

# 向阳而生、数启增长

CCFA餐饮行业数字化  
调研报告（2021）



# 目录

1	餐饮行业环境分析与趋势	04
1.1	餐饮行业需求端影响因素	
1.2	餐饮行业供给端影响因素	
1.3	相关政策影响	
2	餐饮行业痛点	13
2.1	餐饮行业痛点	
2.2	行业连锁化程度低	
2.3	供应链成熟度低	
2.4	消费者需求变化快	
3	餐饮行业数字化现状	17
4	餐饮行业数字化解决方案及案例	19
4.1	数字化解决方案	
4.2	高效链接“数字化转型案例-快捷餐饮行业巨头A	
4.3	“智能运营”数字化转型案例-某领先火锅餐饮品牌B	
4.4	“精细管理”数字化转型案例-中式快餐领导品牌C	
4.5	“顾客体验”数字化转型案例-中国老字号餐饮公司D	
5	餐饮行业数字化成功要素及实施路径	23
5.1	餐饮行业数字化成功要素	
5.2	餐饮行业数字化实施路径	
6	总结	26
	联系我们	27

# 摘要

2020年7月21日，习总书记在京主持召开企业家座谈会并发表重要讲话中提出：“...面向未来，我们要逐步形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局”。餐饮行业作为最能感知经济律动、最快反映消费需求的民生行业，在刚性需求、高消费频次等特征下，将成为促进经济内循环的重要推手之一。

因此CCFA组织了此次中国连锁餐饮的调研活动，旨在探究疫情后行业走势、摸排企业发展重点、并学习与推广餐饮企业发展先进案例，调研报告发现：

## 1. 餐饮市场环境 with 未来走势 - “向阳而生”

当下随着疫情控制趋于稳定，我国餐饮消费迅速复苏。虽然线上给零售门店带来的冲击，导致了流量增长乏力，但餐饮作为注重体验性的行业，受到的影响相对较小，餐饮已然已成为各实体业态引流的重要驱动：CCFA调研数据显示超过90%的受访企业认为2021将是乐观的一年，并且多达70%左右的企业认为在2021年可以实现总销售额、净利润及门店数的三重增长。行业数字也表明，餐饮这个万亿行业从疫情恢复后，将在未来5年重拾10%左右的增长率。正所谓“向阳花木易为春”，我们深信在餐饮这条长“雪道上”，将迎来新一轮发展与创新。

中国餐饮市场历经多年快速发展，传统驱动因素正在转变，市场已逐步由红利时代进入分化时代：

- ▶ 崛起的新人群，“多元化消费需求”、“健康饮食的关注”等方面主导着餐饮需求端的变化；
- ▶ 而技术变迁与业态以及渠道转变则餐饮的供给端展现的新趋势。

综上所述，餐饮的“长期主义”的发展驱动与创新来自于以下关键走势：年轻的消费者群体与新兴的消费行为，中国人口结构中日益壮大的“银发一族”，更创新的科学技术实现对供需匹配，更多元的餐饮业态打造的丰富的场景。因此唯有精准把握脉络、见微知著，才能打造制胜市场的利器。

## 2. 数字化启思与建设 - “数启增长”

根据国家统计局数据，在疫情阶段市场大规模停摆的挑战下，仍保持4万多亿人民币的规模，这得益于在疫情的危难之际，餐饮企业将外卖、团餐、半成品、零售化等方式成为了自救的重要举措。伴随着应时顺势进行的各类转变，大多数餐饮企业都认识到了加速数字化进程的必要性，调研数据显示多达85%的企业已经充分认识到了数字化转型的必要性；同时本年度协会收集的创新案例中，70%都与数字化建设有关，也从另一个方面说明了企业对数字化的重视程度。但中国连锁餐饮业的数字化启航伊始、正在路上，调研数据显示只有不到30%的受访企业获得了阶段性的成果；因此实现数字化的方式方法、成功路径就显得尤为重要。

- ▶ 数字化建设是一个非常大的话题，各餐饮企业的关注点不一样，基础不同，业态不同，发展阶段和战略重点不同，需求上可以说是百花齐放：而客流/会员/私域、价格优化、营促销等数字化手段无疑是短期提高企业绩效不二利器。
- ▶ 数字化应用是基于数字化平台，企业应该根据自身规模、业态特色、专业管理需求、结合用户体验旅程和新技术，聚焦“高效链接”、“智能运营”、“精益管理”和“顾客体验”四大应用场景中的一个或多个，让数字化为企业带来绩效提升；
- ▶ 数字化转型是“一把手”工程，也是一项长期工程，需要通过“文化先行”、“组织赋能”、“人才支撑”、“机制牵引”这四要素协同工作，与公司的战略、定位及软件硬件相适配，才能打造持久长效的数字化驱动企业发展的良性循环。

因此“向阳而生、数启增长”，本报告将从行业宏观环境、业内普遍痛点出发，结合CCFA对众多国内连锁餐饮企业经营状况的调研结果，对当下行业数字化转型现状及需求进行分析，再针对这些需求向广大餐饮企业提供可能的数字化解决方案、成功要素、典型案例及实施建议。

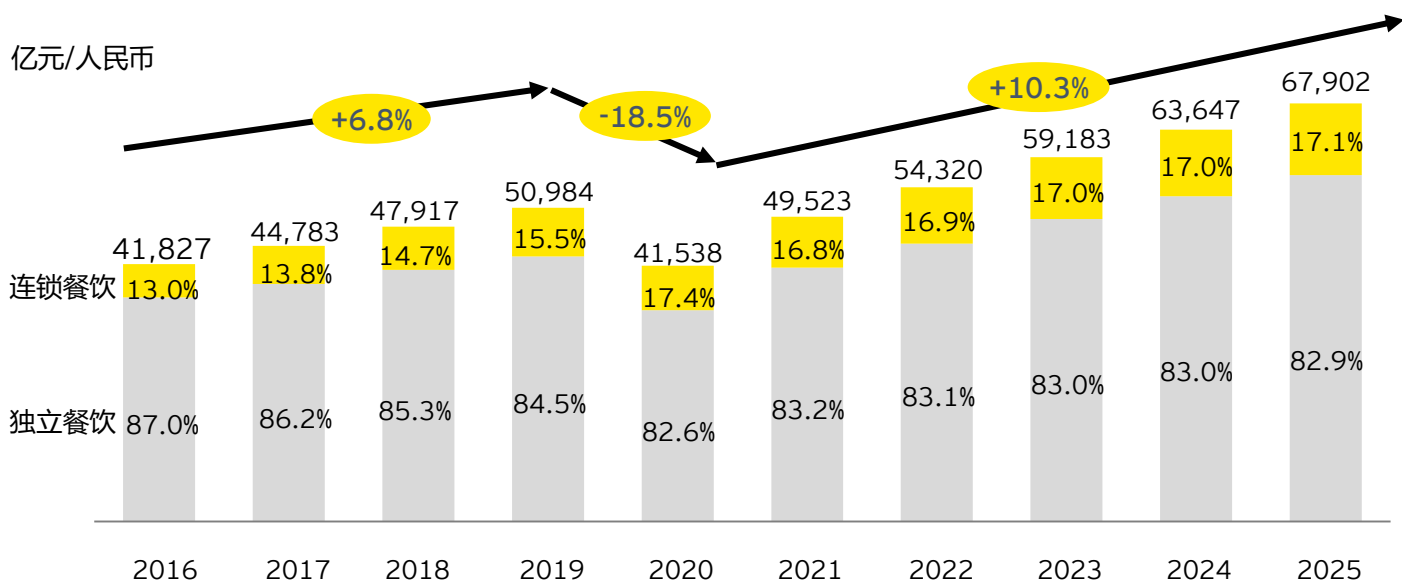


# 1

# 餐饮行业环境分析与趋势

从改革开放至2013年前我国餐饮业一直保持两位数增长，自八项规定出台后虽然高端餐饮受到一些影响但是大众餐饮的增速仍稳定在8-10%，截止到2019年我国餐饮市场规模已近5.1万亿人民币。2020年受到疫情影响国内宏观经济环境发生变化，餐饮堂食大量关闭、消费收紧，餐饮企业普遍面临经营困难的情况，不得不着手于解决资金紧缩、客源急剧下降的问题。然而令人意外的是，在关店数成比例上涨的同时每年仍有大量的新兴餐饮企业入局，包括个体户和小微餐企，连锁餐饮企业对于环境及自身更是抱有极大的信心，未来仍将恢复10%左右的高速增长。

图1：餐饮行业近年总体情况及预判



资料来源：欧睿数据、安永分析

根据CCFA2020年度中国连锁餐饮企业经营情况调查，超过90%的受访企业认为2021仍将是乐观的一年（包含“很乐观”、“谨慎乐观”和“比较乐观”），并且70%左右的企业认为在2021年可以实现总销售额、净利润及门店数的三重增长。

图2：对2021餐饮行业总体情况的预判

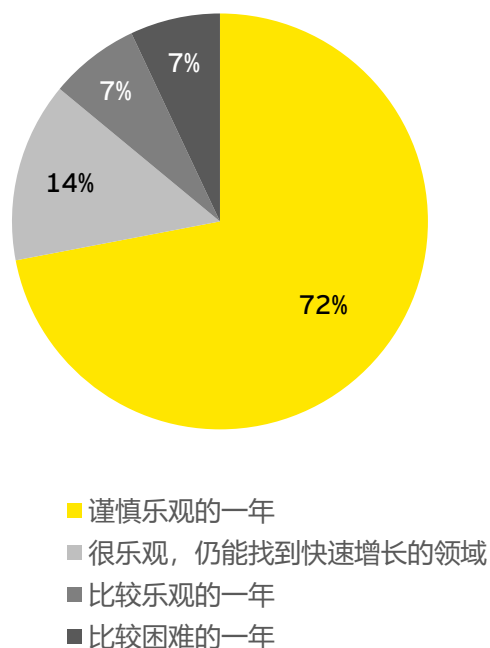
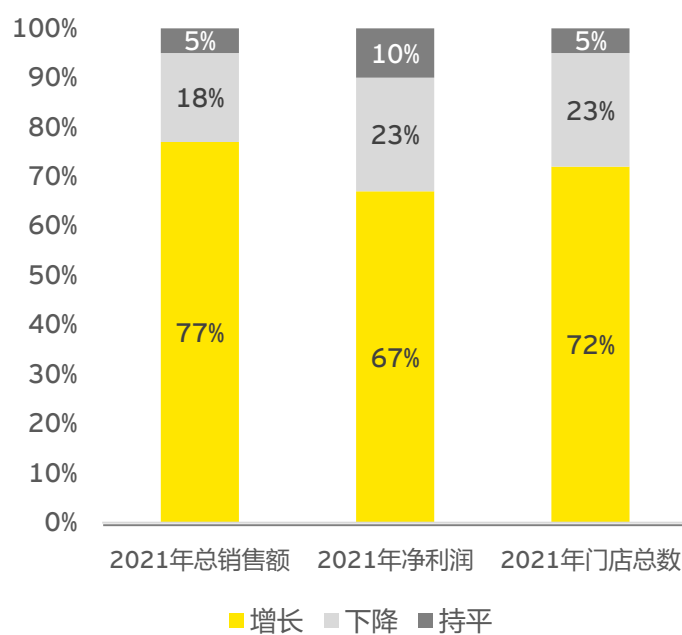


图3：对2021本企业经营情况的预判



资料来源：CCFA 2020年度中国连锁餐饮企业经营情况调查

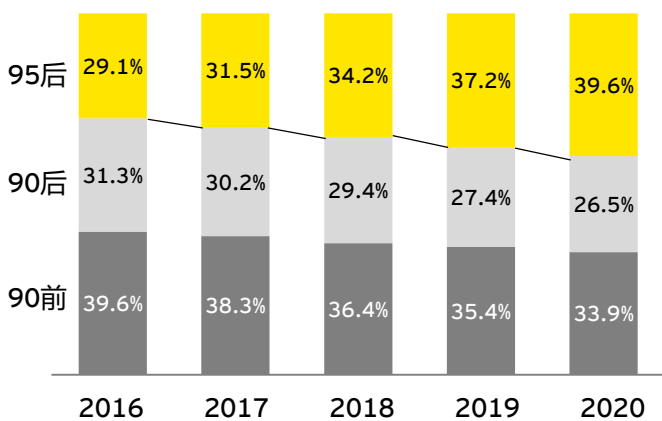
## 1.1 餐饮行业需求端影响因素

2021年5月11日，我国第七次全国人口普查结果正式发布，透过人口数据我们可以鲜明得触摸到时代印记，也能从中挖掘出对于餐饮行业发展的潜在机会：在需求端关注两大人群，包括他们不同的餐饮诉求以及关键的共同诉求：

- ▶ Z时代：95后逐渐成为消费主力，他们的餐饮消费更加多元化多样化
- ▶ 银发一族：我国人口老龄化程度进一步加深，60岁以上人口超过2.6亿人，占到总人口比例18.7%，银发经济特别是如何给老年人提供餐饮服务将成为未来热点
- ▶ 健康饮食：食品的安全、健康在疫情后越来越变得重要

### 1.1.1 中国Z时代逐渐成为消费主力

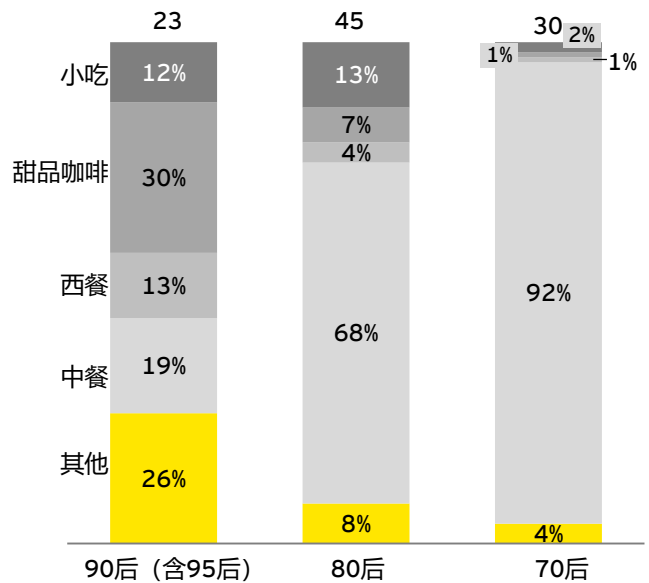
图4：中国餐饮消费年龄结构



资料来源：美团《中国餐饮大数据2020》、安永分析

在餐饮消费者人群中，年轻一代已成为新的主力消费群体，其中95后尤为突出，到2020年已成为第一大餐饮消费年龄群，贡献了近40%的餐饮消费总额。

图5：各年龄段消费者餐饮类型选择结构

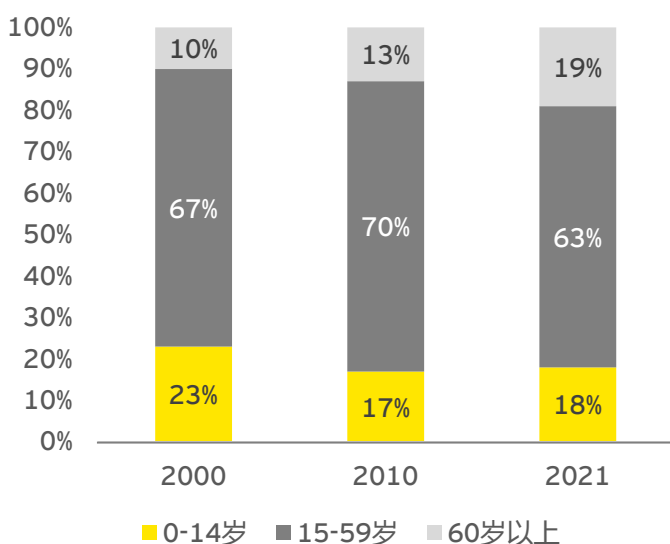


资料来源：案头研究、安永分析

90后消费者，特别是95后消费者，相比80后70后消费者对于中餐的偏好更注重体验的丰富性，并且会根据不同的外出就餐场景选择不同类型的餐厅。和过去传统的餐饮消费者在行为特征上有明显区别，95后是跟随互联网成长的一代，更容易接受数字化的消费方式，同时他们每天接受各种渠道的信息推送因而不会轻易被单一信息来源的营销方式而打动，这使得未来餐饮行业基于95后的大数据分析、精准营销显得极为重要。

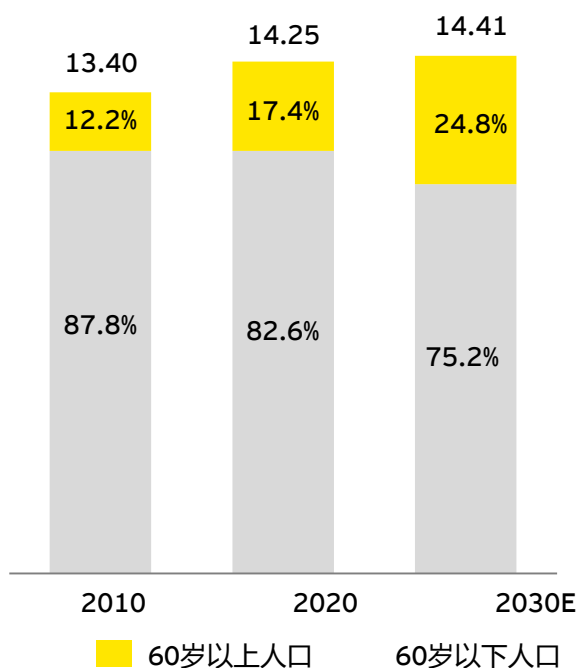
### 1.1.2 银发一族在餐饮中的需求将呈现上升趋势

图6：中国人口普查年龄结构



资料来源：2021人口普查数据、安永分析

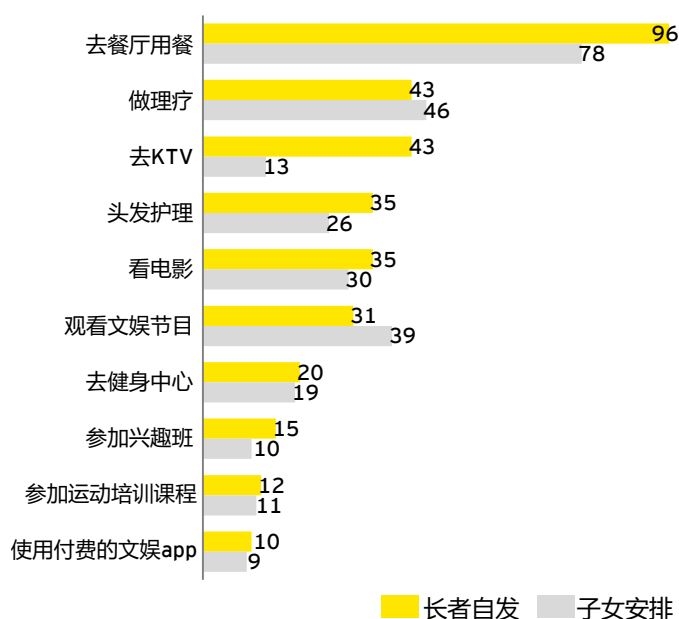
图7：我国人口老龄化现状及预测



资料来源：国家统计局、联合国、安永报告《中国消费者的七张面孔》

然而从更长远的角度来看，国内人口老龄化趋势明显，在中国2021年全国人口普查报告中，60岁以上人群相较2010年上涨6%，逐渐接近1/5的总人口比例，假设2020年、2030年综合生育率为1.8，则到2035年国内60岁以上老年人比重将会超过0-20岁青少年人口。中国是全球退休年龄最早的国家之一，赶上中国经济繁荣浪潮的第一代工人即将退休，在其储蓄周期的高峰期，加上政府补贴养老金不断上涨，银发族可支配收入可观。同时随着中国预期寿命延长，退休老人身体健康、精力充沛，且有充足的时间和金钱供其支配。某种程度上人们仍然认为银发族更倾向于储蓄而非随意消费，更依赖传统口碑而非现代技术。然而事实并非完全如此，一项综合性调查发现老年人不仅愿意舍得花钱，而且对不同的服务和消费都有浓厚兴趣，会频繁自发组织和参与不同活动。过去一年中，餐饮服务为最普遍的老年消费，接近所有（96%）受访老人都有自费到餐厅用餐的经历。

图8：过去一年老年消费者享受过的服务



基于调查报告，我国银发一族的餐饮消费需求旺盛，为其主要的消费项目，一年平均自主花费343元在餐饮活动上。

图9：我国银发一族年度消费类型（按总计消费金额排序）

自主消费	曾经消费比率	消费频率	每次人均消费（元/人民币）	总计消费（元/人民币）
去餐厅用膳	96%	2.55	140	343
做理疗、按摩等	43%	2.57	224	248
去健身中心	20%	2.9	220	128
参加兴趣班	15%	2.74	213	88
欣赏文化娱乐节目	31%	1.07	233	77
参加运动培训课程	12%	2.83	211	72
去KTV唱卡拉OK	43%	1.44	106	66
去理发店做防白发脱发等头发护理	35%	0.89	188	59
使用付费的文娱app	10%	1.68	182	31
去电影院看电影	35%	1.08	69	26

资料来源：HKTDC研究



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

[https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1\\_38433](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_38433)



云报告  
<https://www.yunbaogao.cn>

云报告  
<https://www.yunbaogao.cn>

云报告  
<https://www.yunbaogao.cn>