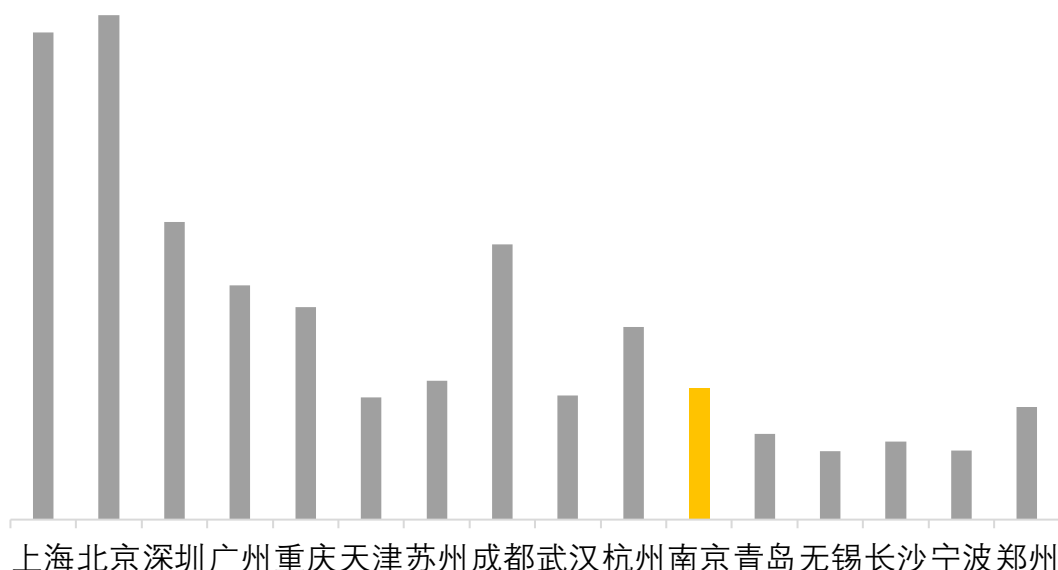
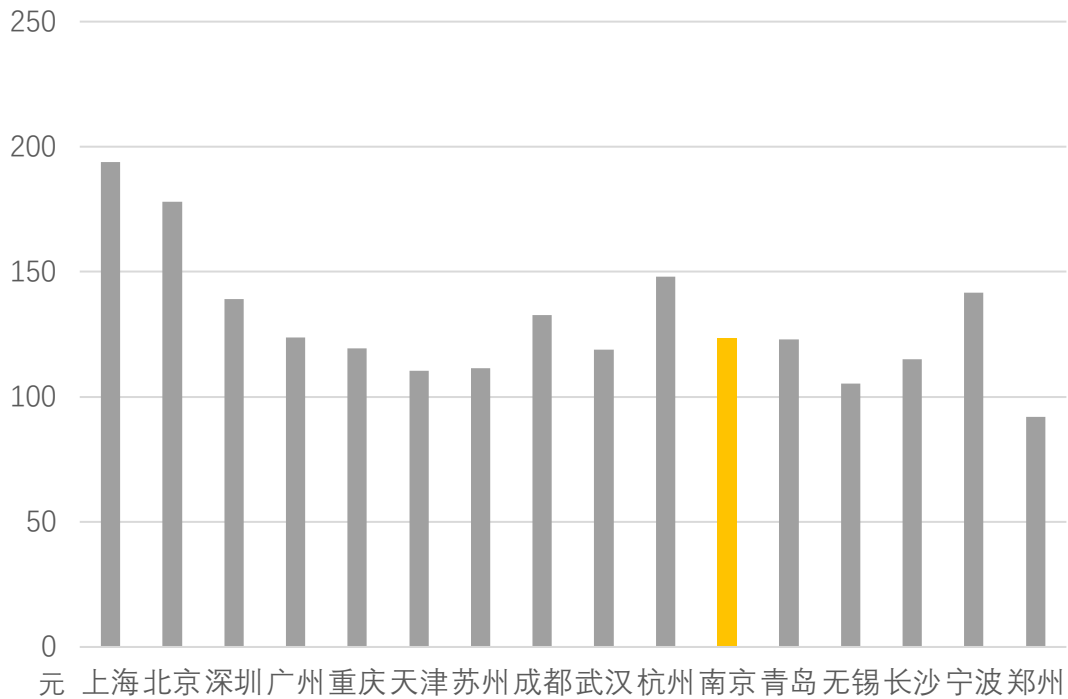


图2 我国万亿 GDP 城市到店餐饮交易额对比

数据来源：美团平台，数据基准为 2019 年前 3 季度，城市按照 GDP 排名从左到右排列

在到店餐饮订单均价方面，16 个万亿 GDP 城市差别较小。上海、北京的订单均价高于 150 元，郑州的订单均价低于 100 元，其它 13 个城市的订单均价处于 100 元至 150 元价格范围内，其中，南京的订单均价为 123.3 元，在 16 个城市中位居第 8（见图 3）。



**图 3 我国万亿 GDP 城市到店餐饮订单均价对比**

数据来源：美团平台，数据基准为 2019 年前 3 季度，城市按照 GDP 排名从左到右排列

在餐饮外卖方面，各城市的外卖订单量与城市 GDP 体量也具有一定的关联性。在 16 个万亿 GDP 城市中，南京的外卖订单量排名第 10（见图 4），超过了 GDP 排名在其前面的天津。

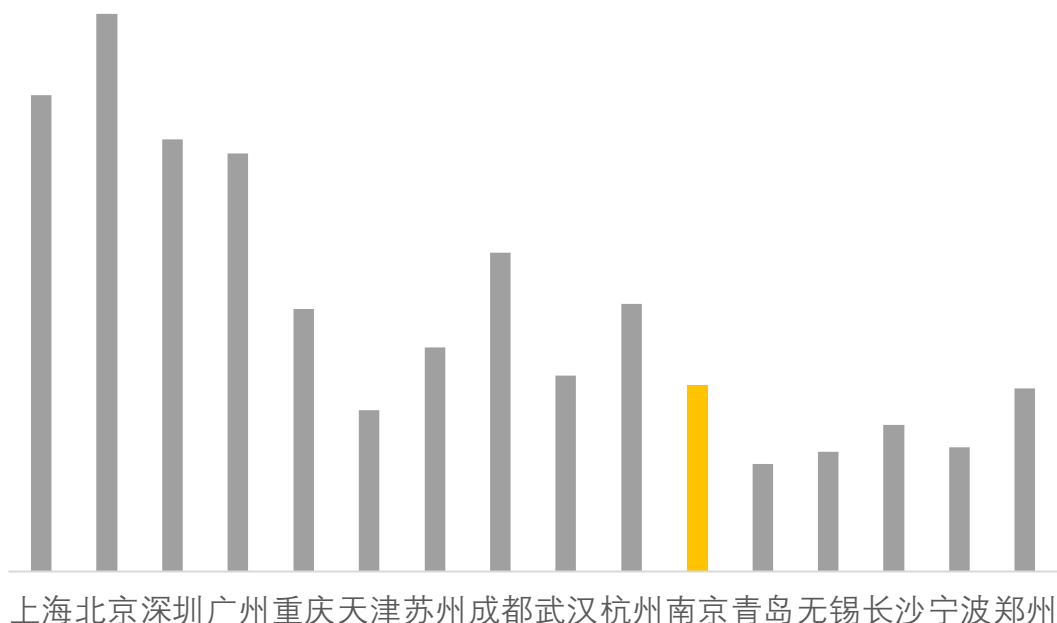


图 4 我国万亿 GDP 城市外卖订单量对比

数据来源：美团平台，数据基准为 2019 年前 3 季度，城市按照 GDP 排名从左到右排列

## 第二章 南京餐饮品类概况

### 一、火锅是南京到店餐饮消费的第一选择

2019 年前 3 季度，南京到店餐饮订单量 TOP5 品类为火锅、小吃快餐、自助餐、面包甜点和西餐，交易额 TOP5 品类为火锅、自助餐、本帮江浙菜、烧烤、小吃快餐（见图 5）。近年来，火锅因其味型丰富、选择多样、社交属性强，已经成为全国多数地区到店餐饮消费的第一选择，火锅也是南京市民外出就餐时最喜爱的品类，无论是订单量还是交易额都远高于其他品类。从南京火锅细分品类消费来看，串串香、鱼火锅、四川火锅、重庆火锅、潮汕牛肉火锅、小火锅、海

鲜火锅等比较受欢迎。

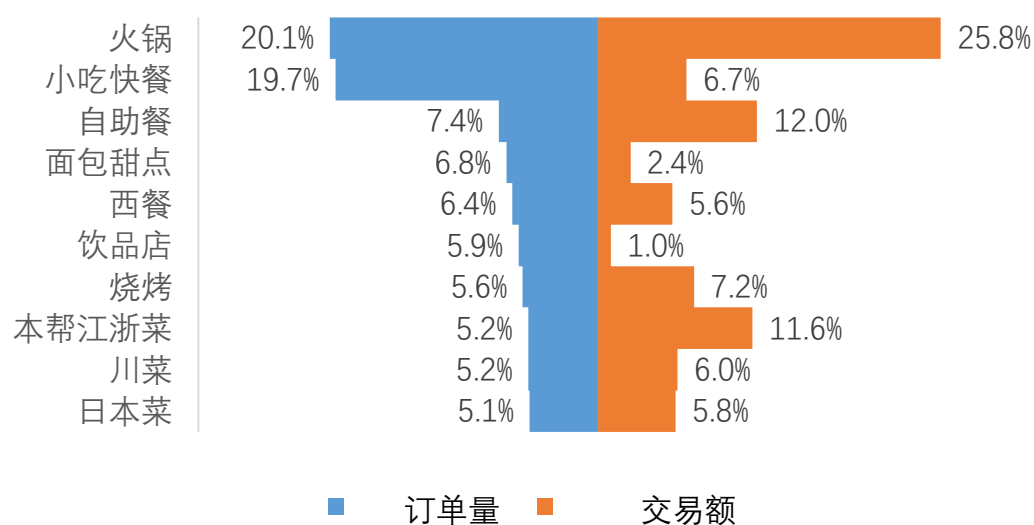


图5 南京到店餐饮主要品类占比

数据来源：美团平台，数据基准为2019年前3季度

## 二、南京小吃品种丰富，位列中国四大小吃之首

到店餐饮方面，2019年前3季度南京小吃快餐品类订单量占比19.7%，交易额占比6.7%（见图5），高于全国小吃快餐品类订单量占比（16.2%）和交易额占比（4.5%）。外卖方面，小吃快餐、饮品店、川菜、西餐、烧烤是南京餐饮的五大消费品类，其中，2019年前3季度小吃快餐单品类订单量占比高达64.5%（见图6）。南京小吃快餐的典型代表为快餐简餐、粥、黄焖鸡、麻辣烫、面条、汤、炸鸡炸串、包子饺子、地方小吃等。

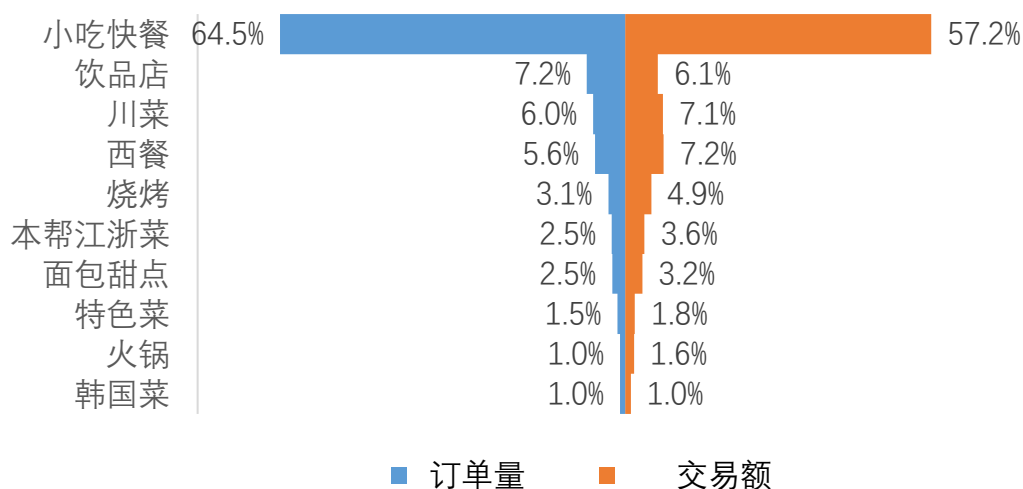


图6 南京外卖消费主要品类占比

数据来源：美团平台，数据基准为2019年前3季度

南京小吃体系发达。南京小吃，即金陵小吃，位列中国四大小吃（南京夫子庙秦淮小吃、苏州玄妙观小吃、上海城隍庙小吃和长沙火宫殿小吃）之首。南京小吃历史悠久，风味独特，品种多样，自六朝时期流传至今已有千余年历史，名点小吃有荤有素，甜咸俱有，形态各异，其中最具代表性的是秦淮河夫子庙地区，同时在湖南路、新街口、朝天宫、长乐路、山西路、中央门、惠民桥、燕子矶等地，也逐渐形成了比较集中的点心小吃群。

以南京夫子庙秦淮小吃为例，夫子庙的小吃店，铺挨着铺，门对着门。五香茶叶蛋、豆腐脑、鸳鸯烧饼、翡翠包、桂花糖芋苗、蜜汁藕，几乎家家小吃店都有一个绝招，品种达300多种。秦淮小吃讲究的是要一干一稀搭配着吃，甜对



甜，咸对咸。1987年9月，经南京秦淮区风味小吃研究会正式命名八套秦淮风味名点小吃为“秦淮八绝”：“一绝”为魁光阁的五香茶叶蛋、五香豆、雨花茶；“二绝”为永和园的开洋干丝、蟹壳黄烧饼；“三绝”为奇芳阁的麻油干丝、鸭油酥烧饼；“四绝”为六凤居的豆腐脑、葱油饼；“五绝”为奇芳阁的什锦菜包、鸡丝面；“六绝”为蒋有记的牛肉汤、牛肉锅贴；“七绝”为瞻园面馆的薄皮包饺、红汤爆鱼面；“八绝”为莲湖甜食店的桂花夹心小元宵、五色糕团。小吃名点、干稀相配、品种内容随着时令季节而不断翻新变化。

### **三、本帮江浙菜消费占比高于全国平均水平，南京菜受欢迎**

南京的到店餐饮品类中，本帮江浙菜订单量占比为 5.2%，交易额占比为 11.6%，远高于全国本帮江浙菜订单量和交易额平均 1.4%和 2.8%的占比水平，订单量在南京的菜系中排名第 8，交易额排名第 3（见图 5）。外卖方面，2019 年前 3 季度本帮江浙菜订单量占比为 2.5%，交易额占比为 3.6%（见图 6），远高于全国本帮江浙菜订单量占比（0.8%）和交易额占比（1.2%），表现亮眼。从南京的本帮江浙菜细分品类来看，南京菜最受欢迎，订单量占比超过三分之一（36.1%），其次为苏浙菜（29.4%）、淮扬菜（22.9%）、杭帮菜（8.0%）（见图 7）。

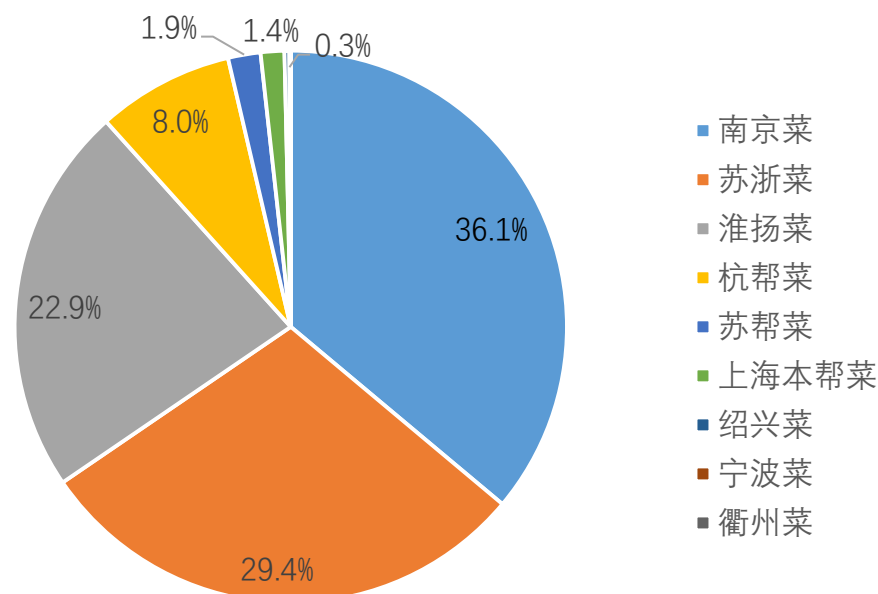


图 7 南京的本帮江浙菜细分品类订单量占比

数据来源：美团平台，数据基准为 2019 年前 3 季度

## 第三章 南京餐饮热门菜品分析

### 一、到店餐饮热门菜品

#### （一）食材丰富多样，以鱼、鸭为食材的菜品受欢迎

2019 年前 3 季度，南京到店餐饮消费最受欢迎的 TOP10 菜品为酸梅汤、清江鱼、时蔬一道、烤鸭、湄公鱼、酸菜鱼、招牌盐焗海虾、黑松露桃脂扣玉脯、凉拌黄瓜和土鸡（见表 1）。TOP10 菜品中有鱼有虾、有鸭有鸡，食材丰富多样，这与南京所处的地理位置有很大关系。南京地处长江下游沿岸，长江江鲜供给充足，且周边区域多产鸭，这些为南京菜品的兼容并包提供了较好的基础。

表 1 南京到店餐饮最受欢迎的菜品排名

| 排序 | 本地人最爱吃的菜品 | 异地人最爱吃的菜品 | 总体最爱吃的菜品 |
|----|-----------|-----------|----------|
| 1  | 时蔬一道      | 酸梅汤       | 酸梅汤      |
| 2  | 酸梅汤       | 虾仁煮扬州干丝   | 清江鱼      |
| 3  | 清江鱼       | 葱香清蒸白鱼    | 时蔬一道     |
| 4  | 烤鸭        | 民国清炖鸡孚    | 烤鸭       |
| 5  | 湄公鱼       | 湄公鱼       | 湄公鱼      |
| 6  | 酸菜鱼       | 清江鱼       | 酸菜鱼      |
| 7  | 招牌盐焗海虾    | 酸菜鱼       | 招牌盐焗海虾   |
| 8  | 黑松露桃脂扣玉脯  | 鸡汁长江白鱼    | 黑松露桃脂扣玉脯 |
| 9  | 凉拌黄瓜      | 清炒时蔬      | 凉拌黄瓜     |
| 10 | 土鸡        | 古法糖芋苗     | 土鸡       |

数据来源：美团平台，数据基准为 2019 年前 3 季度订单量排名

## （二）酸梅汤成为来南京旅游或出差的异地人餐饮消费的首选搭配

长期生活在南京的居民（简称本地人）和短期来南京旅游或出差的人（简称异地人）在菜品消费上表现出一定的差异性。本地人最爱吃的菜品是时蔬一道、酸梅汤、清江鱼、烤鸭、湄公鱼、酸菜鱼、招牌盐焗海虾、黑松露桃脂扣玉脯、凉拌黄瓜、土鸡。异地人消费最多的是酸梅汤、虾仁煮扬州干丝、葱香清蒸白鱼、民国清炖鸡孚、湄公鱼、清江鱼、酸

菜鱼、鸡汁长江白鱼、清炒时蔬、古法糖芋苗（见表 1）。可以看出酸梅汤成为异地游客餐饮消费的首选搭配，且异地人 TOP10 菜品中南京菜出现的频率大为增加，显示出异地人体验南京餐饮美食和文化的积极性。

南京是中国“四大火炉”之一，夏季天气炎热，酸梅汤多在夏季饮用，有降暑去火、酸甜可口、生津止渴等功效，深受人们欢迎，在南京“餐+饮”消费中扮演着非常重要的角色。

## 二、外卖热门菜品

### （一）酸菜鱼是南京外卖菜品之王

外卖消费主要集中在小吃快餐，2019 年前 3 季度，酸菜鱼、酸辣土豆丝、鱼香肉丝、糖醋里脊、西红柿炒鸡蛋、麻辣豆腐、麻婆豆腐、宫保鸡丁、有机花菜、韭菜炒鸡蛋是南京销售最高的十大外卖菜品（见表 2）。酸菜鱼源于重庆，却深受南京人喜爱，据不完全统计，南京经营酸菜鱼相关的餐饮门店高达 4500 多家。美团平台数据显示，2019 年前 3 季度南京酸菜鱼的外卖订单量超过 70 万单。

### （二）外卖成为异地游客品尝南京美食的重要途径

美团平台数据显示，南京本地人和到南京旅游或出差的异地人在外卖菜品消费上表现出一定的差异性。南京本地人经常点酸菜鱼、酸辣土豆丝、鱼香肉丝、糖醋里脊、西红柿炒鸡蛋、宫保鸡丁、麻婆豆腐、有机花菜、麻辣豆腐、韭菜

炒鸡蛋。到南京旅游或出差的异地人消费最多的是酸辣土豆丝、酸菜鱼、古法糖芋苗、金陵烤鸭、鱼香肉丝、西红柿炒鸡蛋、麻辣豆腐、糖醋里脊、桂花拉糕、麻婆豆腐(见表 2), 其中, 酸菜鱼、古法糖芋苗、金陵烤鸭、桂花拉糕都具有明显的当地餐饮特色, 说明外卖已成为游客品味地方特色美食的重要渠道方式。

表 2 南京外卖最受欢迎的菜品排名

| 排序 | 本地人最爱吃的菜品 | 异地人最爱吃的菜品 | 总体最爱吃的菜品 |
|----|-----------|-----------|----------|
| 1  | 酸菜鱼       | 酸辣土豆丝     | 酸菜鱼      |
| 2  | 酸辣土豆丝     | 酸菜鱼       | 酸辣土豆丝    |
| 3  | 鱼香肉丝      | 古法糖芋苗     | 鱼香肉丝     |
| 4  | 糖醋里脊      | 金陵烤鸭      | 糖醋里脊     |
| 5  | 西红柿炒鸡蛋    | 鱼香肉丝      | 西红柿炒鸡蛋   |
| 6  | 宫保鸡丁      | 西红柿炒鸡蛋    | 麻辣豆腐     |
| 7  | 麻婆豆腐      | 麻辣豆腐      | 麻婆豆腐     |
| 8  | 有机花菜      | 糖醋里脊      | 宫保鸡丁     |
| 9  | 麻辣豆腐      | 桂花拉糕      | 有机花菜     |
| 10 | 韭菜炒鸡蛋     | 麻婆豆腐      | 韭菜炒鸡蛋    |

数据来源: 美团平台, 数据基准为 2019 年前 3 季度订单量排名

### 三、南京菜的热门菜品分析

南京菜又称京苏菜、京苏大菜、金陵菜，是指以南京为中心，一直延伸到江西九江的菜系，是苏菜的四大代表菜之一。南京菜讲究七滋七味：“鲜、烂、酥、嫩、脆、浓、肥”，“酸、甜、苦、辣、咸、香、臭”。南京菜的重头戏是鸭馐，此外还包括南京传统大菜、长江江鲜、南京土菜和南京野菜等，口味南北皆宜，兼取四方特色。

#### （一）南京菜到店餐饮热门菜品

##### 1. 民国主题走俏，民国大菜是南京菜的重要组成部分

2019年前3季度，鸡汁长江白鱼、招牌盐水鸭、虾仁煮扬州干丝、葱香清蒸白鱼、民国清炖鸡孚、民国美龄粥、古法糖芋苗、地锅小公鸡、食朝汇鸡鸣汤包、民国松鼠桂鱼位列南京菜到店餐饮订单量前10位(见表3)。TOP10菜品名称中，有3个与民国主题相关，分别为民国清炖鸡孚、民国美龄粥、民国松鼠桂鱼。

民国时期指从1912年中华民国在南京建立，到1949年在南京结束这样一个特定的历史时期。南京是中华民国首府，全国各大菜系在此云集，各地的名店、名厨、名菜、名点蜂拥而至，据记载，1935年，南京的酒家、菜馆数量多达1151处，南京菜在这一时期快速发展，形成了一个特有的美食文化现象。民国大菜是指民国时期的经典菜，是南京菜的重要组成部分。根据美团平台数据，南京民国相关主题的餐厅超

过 500 家，民国红公馆、民国往事餐厅是其中的典型代表。同时，民国菜背后蕴含着深厚的文化底蕴，以民国美龄粥为例，据传是民国期间宋美龄为驻颜养心，让家厨用上等粳米和豆浆百合山药熬煮成的粥。

表 3 南京菜到店餐饮消费排名

| 排序 | 本地人最爱吃的菜品 | 异地人最爱吃的菜品 | 总体最爱吃的菜品 |
|----|-----------|-----------|----------|
| 1  | 鸡汁长江白鱼    | 招牌盐水鸭     | 鸡汁长江白鱼   |
| 2  | 虾仁煮扬州干丝   | 鸡汁长江白鱼    | 招牌盐水鸭    |
| 3  | 葱香清蒸白鱼    | 虾仁煮扬州干丝   | 虾仁煮扬州干丝  |
| 4  | 民国清炖鸡孚    | 古法糖芋苗     | 葱香清蒸白鱼   |
| 5  | 民国美龄粥     | 民国美龄粥     | 民国清炖鸡孚   |
| 6  | 招牌盐水鸭     | 葱香清蒸白鱼    | 民国美龄粥    |
| 7  | 食朝汇鸡鸣汤包   | 民国清炖鸡孚    | 古法糖芋苗    |
| 8  | 民国松鼠桂鱼    | 清炖狮子头     | 地锅小公鸡    |
| 9  | 老南京什锦砂锅   | 王府泡椒鸡     | 食朝汇鸡鸣汤包  |
| 10 | 淮阳红烧狮子头   | 砂锅花生脆芽    | 民国松鼠桂鱼   |

数据来源：美团平台，数据基准为 2019 年前 3 季度南京菜订单量排名，因后台菜品标签差异，南京菜与整体餐饮菜品排名稍有差异

## 2. 南京菜消费中，异地人偏好盐水鸭，本地人偏好鸡汁长江白鱼

本异地消费差异方面，鸡汁长江白鱼排名南京本地人到店餐饮订单量第一，盐水鸭排名异地人到店餐饮订单量第一

（见表 3）。南京人食鸭历史悠久，南京周围多产鸭，南京菜肴离不开鸭，据不完全统计，以鸭为食材的南京菜菜品就有盐水鸭、南京酱鸭头、盐水鸭舌、文武鸭、野麻鸭锅巴汤、金陵叉烧鸭、鸭包鱼翅、料烧鸭、松仁鸭颈、素烧鸭、葵花鸭、鸭血粉丝汤、烤鸭包、鸭油酥烧饼、烧鸭干丝等。盐水鸭是南京鸭馐中的代表菜品，在千百年的历史演变中经久不衰，经过传统工序“炒盐腌、清卤复、烘得干、焐得足”，成品“皮白、肉红、骨头绿”，口味清淡而略带咸味，肥而不腻、鲜嫩味美，已经成为南京对外的美食名片。

## （二）南京菜外卖热门菜品

### 1. 糖芋苗深受南京人喜爱

2019 年前 3 季度，南京菜外卖的 TOP10 代表菜品依次为古法糖芋苗、金陵烤鸭、麻辣鸭血、桂花拉糕、盐水鸭、民国美玲粥、松香卤肉烧麦、鸭血粉丝砂锅、活珠子、石婆婆麻团（见表 4）。古法糖芋苗外卖排名第一，糖芋苗是老城南夏秋之际小贩挑担叫卖的一道传统小吃，讲究用铜锅熬煮，藕粉勾芡，色泽诱人，令人百吃不厌。

### 2. 金陵烤鸭是南京菜的另一代表

TOP10 外卖南京菜中，4 个与“鸭”有关，其中金陵烤鸭位列第一位。金陵烤鸭历史悠久，早在南北朝的《食珍录》中已记有“炙鸭”。传说明太祖朱元璋爱吃金陵烤鸭，后明成



祖朱棣迁都北京，将南京烤鸭技术也带到北京，并进一步发展成为北京烤鸭。目前金陵烤鸭有叉烧烤鸭和焖炉烤鸭2种。

表4 南京菜外卖消费排名

| 排序 | 本地人最爱吃的菜品 | 异地人最爱吃的菜品 | 总体最爱吃的菜品 |
|----|-----------|-----------|----------|
| 1  | 古法糖芋苗     | 古法糖芋苗     | 古法糖芋苗    |
| 2  | 金陵烤鸭      | 金陵烤鸭      | 金陵烤鸭     |
| 3  | 麻辣鸭血      | 桂花拉糕      | 麻辣鸭血     |
| 4  | 盐水鸭       | 麻辣鸭血      | 桂花拉糕     |
| 5  | 桂花拉糕      | 盐水鸭       | 盐水鸭      |
| 6  | 民国美龄粥     | 鸭血粉丝砂锅    | 民国美龄粥    |
| 7  | 松香卤肉烧卖    | 民国美龄粥     | 松香卤肉烧卖   |
| 8  | 活珠子       | 松香卤肉烧卖    | 鸭血粉丝砂锅   |
| 9  | 石婆婆麻团     | 老卤凤爪      | 活珠子      |
| 10 | 土酱油肉沫蒸蛋   | 江米扣肉      | 石婆婆麻团    |

数据来源：美团平台，数据基准为2019年前3季度订单量排名

## 第四章 南京餐饮品牌榜单

### 一、到店餐饮品牌榜单

#### （一）汉堡王订单量第一，自助餐品牌受欢迎

到店餐饮方面，以汉堡和薯条为代表的汉堡王、以烤肉和海鲜为代表的舌尚烤肉海鲜自助、以打造中式时尚寿司为

代表的 N 多寿司、以鸭血粉丝汤为代表的回味、以烧烤和火锅自助为代表的欢乐牧场是南京订单量最多的 TOP5 品牌(见表 5)。TOP5 品牌中有 2 家自助餐品牌，说明自助餐在南京市民间具有较好的受众基础，根据美团平台数据，南京自助餐品类在到店餐饮的订单量占比 7.4%，交易额占比高达 12.0%（见图 5）。

表 5 南京到店餐饮最受欢迎的品牌排名

| 排序 | 南京总体      | 本帮江浙菜  | 南京菜    |
|----|-----------|--------|--------|
| 1  | 汉堡王       | 南京大牌档  | 南京大牌档  |
| 2  | 舌尚烤肉海鲜自助  | 70 后   | 南京食朝汇  |
| 3  | N 多寿司     | 民国红公馆  | 民国往事餐厅 |
| 4  | 回味        | 咸亨酒店   | 花千醉    |
| 5  | 欢乐牧场      | 南京食朝汇  | 乐和餐饮   |
| 6  | 必胜客       | 地锅传奇   | 兴和轩    |
| 7  | 多伦多海鲜自助餐厅 | 狮王府    | 大牌小厨   |
| 8  | 宽窄巷子      | 味莊     | 真来斯    |
| 9  | 南京大牌档     | 民国往事餐厅 | 世纪缘大酒店 |
| 10 | 魚酷        | 花千醉    | 厨娘.cn  |

数据来源：美团平台，数据基准为 2019 年前 3 季度订单量排名

## （二）南京大牌档是南京菜杰出代表品牌，大众点评必吃榜助力品牌发展

南京菜方面，南京大牌档、南京食朝汇、民国往事餐厅、花千醉、乐和餐饮 5 大品牌最受欢迎（见表 5）。

南京大牌档始创于 1994 年 10 月，是南京首家以经营南京地方风味菜肴为主的中式餐饮企业，代表菜品有古法糖芋苗、天王烤鸭包、民国美龄粥、招牌盐水鸭、清炖狮子头、桂花拉糕等，在南京有十几家店，中山陵店为大众点评必吃榜 2019 必吃餐厅。

南京食朝汇，成立于 2013 年 12 月，是经营“正宗南京菜”的大众化餐饮连锁机构，南京是十朝都会，食朝汇与“十朝”谐音，寓意融合南京十个朝代流传下来的众多风味美食，代表菜品有鸡鸣酒家汤包、金陵盐水嫩鸭、传统清炖鸡孚、红酒橙香小牛肉、手工拆烩鸭舌掌等。目前在南京有 7 家店，紫峰店为大众点评必吃榜 2019 必吃餐厅。

民国往事餐厅专注南京菜/江浙菜，是南京一家受欢迎的民国主题餐厅，代表菜品有芝士焗金瓜、金陵丁香排骨、爱玲臭豆腐、老南京烤鸭、民国官府肘子等。

TOP5 品牌中有 2 家位列大众点评必吃榜，一定程度上说明了大众点评必吃榜对品牌的助力。

## 二、外卖品牌榜单

（一）新式茶饮品牌走俏，1 点点订单量排在第一位，

## 以鸭血粉丝汤为代表的回味位居第 5

外卖方面,南京订单量 TOP5 品牌为经营新式茶饮的 1 点点、CoCo 都可、以粥为主打产品的上海品牌曼玲粥店、以肥西老母鸡汤著名的安徽品牌老乡鸡和以鸭血粉丝汤为代表的南京品牌回味(见表 6)。以南京本土快餐简餐品牌回味为例,回味成立于 1996 年,隶属于南京百润食品有限公司,以南京著名小吃鸭血粉丝汤而闻名,目前回味在南京有 100 余家餐厅,2019 年前 3 季度在美团外卖的订单量超过 90 万单。

表 6 南京外卖最受欢迎的品牌排名

| 排序 | 南京总体     | 本帮江浙菜 | 南京菜    |
|----|----------|-------|--------|
| 1  | 1 点点     | 小厨娘   | 南京大牌档  |
| 2  | CoCo 都可  | 南京大牌档 | 南京食朝汇  |
| 3  | 曼玲粥店     | 外婆家   | 石上百味   |
| 4  | 老乡鸡      | 南京食朝汇 | 厨娘.cn  |
| 5  | 回味       | 江南里   | 大牌小厨   |
| 6  | 肯德基      | 绿茶餐厅  | 民国往事餐厅 |
| 7  | 麦当劳      | 石上百味  | 郭家大院   |
| 8  | 汉堡王      | 外婆私房菜 | 百粥坊    |
| 9  | 福建沙县特色小吃 | 味莊    | 真来斯    |
| 10 | 仕客德      | 老娘舅   | 醉爱     |

数据来源:美团平台,数据基准为 2019 年前 3 季度订单量排名

## (二) 南京大牌档位居南京菜外卖品牌榜首

南京菜方面，订单量的 TOP5 外卖品牌为南京大牌档、南京食朝汇、石上百味、厨娘.cn、大牌小厨（见表 6）。

石上百味成立于 2013 年，隶属于南京石上百味餐饮管理有限公司，代表菜品有美味豆腐、照烧肥牛饭、香辣美容蹄、芝士焗红薯、土豆、大漠风沙鸡等，目前在南京有 12 家店铺。

厨娘.cn 成立于 2011 年 5 月，隶属于江苏小厨娘餐饮管理有限公司，特点是时尚、现代、小资，代表菜品为脆皮吊烧鸡、金牌铁板虾、蓝莓土豆泥、老南京桂花拉糕、夫子庙赤豆元宵等。

大牌小厨和南京大牌档同属于南京大惠企业发展有限公司。大牌小厨有几十款经典粥、面、煲、盅等，极富淮扬特色风味，少量中菜西做的混搭菜式，口味精致，特色鲜明，性价比颇高。

## **第五章 南京餐饮区域发展状况**

### **一、南京各辖区餐饮发展情况**

（一）江宁、鼓楼、秦淮、浦口 4 区的餐饮门店数量最多

南京下辖江宁、鼓楼、栖霞、秦淮、玄武、溧水、高淳、雨花台、建邺、六合、浦口等 11 区（各辖区按 2018 年 GDP

规模排序)。目前，南京的餐饮门店主要分布在江宁、秦淮、鼓楼和浦口 4 区（见图 8），这 4 区的餐饮门店数量占南京总体数量的一半以上。其中，江宁区的餐饮门店数量最多，占南京总量的 21.2%。

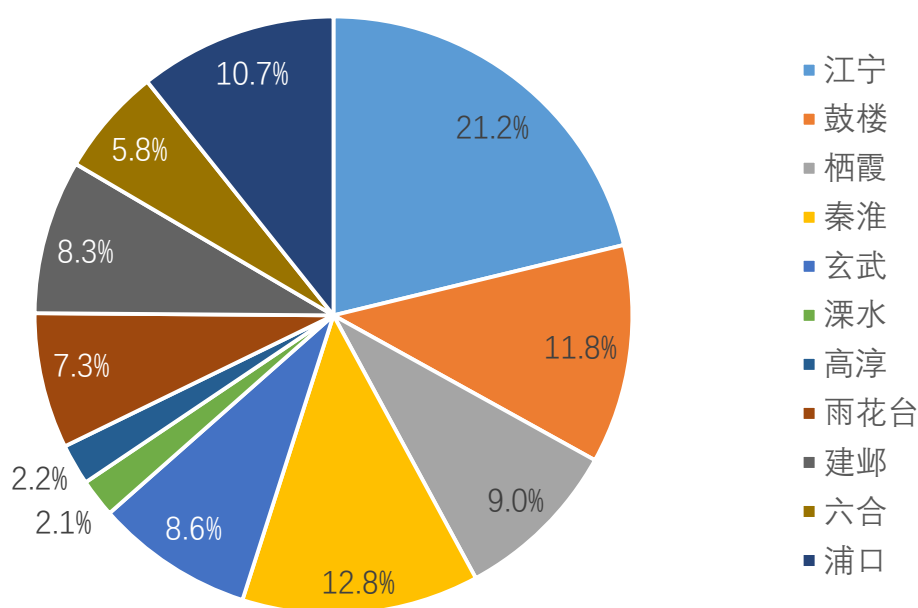


图 8 南京餐饮门店数量各辖区占比

数据来源：美团平台，数据基准为 2019 年第 3 季度，各区按照 GDP 排名顺时针排序

## （二）秦淮区承接了南京近 1/4 的到店餐饮订单

美团平台数据显示，秦淮区以南京 12.8% 的餐饮门店数量，承接了全市 23.7% 的到店餐饮订单量（见图 9）。这主要由于秦淮区是南京的商业中心和旅游打卡集中地，本地居民和游客数量多，使得餐饮商家的翻台率较高。江宁区、鼓楼区、栖霞区的到店餐饮订单量位于秦淮区之后，分列第 2 至

4 位。

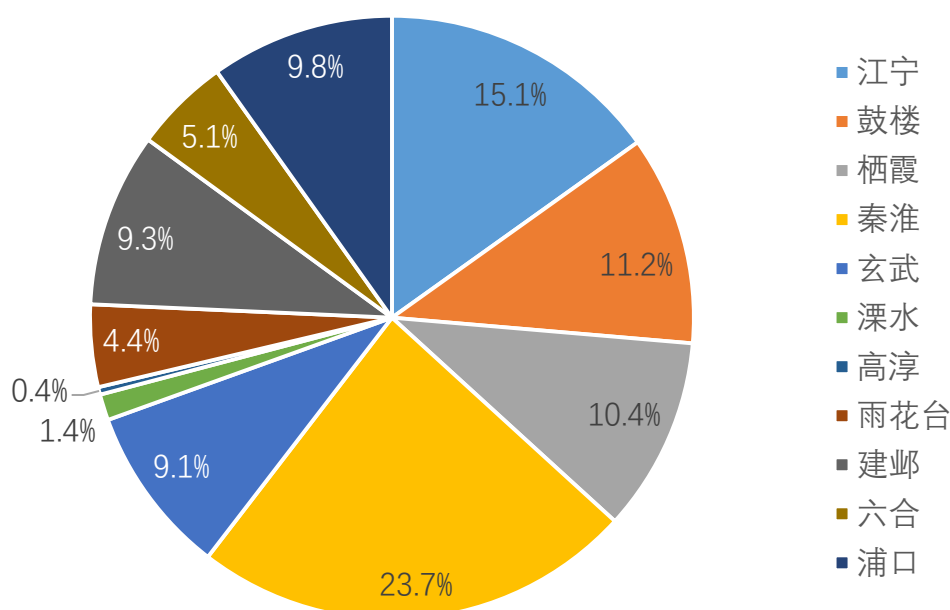


图 9 南京各辖区到店餐饮订单量占比

数据来源：美团平台，数据基准为 2019 年前 3 季度，，各区按照 GDP 排名顺时针排序

### （三）江宁区稳居南京外卖订单量第一名

2019 年前 3 季度，南京外卖订单量超 1 亿单，同比增长 21.0%，南京餐饮外卖产业实现了高速发展。在南京各辖区中，江宁区的餐饮外卖订单量最多，占整个南京的 22.1%（见图 10），这与江宁区人口基数大，特别是大学生数量多、外来人口数量多直接相关。秦淮区、鼓楼区紧随其后，分别占南京外卖总订单量的 13.6%和 12.7%。

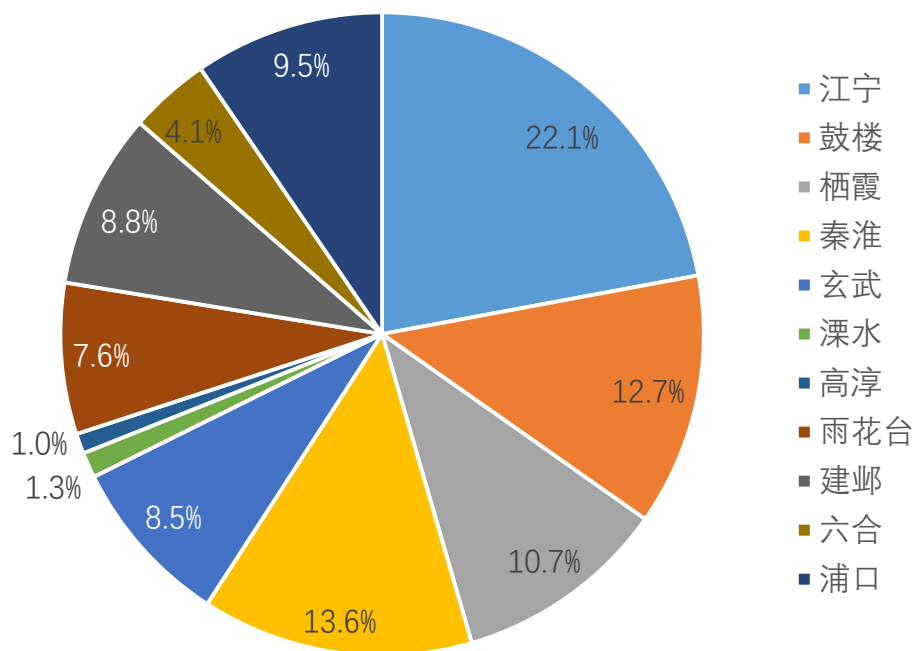


图 10 南京各辖区外卖订单量占比

数据来源：美团平台，数据基准为 2019 年前 3 季度，各区按照 GDP 排名顺时针排序

## 二、南京商业综合体餐饮发展情况

### （一）商业综合体是南京餐饮消费的重要场景

近年来，南京各大商业综合体在美团平台的餐饮订单量整体呈持续攀升态势。美团平台数据显示，2019 年前 3 季度，南京商业综合体的餐饮订单量和交易额分别实现了同比 72.1% 和 62.7% 的高速增长，在全市的餐饮订单量占比为 20%，交易额占比为 24%，即南京各大商业综合体以不到全市 1/8 的餐饮门店数量，支撑了超过全市 1/5 的线上餐饮市场规模。与“互联网+”的深度融合已成为南京餐饮业发展的主旋律



(见图 11)。

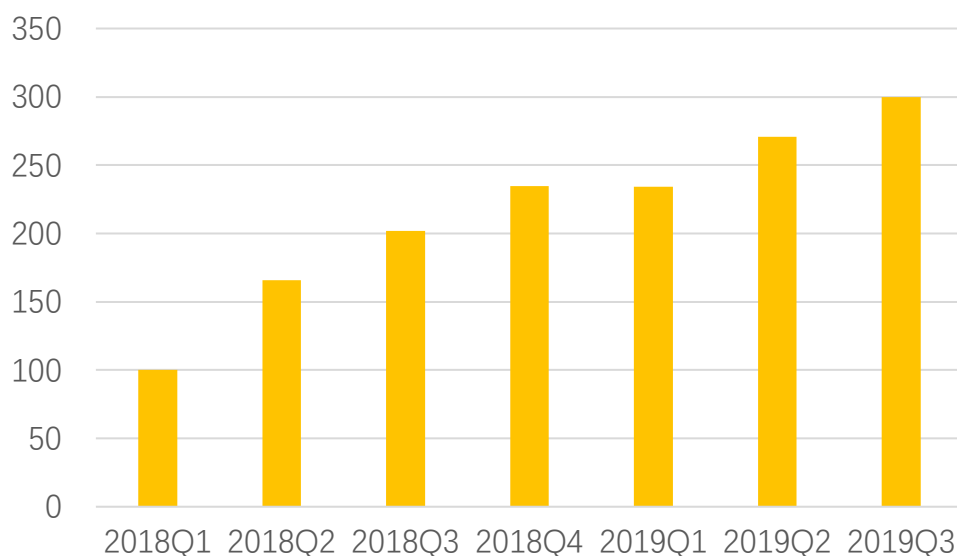


图 11 南京商业综合体餐饮订单量季度趋势图

数据来源：美团平台，以 2018 年第 1 季度订单量为基准 100 对其他季度数据进行折算

商业综合体是各大城市线下消费的主要目的地，近年来随着外卖的快速发展，商业综合体的服务范围和服务能力得到极大的扩展和提升。从 2019 年前 3 季度南京各大商业综合体餐饮订单量的构成来看，外卖占比 47.4%；从餐饮交易额来看，外卖占比 39.2%，且交易额同比实现 81.6% 的大幅增长，外卖已经成为拉动南京商业综合体餐饮交易额快速上涨的主要因素。

在南京各辖区中，江宁、秦淮、鼓楼 3 区的商业综合体数量最多，餐饮订单量和交易额也都位于前列。而栖霞区以南京 7% 的商业综合体数量实现了 10% 的线上餐饮订单量，单体的产出效率更高（见图 12 和图 13）。

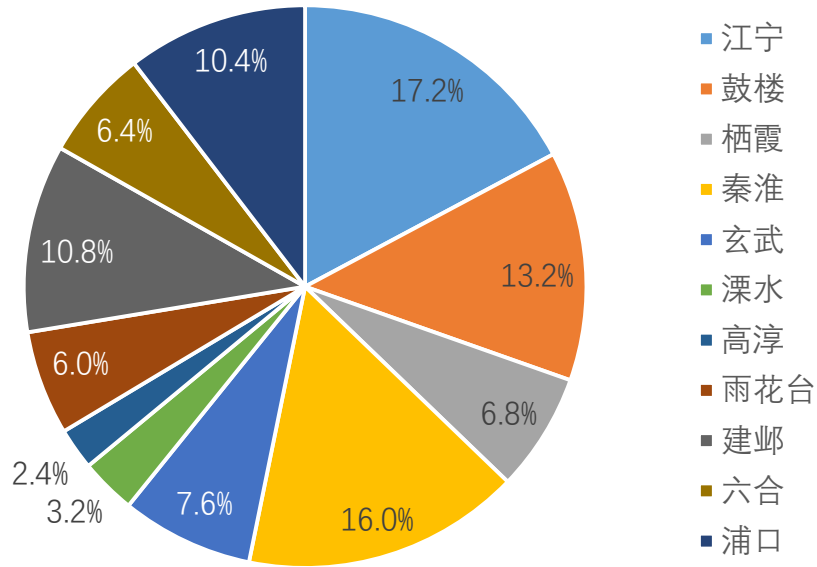


图 12 南京各辖区商业综合体数量占比

数据来源：美团平台，数据基准为 2019 年第 3 季度，各区按照 GDP 排名顺时针排序

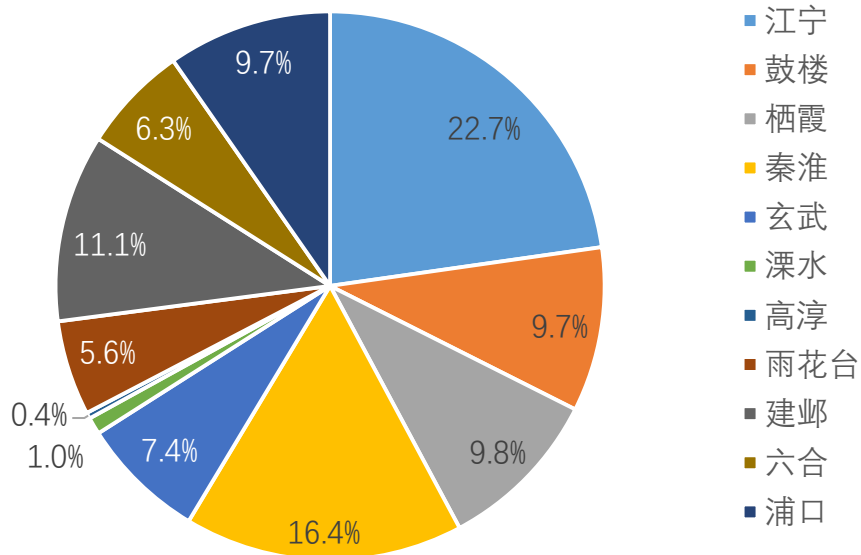


图 13 南京各辖区商业综合体线上餐饮订单量占比

数据来源：美团平台，数据基准为 2019 年前 3 季度，各区按照 GDP 排名顺时针排序

## （二）头部商业综合体在餐饮消费方面表现出一定集聚效应

2019 年前 3 季度，南京餐饮订单量排名 TOP10 的商业综合体依次为托乐嘉乐尚天地、万达百货、美利购物广场、欢乐港、新城市广场、金鹰天地广场、金鹰世界、花生唐商业、金鹰湖滨天地和淘淘巷（见表 7），TOP10 商业综合体餐饮订单量占到全市商业综合体餐饮订单量的 22.3%，且 3 家位于江宁区，呈现出较为显著的头部效应。

表 7 南京餐饮订单量 TOP10 商业综合体

| 排序 | 商业综合体   | 所属辖区 |
|----|---------|------|
| 1  | 托乐嘉乐尚天地 | 江宁区  |
| 2  | 万达百货    | 江宁区  |
| 3  | 美利购物广场  | 六合区  |
| 4  | 欢乐港     | 六合区  |
| 5  | 新城市广场   | 鼓楼区  |
| 6  | 金鹰天地广场  | 江宁区  |
| 7  | 金鹰世界    | 建邺区  |
| 8  | 花生唐商业   | 雨花台区 |
| 9  | 金鹰湖滨天地  | 栖霞区  |
| 10 | 淘淘巷     | 秦淮区  |

数据来源：美团平台，数据基准为 2019 年前 3 季度订单量

## 第六章 南京餐饮消费者行为洞察

### 一、消费者画像

#### （一）女性是餐饮消费主力军

美团平台数据显示，南京到店餐饮的男女订单量比例为 35.8%：64.2%，男性每单平均消费价格 143 元，女性每单平均消费价格 112 元。外卖的男女订单量比例为 44.5%：55.5%，外卖男女每单平均消费价格相当（见图 14）。

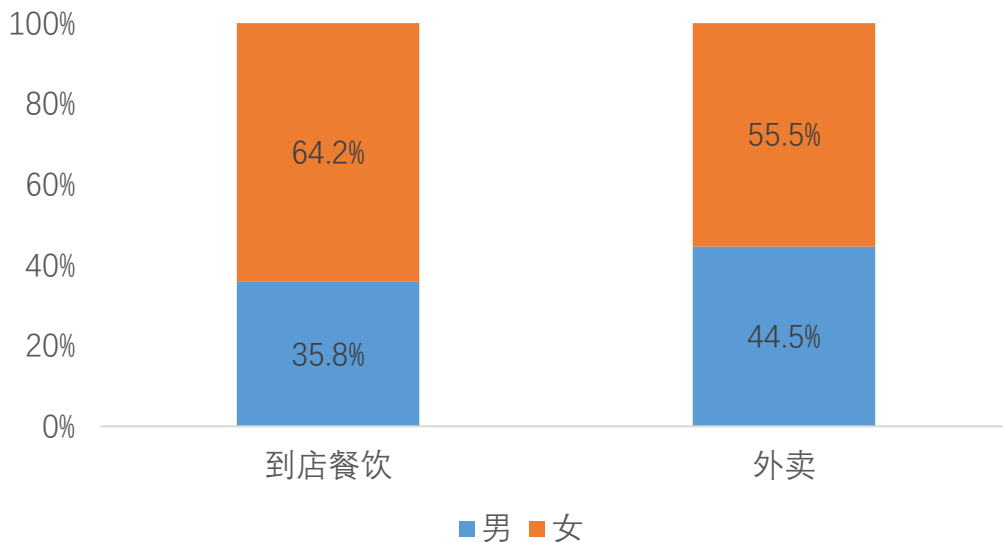


图 14 南京消费者分性别订单量占比

数据来源：美团平台，数据基准为 2019 年前 3 季度订单

（二）90 后、95 后、85 后是餐饮的主要消费群体，90 后、95 后在餐饮消费中的占比超过 45%

2019 年前 3 季度，南京餐饮消费者中 90 后、95 后在到店餐饮的消费订单量占比高达 45.4%，在外卖的消费订单量占比 59.8%，远高于 90 后、95 后在总人口中的比例（17%左

右)。

到店餐饮方面，85后和90后消费能力最强，订单量均占27%左右，95后尚在校园或刚踏入职场，消费能力稍逊，订单量的占比为18.4%。

外卖方面，90后占主导地位，占比高达34.5%，其次为95后，占比为25.3%，85后的占比为23.5%（见图15）。

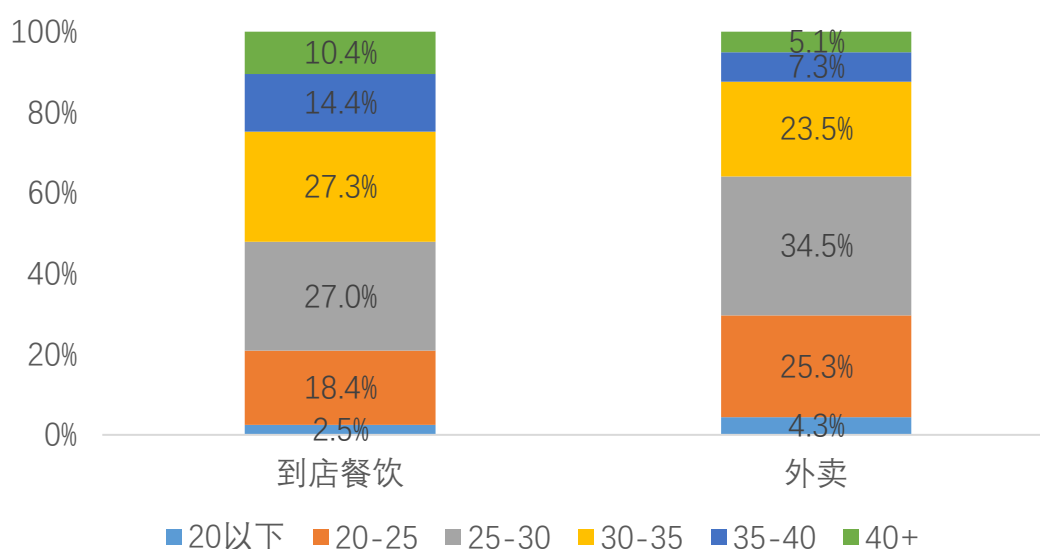
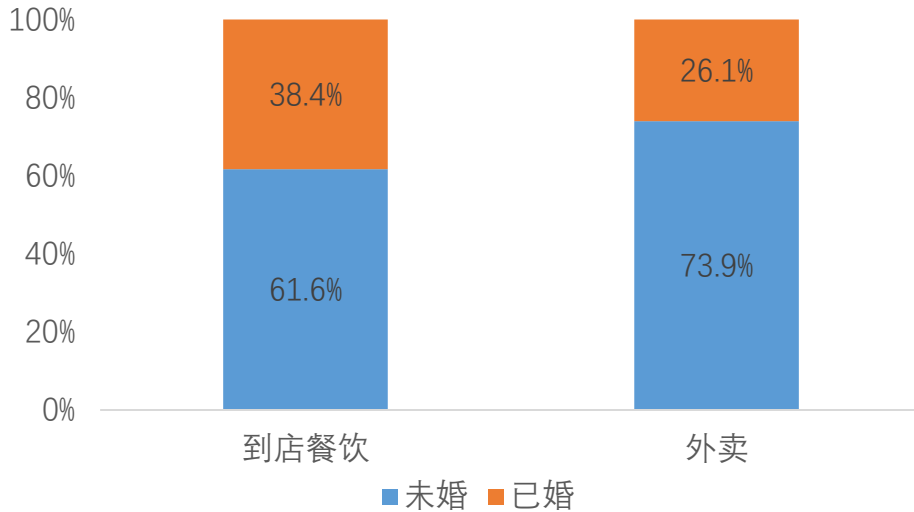


图 15 南京消费者分年龄段订单量占比

数据来源：美团平台，数据基准为2019年前3季度订单

（三）未婚人群是餐饮主要消费群体，女性在家庭就餐决策中更具有选择权

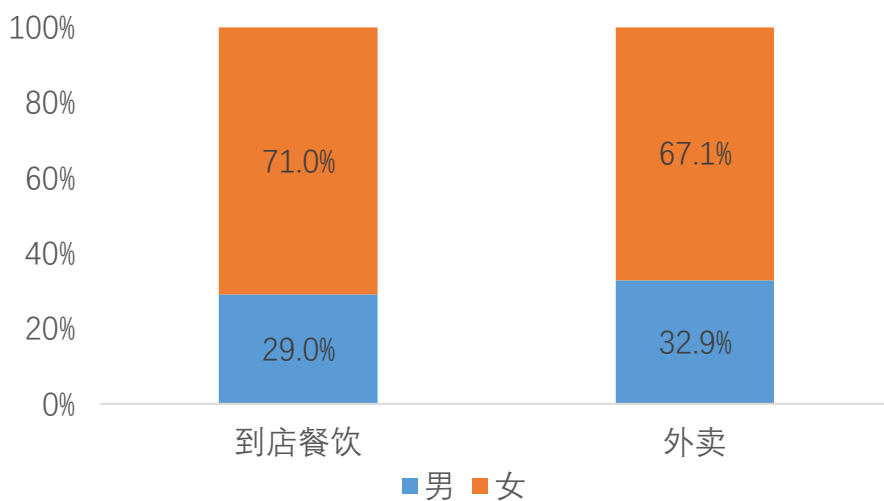
目前，南京餐饮消费者多处于未婚阶段。美团平台数据显示，2019年前3季度，南京到店餐饮的未婚和已婚消费者的订单量占比分别为61.6%和38.4%，外卖的未婚消费者的订单量占比分别为73.9%和26.1%，外卖在很大程度上帮助南京未婚群体解决了吃饭问题（见图16）。



**图 16 南京消费者分婚姻状态订单量占比**

数据来源：美团平台，数据基准为 2019 年前 3 季度订单

国泰君安研报数据显示，近 75%的家庭消费决策由女性主导，餐饮也不例外。美团平台数据显示，南京已婚人群中到店餐饮的男女订单比例分别为 29.0%和 71.0%，已婚女性的消费占比（71.0%）远高于未婚女性（59.9%）的消费占比，已婚女性在就餐选择上更具有选择权（见图 17）。



**图 17 南京已婚消费者分性别订单量占比**

数据来源：美团平台，数据基准为 2019 年前 3 季度订单

## 二、消费行为洞察

### （一）消费时间呈现双驼峰特征，夜间消费需求旺盛

目前，南京餐饮消费在时间分布上呈现双驼峰特征，午间和晚间两个就餐时间段是绝对的消费高峰。相比之下，到店餐饮双驼峰呈现前低后高的发展特征，晚间消费订单量高于午间消费订单量；外卖双驼峰呈现前高后低的发展特征，午间消费订单量多于晚间消费订单量（见图 18）。

从夜间（晚 18 点-早 6 点）订单量占比来看，到店餐饮占比为 42.7%，外卖占比为 32.8%（见图 19），南京夜间消费需求旺盛，发展空间广阔。

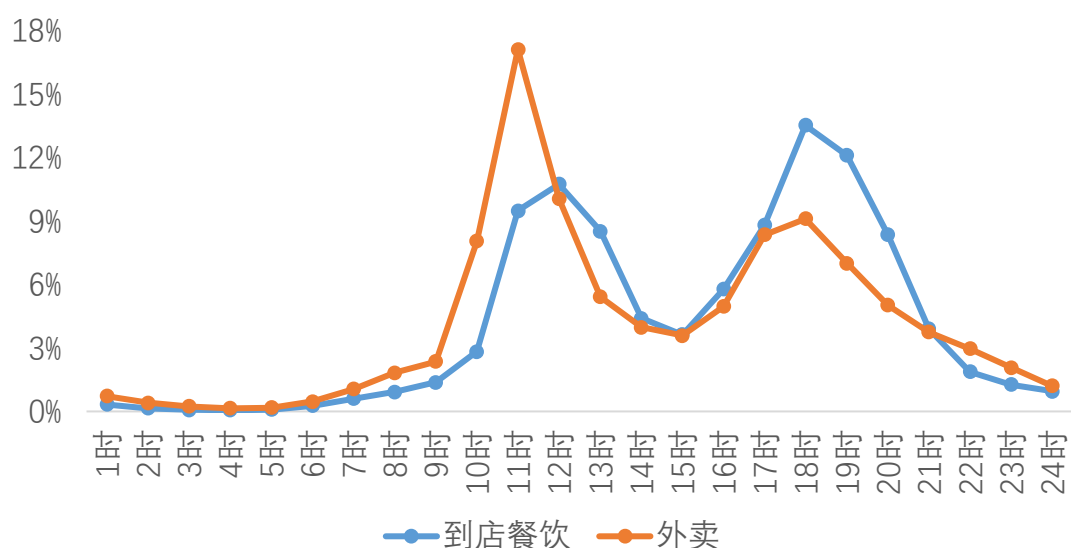


图 18 南京餐饮消费分时间段订单分布

数据来源：美团平台，数据基准为 2019 年前 3 季度订单

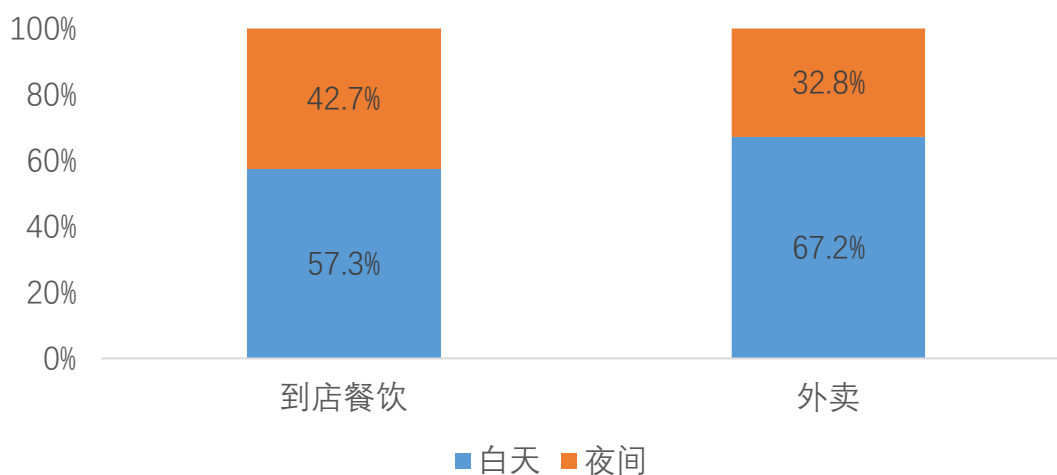


图 19 南京餐饮夜间经济订单量占比

数据来源：美团平台，数据基准为 2019 年前 3 季度订单

## （二）南京餐饮与周围都市圈呈融合发展之势

2019 年前 3 季度，到南京进行餐饮消费的外地顾客主要来自南京周围城市，TOP10 来源城市依次为上海、苏州、无锡、镇江、南通、徐州、扬州、北京、淮安、盐城（见表 8）。除上海和北京外，另外 8 个城市均为江苏省内城市。除餐饮外，到南京的游客消费主要集中在酒店、旅游、电影演出赛事、购物。

表 8 南京餐饮主要客流来源和外出就餐城市排名

| 排序 | 客流来源城市排名 | 排序 | 外出就餐城市排名 |
|----|----------|----|----------|
| 1  | 上海       | 1  | 上海       |
| 2  | 苏州       | 2  | 苏州       |
| 3  | 无锡       | 3  | 北京       |
| 4  | 镇江       | 4  | 无锡       |



|    |    |    |    |
|----|----|----|----|
| 5  | 南通 | 5  | 杭州 |
| 6  | 徐州 | 6  | 徐州 |
| 7  | 扬州 | 7  | 合肥 |
| 8  | 北京 | 8  | 常州 |
| 9  | 淮安 | 9  | 南通 |
| 10 | 盐城 | 10 | 深圳 |

数据来源：美团平台，数据基准为 2019 年前 3 季度订单

从南京人外出最爱进行餐饮消费的城市来看，排名靠前的城市依次为上海、苏州、北京、无锡、杭州、徐州、合肥、常州、南通、深圳（见表 8）。相比客流来源城市，南京人的外出就餐活动范围更广，TOP10 城市中有 5 个为江苏省外城市，分别为上海、北京、杭州、合肥、深圳。除了餐饮外，南京人外出最爱消费的品类为酒店、旅游、电影演出赛事、休闲娱乐。

### （三）南京高校资源丰富，校园外卖发展势头良好

南京外卖的主要消费场景为住宅区、企业及写字楼、学校、商铺、酒店等。住宅区是第一大消费场景，订单量占比为 52.0%；企业及写字楼次之，订单量占比为 13.6%；学校位居第 3，订单量占比为 11.1%（见图 20）。与全国外卖消费场景对比，南京外卖在企业及写字楼、学校两个场景的订单量占比远高于全国平均水平。以学校为例，截至 2018 年年底，

南京有各类高等院校 71 所，从外卖消费来看，南京学校场景订单量占比达到了 11.1%，远高于全国评价水平（8.1%）。河海大学江宁校区、南师河海大学城、南京林业大学、东南大学九龙湖校区、南京航空航天大学等高校外卖消费排名靠前（见表 9）。

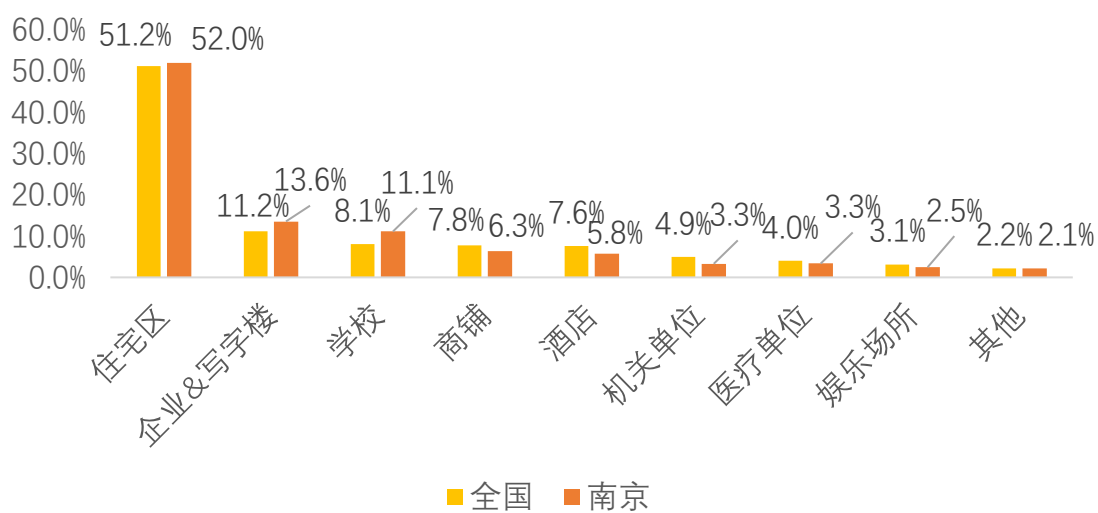


图 20 南京外卖主要消费场景分布

数据来源：美团平台，数据基准为 2019 年前 3 季度订单

表 9 南京高校外卖订单量排名

| 排序 | 学校        |
|----|-----------|
| 1  | 河海大学江宁校区  |
| 2  | 南师河海大学城   |
| 3  | 南京林业大学    |
| 4  | 东南大学九龙湖校区 |
| 5  | 南京航空航天大学  |

|    |              |
|----|--------------|
| 6  | 南京理工大学（秦淮校区） |
| 7  | 南京信息工程大学     |
| 8  | 南京师范大学仙林校区   |
| 9  | 南京农业大学       |
| 10 | 南京大学仙林校区     |

数据来源：美团平台，数据基准为2019年前3季度订单

## 第七章 发展建议

### 一、大力发展南京菜及优秀代表品牌，弘扬南京味

虽然南京菜是南京的代表美食，但从南京餐饮整体消费来看，南京菜的订单量占比仅为1.0%，交易额占比仅为1.9%。对比来看，杭帮菜在杭州餐饮订单量和交易额中的占比分别为3.8%和6.0%，远高于南京菜在南京餐饮订单中的占比。南京菜的品牌知名度和影响力亟须提升，建议重视下述方面的工作：

一是统一菜系名称，形成品牌集聚效应。目前南京菜存在名称不统一、概念不统一的情况。南京菜又叫金陵菜、京苏大菜等，同时有“秦淮小吃”、“民国大菜”等细分宣传概念，不利于增强南京菜在全国人民中的品牌认知，建议采用识别度高、便于传播和推广的名称，统一名称、统一概念，将南京菜打造成南京的城市金名片。

二是打造代表菜品，强化国民认知。南京菜兼容并包，丰富多样，代表菜品多达百十余种，既有各式鸭馐（盐水鸭、烤鸭等），又有长江江鲜菜品（河豚鱼、白鱼等），还有南京地方特色的土菜（六合头道菜、臭豆腐炖肥肠等）、秦淮小吃（金陵小汤包、牛肉锅贴等）以及在保留传统的基础上创新的大菜（金陵炖生敲、清炖鸡孚等），给人们带来了丰富的美食体验。但目前的菜品和南京这个城市形成强绑定，国民的记忆点不足，建议精选几种经典菜品和创新菜式重点突破，大力宣传。

三是发展优质品牌，不断提升品牌价值。除南京大牌档外，其他品牌未在全国范围内形成影响力，迫切需要树立体现南京特色的、在国内知名度较高的、满足多层次消费需求的南京餐饮品牌。建议支持南京老字号品牌发展，同时培育新品牌，积极打造名企、名店、名厨、名菜，促进品牌年轻化，契合新一代消费者需求。

## **二、鼓励推陈出新，打造南京餐饮全新消费体验**

在大力发展特色品牌与特色菜品的同时，还应鼓励南京餐饮企业对现有经营模式、管理手段、营销方式等进行革新与挖潜；鼓励多种业态搭载餐饮功能，在延伸消费需求的同时，实现多业态间的交叉引流，在共享发展与消费升级的大趋势下，全面提升用户的餐饮消费体验。

一是提升餐饮企业数字化管理水平，建设智慧餐饮新消

费模式。抓住大数据、人工智能、IoT 等新科技给餐饮市场创新发展带来的难得机遇，鼓励餐饮企业在经营上加强信息化、数据化管理，建立健全消费者画像系统，使餐饮企业更懂消费者，从而能更加精准地为不同客群提供差异化、特色化服务。

二是鼓励新兴餐饮发展，打造特色消费体验。南京历史悠久，文化底蕴深厚，可在餐饮消费场景中积极注入文化元素，打造主题特色餐厅。鼓励“互联网+”与餐饮业的深度融合，在微信、微博、抖音、快手等社交媒体平台做个性化展示，讲好南京餐饮故事。注重“餐饮+新娱乐”，好玩、有趣、有故事、有味道并举，通过儿童乐园式餐饮设计、IP 化网红餐厅运营、中西餐饮文化巧妙结合等，为特色化餐饮消费营造更为丰富的场景。

三是跨业态、多品类推出“吃住行游购娱”一体化套餐。通过餐饮+健康+亲子活动+书吧+花店等多种业态组合，星级酒店餐饮打造社会餐饮子品牌，书场、影视、新娱乐与餐饮相结合等多种经营模式，为消费者营造一站式、多样化的消费体验。

四是促进消费者与食材、品牌、场景的交互，增强消费者的情感体验。如可通过“餐饮+社区体验”，打造餐饮社群服务新模式。美团买菜在此领域可发挥作用。美团买菜在 2019 年 1 月正式运行，目前已在北京、上海、武汉、深圳的

一些社区提供服务。美团买菜定位为社区居民的“手机菜篮子”，以“生鲜电商”和“社区化服务”为切入口，采用“手机 APP+便民服务站（前置仓）”模式，聚焦“三餐食材”等核心日常生活消费品类，借助前置仓和即时配送系统，为用户提供足不出户的生鲜果蔬配送服务。

五是打造特色“深夜食堂”，助力“夜之金陵”品牌实施。11月1日，南京“夜之金陵”品牌发展启动仪式举行，“夜之金陵”将在“购、食、宿、游、娱、读、健”等方面形成多元的夜间消费市场，“夜食金陵”正是其中重要的组成部分。应充分调动餐饮商户的积极性，延长营业时间。新建、改建、扩建相结合，在政府提供补贴的同时充分运用市场化手段，深入开展深夜食堂特色餐饮街区创建工作，打造有人气、可持续、风格鲜明和特色突出的深夜食堂特色餐饮街区。

### **三、发挥生活服务电子商务平台的作用，推动南京餐饮业线上线下深度融合**

近年来，美团、大众点评等生活服务电子商务平台凭借自身线上渠道资源、运营能力、流量优势等，成为各地餐饮行业发展的重要合作伙伴。建议南京政府充分发挥生活服务电子商务平台的作用，助推南京餐饮行业发展：

一是通过平台渠道，加大对南京美食的宣传和推广力度。双方合力在美团、大众点评 APP 上共建南京美食专版，开放专题页面，提升南京美食知名度，推动品牌传播。

二是鼓励支持餐饮外卖和“闪购”(通过线上下单线下即时配送上门的网络购物模式)等“互联网+生活服务”新模式的发展。通过这些新模式,使商家扩大服务范围,提高经营能力和营业收入,同时,激发线上消费活力,形成线上线下融合互动、双向繁荣的南京餐饮发展新局面。

三是共同挖掘、策划及包装一批特色餐饮项目推向市场。可结合美团点评资源,联合策划推出黑珍珠餐厅、必吃榜等具备国际影响力的美食 IP 类项目。联动当地优质餐饮、酒店、景区资源,打造具备区域影响力的节庆活动,如举办年度“南京菜”主题国际美食节、南京名小吃评选、南京小吃创意设计大赛等,提振南京菜的影响力,促进城市消费总量的增长。

四是通过美团平台搭建智慧供应链体系。快驴业务是美团 B2B 餐厅供应链解决方案,是美团深入餐饮产业链上游,面向中小餐饮门店推出的一站式餐饮供应链平台。快驴业务致力于通过缩短流通环节,降低流通成本,构建专业、短链、高效的餐饮供应链,协助餐饮商户以更低成本、更高效率的方式获取安全可靠的食材供应,解决中小餐厅在食材及餐饮相关产品上的一站式采购需求,让餐饮采购更简单。

#### **四、完善相关配套政策,保障南京餐饮业健康发展,优化营商环境**

一是坚持政府引领、政策扶持、行业引导、企业参与的

原则，制定南京餐饮业发展战略规划，着力提升南京餐饮品牌的知名度，培育标杆企业，支持老字号发展，打造餐饮名企名店、名菜名点、名小吃、名厨品牌。

二是加快行业规范和自律，提升食品安全水平，建立健全绿色餐饮发展机制，加强组织领导、标准建设、政策保障和效果评估，进一步改善南京餐饮业的营商环境，不断提升南京餐饮服务品质。

三是整合政府、餐饮企业、协会、媒体的力量通力宣传，加快餐饮业饮食文化建设，支持拍摄以南京菜为主题的纪录片、专题片、以餐饮历史人物为主题的电视剧等。编制南京美食地图，线上线下联动对南京餐饮进行宣传和推广，向消费者提供形式多样、内容丰富的就餐信息。

四是加大对餐饮行业从业人员的就业培训和职业教育，提升其专业技能和服务水平。美团大学致力于成为生活服务业数字化人才的大本营，通过提升职业技能、助力行业发展、促进产教融合、扩大社会就业，让生活服务从业者有能力与数字时代同行。截至 2019 年 10 月底，美团大学已累计培训超过 3000 万人次，输出课时超 500 万小时，覆盖全国 455 座城市。南京政府有关部门可通过与美团大学加强合作，提升南京餐饮业乃至更多生活服务行业的服务水平。

五是扩大对外交流，既要走出去又要请进来。要吸引国内外行业组织和企业到南京进行交流，吸收并学习行业先进



经验。深入开展美食体验系列活动，做深做专产业链考察交流和精确对接。积极参加各地举办的美食节活动，在大力推广南京餐饮品牌及菜品的同时，帮助南京菜走出南京甚至走出国门，吸引更多的外地游客到南京体验特色餐饮文化。