

## 我国餐饮行业发展新趋势

**内容提要：**我国餐饮文化历史悠久，餐饮行业不仅与人民群众的基本生活需求紧密相连，也是现代市场体系的重要组成部分。当前餐饮行业的产业链条不断扩展延伸，但也受到市场结构相对分散，生产要素相对不足等现状的制约。本文研究认为，在“双循环”新发展格局构建和数字技术快速发展的背景下，餐饮技艺精进、工业化赋能和数字化转型作为餐饮行业发展的三重驱动因素，正推动着餐饮产业持续创新发展，呈现出“三浪叠加”趋势。基于此，建议探索餐饮行业品牌化、个性化发展路径，推动多产业联动和多业态融合，鼓励提升标准化规范化水平，倡导低碳绿色发展，充分推广运用网络数字技术，进一步促进中国餐饮行业高质量发展。

**关键词：**餐饮行业 工业化 数字化 高质量发展

从古到今，饮食对于我国都有着独特的意义和地位。作为一种家庭活动，《汉书》有言：“王者以民为天，而民以食为天”。《尚书·周书》中《洪范八政》则把“食”放在了第一位。食物烹饪不仅是满足大众“果腹”基本需求的

必要手段，也是提升日常生活幸福感的重要技能，更是社会交往、历史传承、文化传播等活动的重要载体。作为一种传统文化，餐饮已经在中国漫长的历史中承载了包含政治规范、道德伦理和艺术鉴赏在内的众多复合性含义。正如孙中山先生在其《建国方略》中提道：“我中国近代文明进化，事事皆落人之后，惟饮食一道之进步，至今尚为文明各国所不及。”餐饮文化当下已成为国家文化软实力的重要内容，并呈愈发引起跨越地域的价值共鸣<sup>1-2</sup>。作为一个产业，餐饮不仅包括物质产品的生产，还包括非实物形态提供的各类服务，是**实物商品零售和服务零售的结合**，餐饮产业伴随着社会大分工从家庭劳动中逐渐分离出来，并成为经济系统中的重要组成部分。从古时的典雅酒楼到如今的数字化餐厅，餐饮业的发展见证了人民生活水平的提升，体现了产业演变和技术变迁，还反映了经济社会的演变与繁荣。

在新时代，餐饮业对人民追求美好幸福生活的作用愈发凸显，在服务经济、数字经济背景下的市场地位也更显重要。餐饮行业正呈现出**技艺精进、工业化赋能和数字化转型的“三浪叠加”发展趋势**。基于此，本文对建国后我国餐饮行业发展历程、现状、趋势等进行研究，对其背后的发展动因进行简要分析，并给出相关政策建议。

## 一、我国餐饮行业的发展历程及现状

相关研究认为，新中国成立后，我国餐饮行业先后经历了以下四个发展阶段<sup>[①]</sup>：

一是 1949 年至 1959 年的整合发展阶段。在此时期，通过对餐饮业进行社会主义改造、公私合营、产业整合、扶持帮助产业发展等手段，使我国的餐饮产业从解放初期的凋零散落，发展到初具规模。1955 年，中央人民政府决定将城市的餐饮业划归商业部系统管理，农村餐饮业归供销合作社系统管理，当年 12 月 24 日，国务院正式批复商业部，同意成立饮食业管理局。由此，新中国出现了首个餐饮业主管部门。二是 1959 至 1978 年的发展停滞阶段。在此阶段，由于生产、生活资料匮乏，人民群众的生活用品都要按计划供应，缺乏餐饮消费的能力。同时，餐饮企业在计划经济体制下，也大都转化成为国有或集体企业，其运营机制不够灵活，生产效率比较低，行业抗风险水平低，发展一度停滞。三是 1978 年至 2011 年的高速发展阶段。餐饮行业借助改革开放的春风快速发展：从 1978 年全国餐饮业零售额仅有 54.8 亿元，发展到 2011 年的 20543.3 亿元；从 1978 年我国的人均餐饮消费 5.69 元，到 1995 年首次超过百元达到 130 元，再到 2008 年超过千元；特别是 1991 年

以后，我国餐饮业零售额年均增幅经常保持在两位数以上，成为拉动我国消费增长的重要力量。四是 2012 年至今的餐饮业转型升级与高质量发展时期。这一时期有如下典型特征：首先，餐饮产业结构更加合理。随着“八项规定”、“取消餐饮业低消”等规定的出台，“公款吃喝”、铺张浪费的现象得到遏制，餐饮企业也开始普遍调整转型，大众餐饮消费迎来发展的新契机。其次，行业创新升级持续进行。资本、数据、技术、人才等要素不断充裕，要素流动更加通畅，行业生产效率不断提升，餐饮业市场化、国际化步伐进一步加快。餐饮龙头企业密集上市，进入资本市场，如 2014 年港股上市的呷哺呷哺，2017 年 A 股上市的广州酒家，2018 年港股上市的海底捞等。再次，互联网和数字技术对餐饮业产生了深刻影响。餐饮企业纷纷开展外卖业务，外卖市场迅速发展。数字化带动行业加快连锁化品牌化转型升级，餐饮产业链不断完善。餐饮企业的自律水平进一步提高，企业整体向着可持续、规范化的方向发展。近年来，服务经济和数字经济快速发展，以餐饮业为代表的服务消费增长空间巨大，技术赋能也促使餐饮行业供给水平和服务效率进一步提升，总体而言，当前的餐饮行业发展呈现出如下特征：

### （一）产业规模：多因素推动规模增长，疫情冲击凸显行业韧性

近年来，随着 GDP 和国民收入水平的不断增长，餐饮行业规模不断扩大，餐饮业增速也在国民经济各行业中始终保持领先地位，对促进经济社会发展，满足人民美好生活需要的作用愈发明显。统计数据显示，疫情前，餐饮行业收入由 2010 年的 17635.5 亿元增至 2019 年的 46720 亿元，餐饮业年增速一直高于同期 GDP 增速，且从 2015 年开始持续高于社会商品零售额增速，充分体现出服务消费的巨大潜力与餐饮业对国民经济增长的带动作用。疫情发生后，餐饮行业整体蒙受了巨大损失，但仍在 2021 年体现出较强的韧性，同比增长 18.6%（见图 1）。



图 1 我国餐饮行业规模及增速对比

数据来源：国家统计局

从产业主体规模情况看，第四次经济普查数据显示，2018年末，全国共有餐饮业企业法人单位30.6万个，餐饮业企业法人单位从业人员432.4万人，分别比2013年末三次经济普查期间的餐饮业企业法人单位12.6万、餐饮业企业法人单位从业人员397.3万人增长142.9%和8.8%<sup>[②]</sup>。而全口径的估算也显示出显著的增长趋势，红餐网数据显示，疫情前的全国餐饮门店总数稳中有升，从2014年的585万家增至2019年的712万家，疫情发生后全国餐饮门店总数有所下降（见图2）。中国烹饪协会报告指出，改革开放初的1978年，我国餐饮从业人数为104.4万人，2018年的餐饮从业人数约有3000万人，餐饮业为“稳就业”做出了重要的贡献<sup>[③]</sup>。

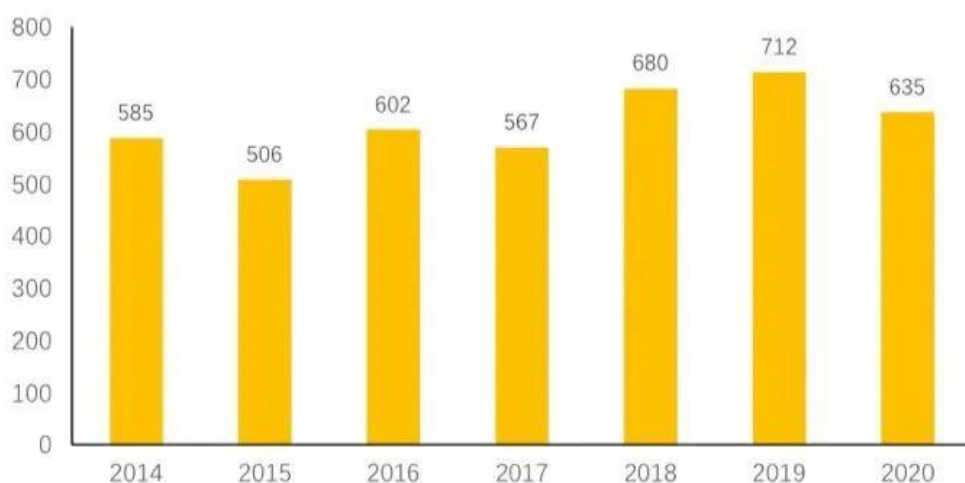


图2 我国餐饮商户数量（单位：万家）

数据来源：红餐网 《2021 中国餐饮产业生态白皮书》



餐饮行业能保持较快的增长，与综合国力的增强及居民收入的提升密切相关。此外，受到居民工资率增长、城镇化率快速提升、家庭规模小型化、女性受教育水平及劳动参与率提高等因素影响，饮食活动由家庭生产向市场提供的趋向也非常明显，无酬劳动向有酬劳动的转化带来了产业规模的扩大，这可以用餐食外部化率的提升来表征（见图3）。根据相关机构测算，尽管未来人口增速放缓，但随着城镇规模不断扩大，餐饮的市场化、外部化程度不断加强，2025年我国餐饮行业规模有望超过6万亿元，5年复合增速达到6.5%<sup>3</sup>。

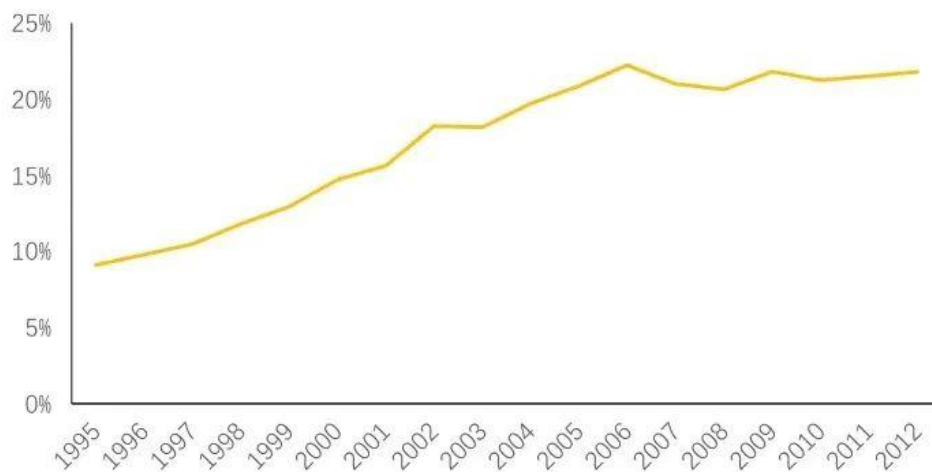


图3 我国居民餐食外部化率不断提升

数据来源：国家统计局

注：参考日本经验，饮食外部化率=餐饮市场规模/(餐饮市场规模+家庭食品饮料总支出)。对于1995-2012年，本文用“城镇居民消费年度支出”中“在外用餐”和“食品支出”的比估算饮食

外部化率。2013年后，国家统计局调整了统计口径，因此改用“全国居民人均现金消费支出”中“饮食服务”与“食品烟酒”的比来估算<sup>[4]</sup>。

## （二）产业结构：主体繁多显现发展活力，结构分散制约产业升级

一般认为，我国餐饮行业具有典型的“小、散、弱”即企业规模小、产业结构松散、核心竞争力弱的市场结构特征<sup>[5]</sup>。我国餐饮行业仍以中小主体为主，根据美团研究院的问卷调查结果，约有81.41%的餐饮商户年交易额（包含外卖和到餐）不足20万元，这些中小商户构成了行业生态的主体<sup>[6]</sup>。我国餐饮行业整体连锁化和集中化程度也比较低，2021年我国餐饮连锁化率不到20%，而美国和日本的餐饮连锁化率分别达到54%和49%，从餐饮品牌的集中度看，中国餐饮品牌CR5<sup>[7]</sup>约为2%，而美国和日本CR5分别达到15%和14%。餐饮行业数据显示，自2011年至疫情暴发前，限额以下商户的餐饮收入占总餐饮收入的比重不断提升，中小餐饮行业主体在市场中占据愈发重要的地位，但是2019年后占比有所下降，说明疫情冲击也使抗风险能力相对较差的中小商户面临一定挑战（见图4）。



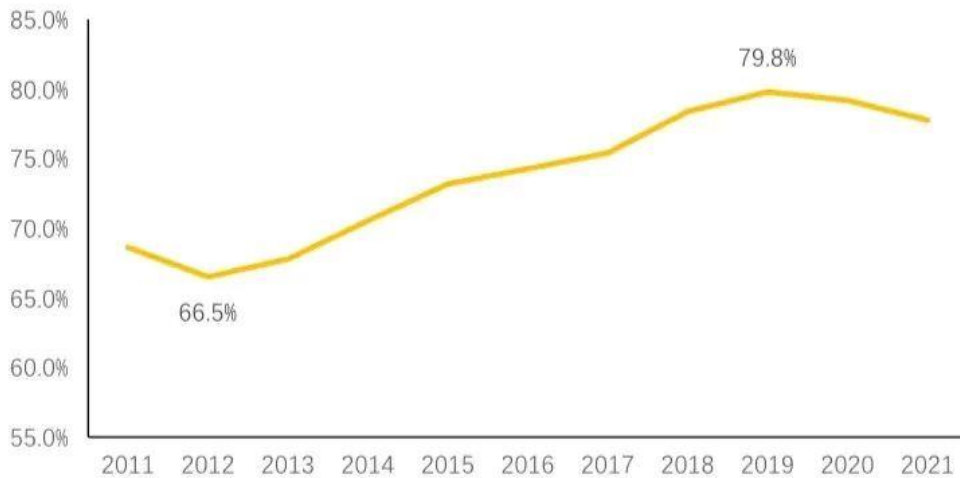


图 4 我国限额以下餐饮商户收入占整体餐饮收入比重

数据来源：国家统计局

这种产业结构的形成受到若干因素影响。首先，在地理条件上，我国地大物博，食材、调味品种类丰富多样，如我国常用食用蔬菜高达 150 种，全国不同地域、民族之间的食性差异较大，甜、酸、苦、辣、咸等多种口味“众口难调”，这提供了餐饮业“百花齐放”的有利条件，也对餐饮业的标准化、规模化形成制约。其次，传统餐饮业具备典型生活性服务特征，进入门槛较低、启动资金少、现金流量足，受到中小创业者青睐，更多地承担了就业、创业“蓄水池”的功能。首都经贸大学一项针对一线与新一线城市的 2500 家餐饮商户的调研显示，59.3%的餐饮商户启动资金小于 12 万元，其中小于 6 万元的商户的占比达到 28.5%；启

动资金超过 30 万元的餐饮商户的占比仅有 12%。再次，数字化转型可能也在一定程度上促进了餐饮市场结构的分散化。外卖平台构建了线上化的餐饮销售渠道，更广的覆盖范围和更强的信息流通效率，摊薄了饭店租金、装修等固定成本，为更多中小餐饮商户的生存和发展创造了有利条件。从美团平台的订单量数据看，外卖市场具有明显的“拖尾”特征，长尾效应突出（见图 5）。

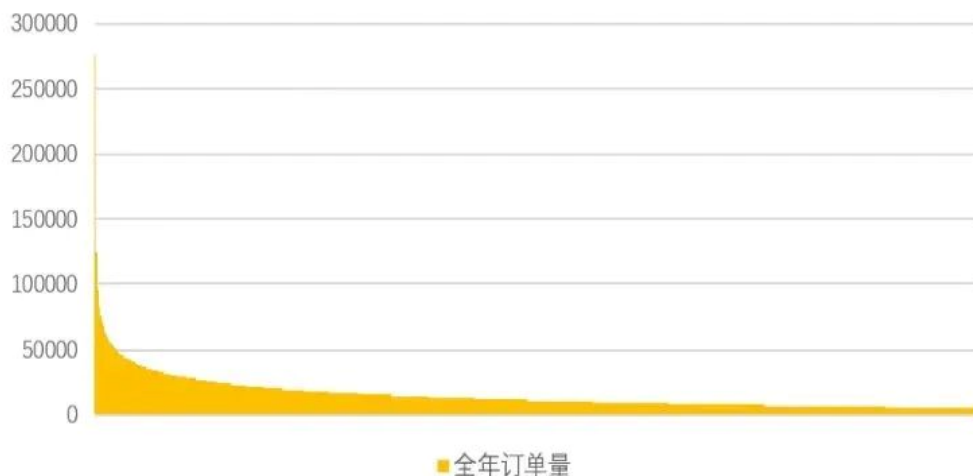


图 5 外卖市场中的长尾效应

数据来源：美团

注：根据 2020 年美团平台中某地外卖订单量排名前 50 万的商户数据绘制

众多中小创业主体为餐饮行业的发展注入了源源不断的活力，相关数据显示，中国餐饮企业的流动率近年来持续上升，从 2015 年的 18.6% 上升至 2020 年的 28.5%（见图 6），行业主体的变动证明行业壁垒较低，也带动了行业的

创新发展，但过于分散的产业结构也使得行业在提升标准化程度、发挥生产规模效应、应用新型技术、减少交易成本等方面面临一定困难。

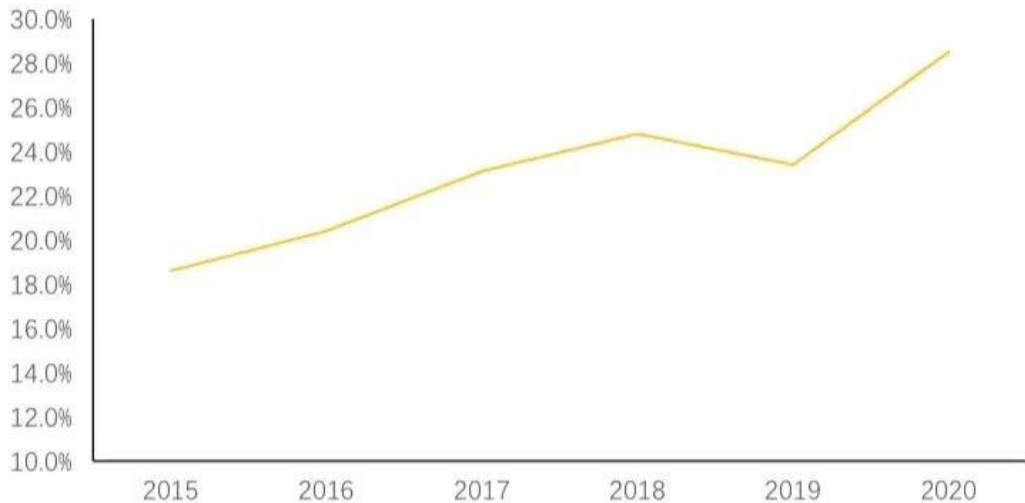


图 6 2015-2020 年中国餐饮企业流动率

数据来源：中泰证券研究院 美团新餐饮研究院

注：企业流动率=（年度餐饮企业注册量+注销吊销量）/餐饮商家数量

**（三）产业链条：上游采购环节成本较高，中下游运营能力有待提升**

餐饮行业关联效应强，其相关产业链具有显著的纵向延伸和横向拓展能力，融合带动了农业、制造业、服务业的多个产业部门。以一般经济活动环节划分，餐饮业可以简要分为上游的原材料采购供应环节、中游的餐饮经营及生产环节和下游的餐饮销售及履约环节，包含了农产品生产

流通企业、餐饮供应链企业、预制菜调味品生产企业、餐饮经营企业、餐饮及内容互联网平台企业和第三方的餐饮服务商等多种类型的行业主体（见图7）。

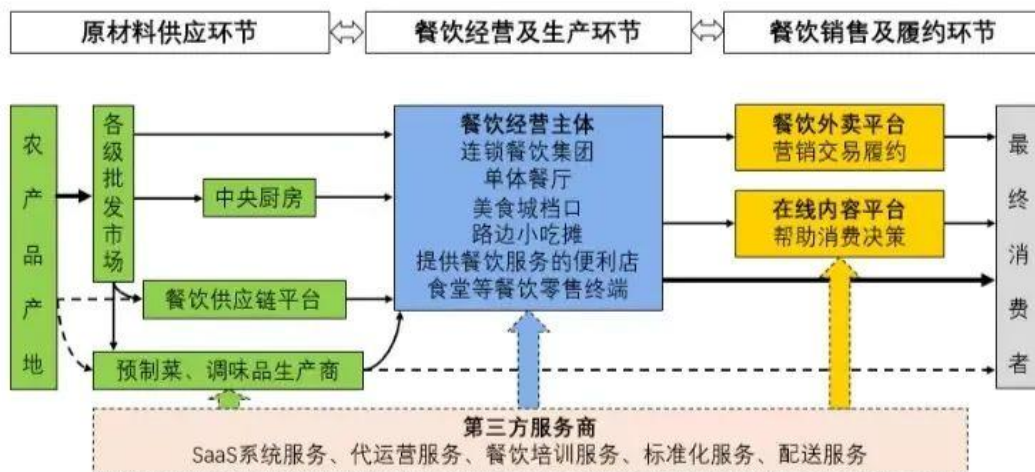


图7 餐饮行业产业链示意图

资料来源：作者自制

产业链是同一产业部门或不同产业部门某一行业中具有竞争力的企业及其相关企业，以产品为纽带按照一定的逻辑关系和时空关系，联结成的具有价值增值功能的链网式集群。产业链条是否稳定、完整和畅通是一个产业现代化程度和成熟度的重要判断标准<sup>4-6</sup>。餐饮行业产业链的不同环节也呈现出不同特征。

一是上游原材料采购困难且昂贵。中国餐饮业上游的原料供货商不成熟，不能有力地支持餐饮行业高质量发展。

我国农产品的中间流通体系呈现出以多级批发市场为主的多层级、多环节的典型特征，生鲜商品从生产者到终端环节甚至可能经过三、四层流通环节<sup>7</sup>。我国农产品物流体系不完善，冷链运输、仓储设施建设滞后，推升了损耗率，也导致较高的原材料采购成本。根据中国饭店业协会统计，原材料进货成本在餐饮企业各项成本中的占比达到40%左右。另一方面，尽管预制菜加工和中央厨房的规模化建设能有效降低餐饮行业采购成本，但相关产业并不发达。我国预制菜行业参与主体多，普遍无明确、清晰的发展战略，行业CR10仅为14.23%，呈现规模化企业少、地域性强的特点<sup>[8]</sup>。另根据中国产业信息网，2019年我国餐饮企业的中央厨房产能利用率仅为55%<sup>[9]</sup>，中央厨房建设难度较大，前期投入较高，如果店面规模化不足将较难实现成本摊薄，也使其难以成为餐饮企业，尤其是中小餐饮企业降本增效的有效解法。

二是中下游餐饮经营销售模式仍较为传统。作为餐饮产业链的核心环节，大部分餐饮商户的生产经营方式仍然比较传统。许多商户对餐饮经营缺乏科学分析和长期规划，对餐厅选址、定价、客群定位等缺乏系统规划，也没有对餐厅的经营指标进行精确计算和思考，更缺乏运用数字化工具实现运营转型升级和全渠道营销的能力。尤其对于传统

的餐饮夫妻店，在中游的生产环节比较单一地依靠人力投入，在下游的销售履约环节缺乏线上线下融合发展与全渠道营销的意识和能力，成本高企但产出有限，这在一定程度上制约了商户增收和行业转型升级。

三是餐饮第三方服务市场供需不平衡。餐饮第三方服务商，尤其是 SaaS 服务商竞争非常激烈，当前的产业结构也给该产业链环节的发展带来制约，形成了供需错配。一方面，广大中小餐饮商户难以负担相对高昂的 SaaS 服务费用，在此类主体中众多三方服务商难以培育出长期的付费习惯，无法覆盖运营成本；另一方面，一些大中型及连锁餐饮企业对系统的兼容性和数据的规模有较高的要求，但当前市场中不同的智慧服务系统之间数据往往无法共享，这也为餐饮企业各业务模块之间的协同及整体智慧运营带来困难。其他如餐饮代运营服务、标准化服务、企业培训服务等，也处在市场培育的初级阶段，存在餐饮商户不了解、不习惯，服务供给方不规范、不专业等多重矛盾。

**（四）产业要素：资金技术相对不足，要素市场有待完善**

生产要素的充足与自由有序流动是各类产业发展的基础条件。对餐饮产业而言，资本、土地、劳动力是最为重要



的生产要素，同时伴随着行业现代化进程的加快，技术、数据的重要性也愈发凸显。当前的餐饮产业要素市场呈现出如下特征：

一是**资本要素不足，企业外部融资渠道受限**。发达的金融市场是产业发展的必要条件，资本要素的充裕程度和配置的市场化程度制约着餐饮行业的规模和创新研发能力。由于传统餐饮企业存在着营收流水由于现金交易难以核查监管、原材料采购难以获取发票而无法确认等方面的问题，面临着财务规范相对不足的缺陷，餐饮企业在 A 股上市较少。另一方面，对于商业银行等金融机构而言，发放贷款往往需要企业提供足够的抵押或担保，而餐饮企业往往固定资产价值低且少，原材料、存货等动产极易损耗，抵（质）押品不足。因此，餐饮企业想从金融机构获得贷款或者上市融资具有很大的难度。传统餐饮企业的扩张更加依赖自有资金的滚动积累或者亲友借贷，资本的规模和增速均难以支撑企业的快速发展。但是随着行业标准化、数字化转型，近年来资本市场对餐饮业更加关注，尤其在茶饮、火锅、小吃等赛道频频出现大额融资，餐饮市场资金要素缺乏的情况正逐渐呈现好转趋势<sup>[10]</sup>。

二是人才短缺成为行业发展痛点。首先，尽管自动化系统和智能机器人得到广泛应用，但餐饮行业劳动力密集型的属性仍然比较突出。宏观上受到生育率降低和人口增速放缓的影响，服务业劳动力出现整体性短缺。其次，青年群体就业观念转变，获得感低且发展路径受限的服务员、传菜员、收银员、小时工等基础餐饮服务岗位存在招工难现象<sup>[11]</sup>。再次，餐饮行业的学历教育、职业教育体系不完善，校企衔接不畅通，新职业如数字化运营师等缺乏体系化的培养途径，也导致行业高级技术人员及经验丰富的高级管理者供不应求。

三是数据和技术要素在餐饮行业应用的深度和广度有待提升。数据要素在网络数字时代被广泛应用于各行业的生产流通过程中，科技创新也发挥了重要的降本增效作用，拓展了行业的生产可能性边界。一方面，餐饮行业的数字化程度不高，许多商户还停留在线上化的初级阶段，无法使用数字化运行系统替代重复劳动，提高经营效率。而数据要素市场整体的不完善以及餐饮数字化系统的兼容性难题，也使得大量企业无法享受数据要素积累带来的规模效应。餐饮从业人员数字化素养不高同样制约了数据要素发挥出边际贡献。另一方面，餐饮行业的技术研发和应用仍

不充足。自动化取送餐机器人、工业化厨师机、24小时自动餐饮制作设备等餐饮行业高科技设施大多还处于研发或小规模实验阶段，大规模商业化应用不足<sup>[12]</sup>。此外，餐饮业上游的原材料生产、运输环节技术应用较浅，食品工业的核心技术装备水平不高，以传统制造装备为主，而现代数控装备偏少，机械制造水平和信息化程度不高，对大数据、物联网、人工智能、云计算等新技术更难以完全融合消化。

## 二、我国餐饮行业正呈现“三浪叠加”的发展趋势

近年来，随着经济体制的不断完善与技术创新的持续迭代，我国餐饮行业发展正呈现出“**技艺精进、工业化赋能、数字化转型**”三种浪潮同时演进的“三浪叠加”趋势。

### （一）技艺精进

尽管餐饮行业许多品类赛道有着“去厨师化”以降低成本、提高标准化程度的趋向，但是自动设备对人力的替代始终存在局限性。在许多社会热点新闻的讨论中，总会出现大众对于机器制作食品“缺乏灵魂”的评论和感叹。实际上，餐饮尤其是中式餐饮，首先是人的手艺和创造，行业的发展也离不开人的智慧和汗水。因此，餐饮行业创新的基础来源首先就是技艺的升级与精进。

一方面是烹饪技艺的精进。首先是烹饪食材种类的扩展。我国地域广阔，原本用于烹饪的农产品就品种繁多，得益于育种、耕种等农业技术的变革创新让国内可种植、可食用农产品愈发丰富，国内交通循环的畅通也让区域性食材得以更大范围推广；而改革开放尤其是加入世贸组织以来，农产品国际贸易规模持续扩大和全球物流供应链的完备，也让更多海外特殊生鲜产品成为寻常食材，极大地扩展了餐品食材种类<sup>8</sup>。其次是烹饪技法的进步与融合。相关研究表明，中式烹饪技法多样，我国各地的烹饪方法多达467种，其中常用的方法就有煮、溜、焖、烧、氽、蒸、炸、酥、烩、扒、炖、爆、炒、砂锅等14种<sup>9</sup>。在居民消费结构升级的趋势下，不同地域、菜系的烹饪方法互相融合、吸收，形成独具特色的菜系；同时，更多国际美食进入国内市场（见图8），中式餐饮也借鉴了西式烹饪技法，不断创造出新的中西融合菜式，餐饮个性化、品质化升级持续进行<sup>10</sup>。

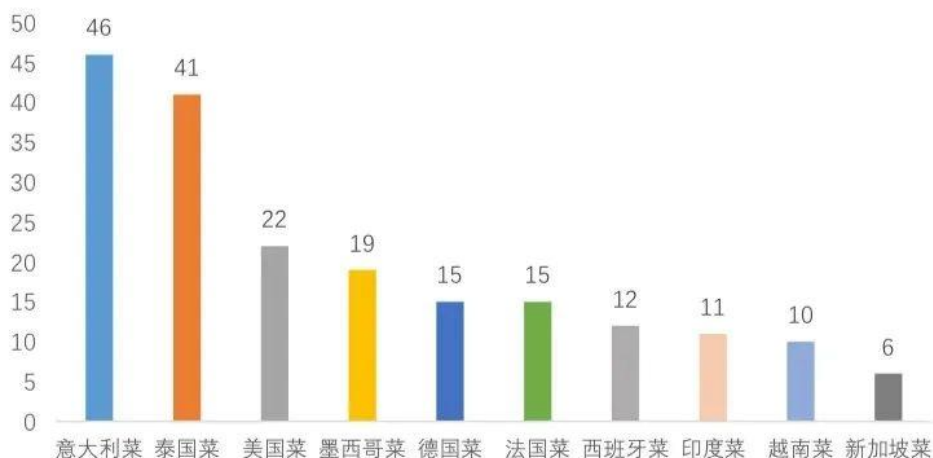


图 8 2021 年朝阳区部分国际美食餐馆的国别分布（单位：家）

数据来源：美团数据

另一方面是服务技巧的提升。餐饮行业包含了有形的产品与无形的服务，行业技艺的升级除了烹饪技术的提高，也包含了服务水平的提升和消费者体验的优化。一方面，餐饮的功能从“果腹”向更高层级需求演进，菜肴在颜色、香气、味道、形状、器皿、意境等方面更加考究，就餐环境富有创意、精心设计<sup>11</sup>。另一方面，在以人为本的消费理念下，餐厅服务更加人性化，文化元素高度融入，满足了消费者娱乐、教育、审美等多元的体验需求，让餐饮业的服务水平得到充分体现<sup>12</sup>。

## （二）工业化赋能

餐饮离不开人的手工操作，同时也是市场化的经济活动，尽管餐饮活动历史悠久，但从现代产业视角审视，其在技术应用、专业分工、标准制订等多个维度的现代化水平仍有待提升。餐饮工业化，即用工业化的技术和手段来经营餐饮，以实现餐食加工过程的定量化、标准化、机械化、自动化、连续化。具体而言，就是以定量配比代替模糊感觉，以标准程序代替个性多变，以机械运作代替手工操作，以自动控制代替人工控制，以连续生产代替间歇性生产<sup>13-14</sup>。应用工业化思维对餐饮产业链的部分环节进行赋能改造，能有效提升全要素生产率，以制造业赋能服务行业的升级发展<sup>15</sup>。当然，工业化不能替代餐饮的所有环节，也不能改变其劳动密集型服务业的本质，当前餐饮工业化的两大趋势是上游环节的中央厨房建设和预制菜行业的发展。

**一是中央厨房的建设。**中央厨房（central kitchen）是为相关单位提供饮食配餐的食品加工企业。我国《中央厨房许可审查规范》对中央厨房进行了定义，指“由餐饮连锁企业建立的，具有独立场所及设施设备，集中完成食品成品或半成品加工制作，并直接配送给餐饮服务单位的单位”。中央厨房不仅能够实现传统厨房的功能，还能凭借其在集中采购、标准化生产、检验、统一包装、信息化处



理以及物流配送等领域的突出优势，实现餐饮的工业化，发挥规模效益，有效缓解餐饮业的原料、租金、人工压力。企业能够根据所需食材价格变动情况，建立“期货式管理”运行模式，在价格低谷期集中采购，锁定整年的价格，降低采购成本；通过对目标菜品生产工艺进行技术拆分，形成能够标准化操作的生产规范，提高工作效率，保证菜品质量；信息化建设能帮助企业及时准确地了解各部门的原料存储量、资金流动以及日常运作情况，帮助决策层进行企业经营决策分析与战略发展规划<sup>16</sup>。根据招商银行研究院测算，中央厨房能帮助企业节省出10%-12%的利润率空间。不过中央厨房的建设属于较大的固定成本，需要一定门店密度和数量支撑，当中央厨房覆盖的门店超过20家以后，中央厨房的经济性才会逐步凸显<sup>17</sup>。

**二是预制菜行业的快速发展。**预制菜是指以农、畜、禽、水产品为原料，配以各种辅料，经预加工而成的成品或半成品；根据加工程度的繁简，预制菜可分为即食、即热、即烹、即配（净菜）食品四大品类；其中即食、即热一般可以直接面向零售终端的消费者，即烹、即配预制菜则作为半成品面向餐饮企业，成为餐饮工业化发展的重要组成部分。预制菜可以将许多处于中游餐厅后厨的加工环节前置

到上游的食品工业生产环节中，能够有效地实现菜品生产加工的标准化、规模化，从而降低备菜环节的人力和时间损耗，减少厨房面积，加快上菜速度和翻台/出单率，实现经营效率的提升。根据中国酒店业协会对样本餐饮企业的测算，使用预制菜的餐饮企业能降低原材料采购成本占收入的比重，且利润率有望提升 7%<sup>18</sup>。截至 2022 年 1 月底，我国预制菜企业达 6.9 万余家，2019、2020 年分别新增 1.2 万家，呈现出较好的增长势头<sup>19</sup>。

### （三）数字化转型

网络数字时代，市场资源产生了广泛的重组与聚合，数字技术不仅在宏观上对经济增长、产业结构、就业形态等带来影响，也在微观上改造了服务业的商业模式和生产组织形态。数字技术通过创造新消费场景，构建线上业务渠道，减少了服务业的时空制约，一定程度上能够帮助传统服务业克服“成本病”，实现高质量发展。因此，数字化转型也成为餐饮行业重要的发展趋势。

餐饮业的数字化转型，就是要让数据作为核心生产要素加入到餐饮的商品生产、服务提供、中间流通和末端消费等各环节中，其目的是通过数字技术带动餐饮行业边际效率改善和全要素生产率提升。当前对于餐饮行业的数字

化定义、特征和转型路径有多种不同的表述，存在线上化、数据化、可视化、智能化等多种概念。综合来看，本文认为餐饮数字化可以分为渠道数字化、流程数字化和决策数字化三个维度。其中**渠道数字化**可以一般性地理解为线上化，主要介入流通和消费环节，即商户和消费者原来在线下渠道进行的采购、销售、营销等活动转为线上渠道进行。帮助餐饮企业拓展经营时空范围，丰富交易场景，减少地理位置的制约。**流程数字化**可以理解为自动化，主要介入生产环节，是指利用现代数字技术和智能设施，将人工控制的经营管理活动，尤其是固定化和重复性的环节转化为按预定程序运行的过程，并为数字化的服务对象（包括餐厅管理者、服务人员、顾客等）输出可视化的结果。**决策数字化**是餐饮业数字化的进一步加深，也可以理解为智能化，是数字技术和智能技术介入了经营决策环节，能辅助甚至代替经营者进行实际决策。

餐饮业涉及产业链条长，融合一、二、三次产业，能为数字化技术的应用提供丰富的场景。数字化转型也能够赋能餐饮服务业全流程，可以有效地提升行业全要素生产率，拓展生产和服务可能性边界。数字化转型还有利于餐饮业在信息展示方式、交易方式、服务评价标准等方面实现规

范化、标准化发展，从而降低行业在信息搜寻、售前匹配、评级评价、履约配送、售后服务等过程中的摩擦与失真，有效地降低了交易成本，提高了消费者的满意程度。当前，餐饮行业的渠道数字化快速发展，国家信息中心数据显示，2021 年餐饮在线外卖收入的占比提升至 21.4%，同比上升 4.5 个百分点，线上化率不断提高；流程数字化稳步推进，餐饮 SaaS 服务商头部化趋势更加明显，餐饮 SaaS 市场规模不断扩大，在三四线城市的渗透率逐渐扩大；餐饮经营决策数字化分析能力升级进步，大数据、云计算、5G、AI 等技术和餐饮业的融合更加成熟。

我国餐饮产业创新的三个主要趋势互相影响，互为条件。其中第一重升级趋势，技艺精进较大程度上依赖于农业技术进步，同时也能基于第一产业的发展，带动二、三产业的协同提升，完善餐饮行业的本质内涵和消费体验；第二重趋势，工业化赋能是充分发挥制造业在标准化、规模化、产业化方面的巨大优势，将传统的农业和餐饮服务业通过第二产业有机地联动起来；第三重趋势，数字化转型是服务业充分发挥数字经济对各产业的带动作用，通过新的网络信息技术应用构建三次产业协同的现代产业体系，提高餐饮服务业的发展水平。值得注意的是，这三种趋势

尽管时间上存在一定的先后关系，但并无明显的波段性，而是协同进行并互相促进（见下图 9）。这也与我国的发展阶段和发展路径相关，城镇化、市场化、工业化、全球化、信息化等多种进程的并行叠加，为餐饮行业的发展带来多重机遇。

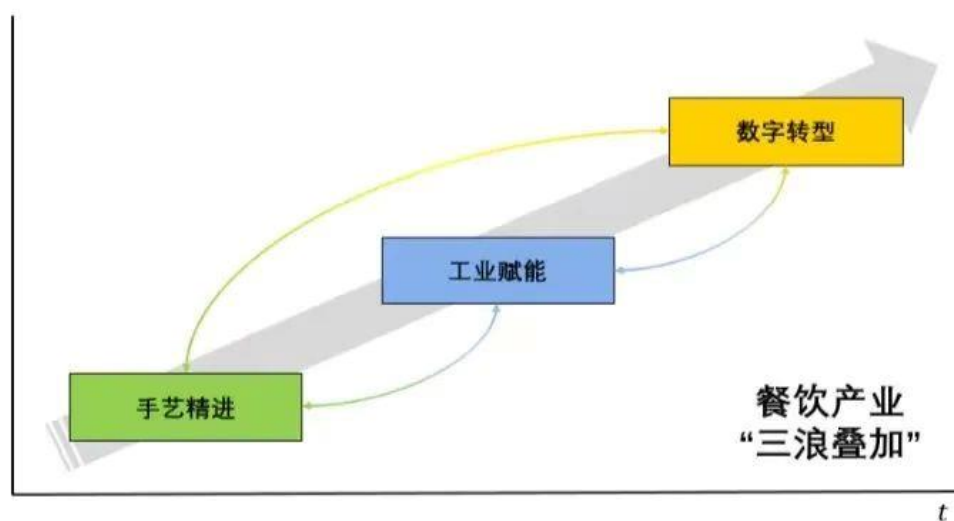


图 9 餐饮产业三个主要发展趋势

资料来源：作者自制

### 三、促进餐饮行业高质量发展的政策建议

#### （一）探索餐饮品牌化个性化升级路径

引导餐饮商户根据自身市场定位，创新经营方式方法，融合传统烹饪技艺和现代化经营方式，精准聚焦特定餐饮赛道，加强品牌能力建设。规范餐饮连锁加盟业态，整合行业协会、平台和优质品牌商家资源，在连锁经营这一关键领域尽快建立完善法规标准、连锁品牌评价和信用评价体

系，加强连锁加盟品牌的合法化、规范化，帮助中小餐饮商户降低选择成本。发掘和弘扬中华饮食文化，开发针对儿童、青年人、老年人等特定消费群体的特色产品，创新民族餐饮、乡村餐饮，满足个性化、品质化餐饮消费需求。

## （二）推动餐饮多产业多业态融合创新

加强食品工业建设，出台一系列针对生鲜农产品加工、预制菜生产、生鲜冷链仓储、餐饮中央厨房等企业的资金、能源、土地等优惠政策。引导餐饮服务业向种养、加工、物流配送等产业链的上下游延伸。发挥餐饮行业的综合带动效应，引导餐饮与文化、旅游、影视娱乐等多业态融合发展，打造具有重要影响力的餐饮街区，推动餐饮业集聚式发展。打造一系列美食节庆活动，推动中华美食文化“走出去”，提升文化软实力。

## （三）鼓励餐饮行业规范化低碳化发展

加快构建餐饮产品和服务标准体系，引入国际质量管理标准，增强标准覆盖面和适用性。加强和餐饮平台、协会、龙头企业的标准合作，引导行业主体根据实际发展趋势制定操作流程、信息展示、服务规范、商品交付等多个环节的标准化，降低行业交易成本。加强行业的食品安全及卫生监管，逐步提升行业规范化水平，依托线上评价系统提升



餐饮行业质量标准和信用体系建设。鼓励餐饮企业以低碳绿色为方向，减少一次性用品的使用，加强餐厨废弃物回收体系建设，在生产各个环节推广应用新型节能技术，大力倡导绿色消费，推广小份菜等举措减少餐饮浪费。

#### （四）运用网络数字技术实现创新转型

鼓励餐饮企业灵活合理运用互联网、大数据、云计算等新一代信息技术提高经营水平，推动餐饮企业打通线上和线下多种经营渠道。强化商户数字营销、线上客户运营、经营数据分析等能力的建设。积极开发在线订餐、电子支付、顾客点评、优惠推送等服务功能。对缺乏数字化转型意识和数字运营能力的中小商户开展培训帮扶。推动餐饮行业的数字化、智能化新型基础设施建设，加强智能取餐柜、智能外卖柜等服务终端建设和社区布局，推动发展无接触式交易服务，推广无人车配送进产业园和居民小区，推动智慧餐厅、智慧美食街区等智能零售终端建设，发挥数字技术对餐饮行业各环节的促进作用。

## 附注：

[①] 阶段划分方式与特征部分参考了中国烹饪协会：中国餐饮业 60 年发展回顾与展望 [EB/OL]. <http://www.ccas.com.cn/site/content/89048.html?siteid=1>

[②] 数据来源：第三次、第四次全国经济普查数据公报。

[③] 数据来源：中国餐饮业改革开放 40 年：市场规模迈向四万亿 中餐走出国门成文化代表 [J]经济日报, 2018, 05.

[④] 数据及计算方法参考：周海伟, 厉基巍. 家庭生产社会化是促进经济发展和居民消费的重要动力[R]. 美团研究院调查研究报告. 2021, 05.

[⑤] 此处定义借鉴张凌云对旅游行业组织特征的研究, 详见张凌云. 我国旅行社行业市场垂直分工的规制性障碍(上) [N]. 中国旅游报, 2005-05-09. 也有研究认为餐饮业具有流动速度快、经营绩效差等问题。

[⑥] 数据来源：王珺, 刘佳昊. 2020 年中国餐饮外卖中小商户发展报告 [R]. 美团研究院调查研究报告. 2021, 06.

[⑦] 规模排名前五企业的市场集中度, 用于度量行业的组织结构。

[⑧] 数据来源：广发证券. 食品饮料行业餐饮供应链深度报告系列四：预制菜行业高景气, 安井有望成为龙头 [R] 2021, 07.

[⑨] 同上

[⑩] 弗若斯特沙利文. 餐饮行业：餐饮企业境内外私募融资及上市手册 [R]. 2021, 08.

[⑪] 餐饮行业发展最大痛点：人才短缺 [J]. 国际商报. 2021, 12.

[⑫] 资料参见：搜狐：[https://www.sohu.com/a/403936048\\_100032554](https://www.sohu.com/a/403936048_100032554);

知乎：<https://zhuanlan.zhihu.com/p/38455860>。

## 参考文献：

- [1] 谢伍璜. 中华饮食文化创新传播助推国家文化软实力提升[EB/OL] 中国社会科学网, 2019, 12.
- [2] 杜颖卉, 潘祥辉. 新技术背景下中国饮食文化的国际传播[J]群言, 2022, 05.
- [3] 招商银行研究院. 餐饮行业之连锁品牌篇：内资比肩外资尚需时日，第三方央厨望率先崛起[R]. 2021. 12. 13.
- [4] 邵昶, 李健. 产业链“波粒二象性”研究——论产业链的特性、结构及其整合[J]. 中国工业经济, 2007(09): 5-13.
- [5] 刘贵富, 赵英才. 产业链: 内涵、特性及其表现形式[J]. 财经理论与实践, 2006(03): 114-117.
- [6] 王礼恒, 屠海令, 王崑声, 袁建华, 葛宏志, 胡良元, 王海南, 赵滢, 卢跃, 崔剑. 产业成熟度评价方法研究与实践[J]. 中国工程科学, 2016, 18(4): 9-17.
- [7] 刘佳昊, 张琳. 我国生鲜农产品流通新趋势分析[R]. 美团研究院调查研究报告. 2021-11-03.
- [8] 2021 年我国农产品进出口现状，贸易逆差同比上升 32.9%[EB/OL] 2021, 06. <https://www.163.com/dy/article/GCHFPDSN05387IEF.html>
- [9] 韦吉广. 浅谈中式烹饪方法的种类、特点及创新[J]. 广西教育学院学报, 2012(05): 177-179.
- [10] 王建. 试论西餐饮食对中餐烹饪的若干影响[J]. 饮食科学, 2019(14): 79.
- [11] 段娴萍. “体验”视角下餐饮产品的创新设计[D]. 河北师范大学, 2008.
- [12] 朱水根. 以“体验经济”理论引导餐饮业发展[J]. 旅游科学, 2003(03): 17-18+28.
- [13] 杨铭铎, 曲敏. 传统食品及工业化的涵义与意义[J]. 食品科学, 2002(02): 145-147.
- [14] 苏扬, 张聪. 中国餐饮业实现工业烹饪战略研究[J]. 中国调味品, 2015, 40(01): 131-136.
- [15] 卢一, 熊敏, 郑伟. 餐饮产业化现状与发展趋势[J]. 四川旅游学院学报, 2014(03): 32-35+40.
- [16] 蔡永峰. 中央厨房与餐食工业化[J]. 食品与发酵工业, 2016, 42(12): 249-251.
- [17] 招商银行研究院. 餐饮行业之连锁品牌篇：内资比肩外资尚需时日，第三方央厨望率先崛起[R]. 2021, 12.
- [18] 民生证券研究院. 食品饮料行业寻找“高质量”发展系列报告：预制菜行业深度报告，中式餐饮“工业革命”[R]. 2022, 04.

[19] 方正证券研究院. 食品饮料行业预制菜：蓝海下的万商来潮，热度下的深冷思考[R].  
2022, 06.