

本地生活服务商户调查报告

——开业餐饮商户生存与发展现状

2020年



海量行研报告免费读

研究范围及数据说明

研究目的与内容

2020年至今，受新冠疫情爆发影响国内的宏观经济环境发生变化，除酒店、旅游等行业外，正值消费旺季的餐饮行业受到尤其严重的挑战。中国餐饮商户普遍面临经营困难，尤其是中小型餐饮商户，面临资金紧缩、客源急剧不足等生存难题。疫情全球化的态势仍不明朗，餐饮商户面临的困难在疫情常态化下将更加深远、持续。

餐饮作为本地生活服务中相对高频、刚需的一个重要环节，在疫后的本地生活服务中最具代表性。报告围绕**已开业商户**的生存现状展开调研，针对商户在疫情期间面临的发展困难与应对举措，根据餐饮商户呈现出的不同经营方针与经营理念，深度解读各类型餐饮商户的发展情况。

研究设计

调研概况	定量调研
调研平台	艾瑞线下渠道
调查对象	营业中的中国餐饮商户
问卷投放区域	一线城市：上海市、深圳市 新一线城市：武汉市、成都市、南京市 二线城市：济南市、南宁市 三线城市：宿州市
问卷投放时间	2020年6月17日-2020年6月19日
样本数量	共800份（一线城市200份、新一线城市360份、二线城市160份、三线城市80份）

来源：艾瑞咨询整理。



“后疫情时代”餐饮商户群像

- 面对疫情冲击，餐饮市场将迎来洗牌，消费者洞察市场的敏感度在显著提升，餐饮商户的经营构成要素也更加复杂。在此环境下，新生代餐饮商户在**新技术、新渠道、新理念**层面的突破将成为决定经营成败的关键。
- 围绕在三个层面的表现，餐饮商户可归纳为四类：**避风观望的生存者、伺机而动的应变者、乘风破浪的探路者与扬帆远航的领军者**；在消费市场下行的影响下，挣扎在生存边缘的商户在经历了“优胜劣汰”后，分布结构从“金字塔型”过渡为“橄榄型”。



疫后时代的破局之道

- 餐饮商户的经营决策在疫后更加趋于理性；面对市场的不确定性，总体上表现出积极乐观的态度。
- 疫情后餐饮商户在资金、客源、卫生环境、市场认知、供应链管理、人员培训等各环节面临不同程度的困境。针对各类经营问题，成功的商户更加重视**线上化、数字化、平台化**，并展现出领先于市场进行率先决策的意识与能力。



线上化平台的双重价值

- 新生代的餐饮商户需要积极改善经营理念，重视线上业务的拓展，提升线上平台、功能的使用效率，将平台能力内化为经营能力，实现**多个环节的降本增效**；
- 与此同时，平台赋予了商户经营者更多的创新空间，围绕产品创新、服务创新、营销创新，商户能够实现一系列的**优化升级与革新**，进一步塑造不可替代的核心竞争力。

产业篇：多变与不确定性，餐饮消费新常态

1

画像篇：从生存到发展，后疫情时代餐饮商户群像

2

案例篇：成功餐饮商户的破局之道

3

策略篇：从避风到启航，借力平台构建双赢生态

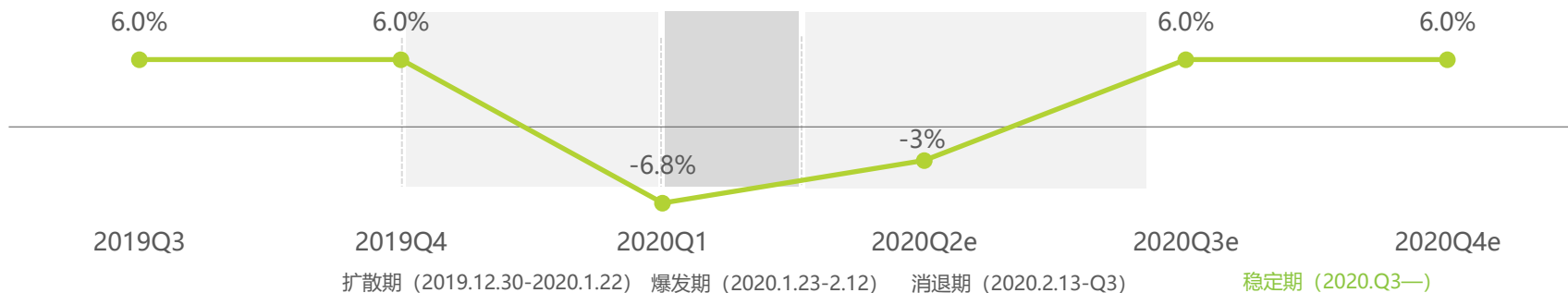
4

疫情常态化，经济态势逐步回暖

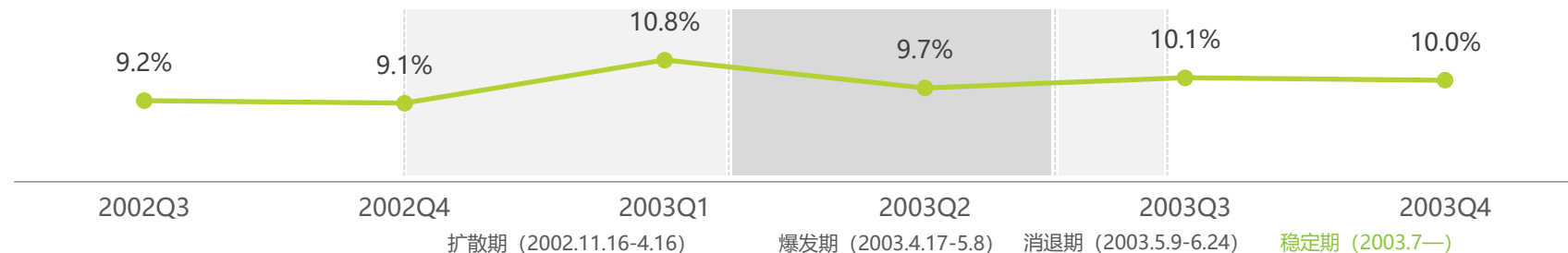
与03年SARS疫情相比，新冠疫情对消费市场的冲击更加显著，未来走势与复苏周期仍不明朗

2019年第四季度国内经济增速放缓，受新冠疫情的持续影响，2020年第一季度经济显著下滑。伴随市场逐渐回暖，经济总量将随复工、政策救助等因素逐渐升温。2003年第二季度，我国经济受非典疫情爆发影响下行显著，疫情过后的第三、四季度，GDP增速逐步企稳回升；与之相比，2020年的市场波动趋势仍然有待观望。

COVID-19新冠时期: GDP同比增长率



SARS非典时期: GDP同比增长率



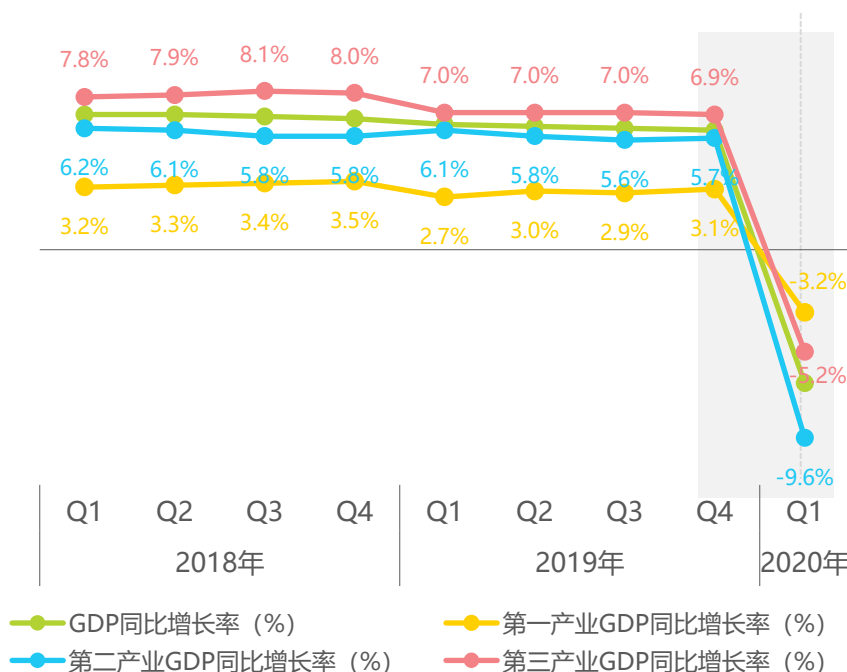
来源: wind.

复苏在即，消费市场恢复周期更加漫长 iResearch 艾瑞集团

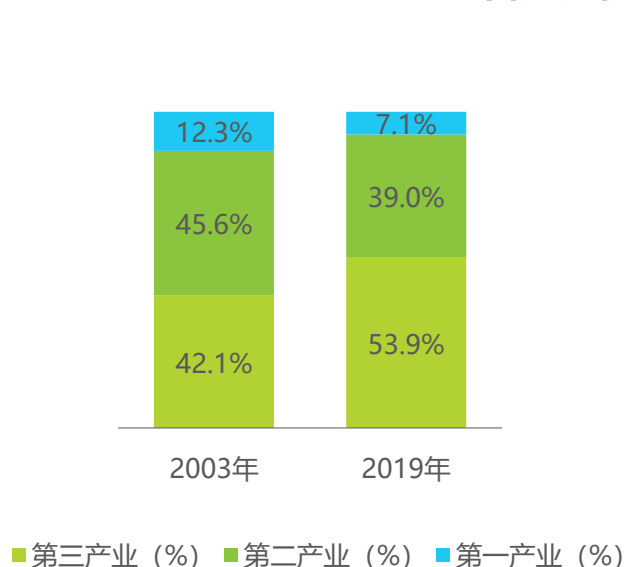
第三产业受宏观调控的推动不如第二产业，恢复态势并不乐观

受新冠疫情的强感染性特点、春节时点等因素影响，GDP增长受到的冲击更大。相较于2003年的SARS时期，第三产业占比更高成为主导，第三产业对于经济的影响较2003年也更大。服务业经济恢复的态势堪忧，商户与企业将面临更加长期的经济下行压力；餐饮行业商户在本地生活中更具代表性，餐饮商户将面临更严峻的挑战。

COVID-19: GDP三产同比增长率



2003&2019年三大产业GDP占比比较



来源: wind, 分产业的拉动数据均为累计值。

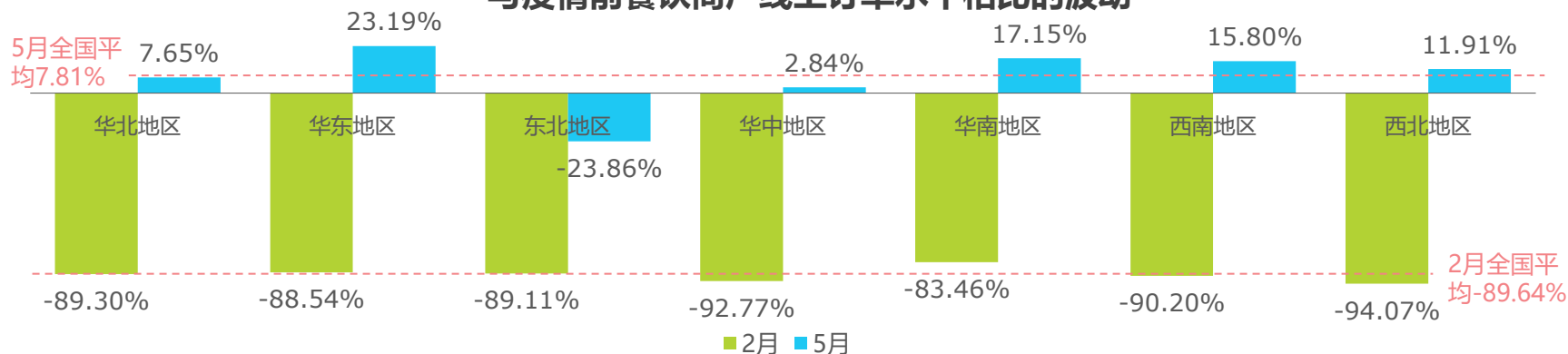
来源: wind.

疫情期间，餐饮商户的经营现状

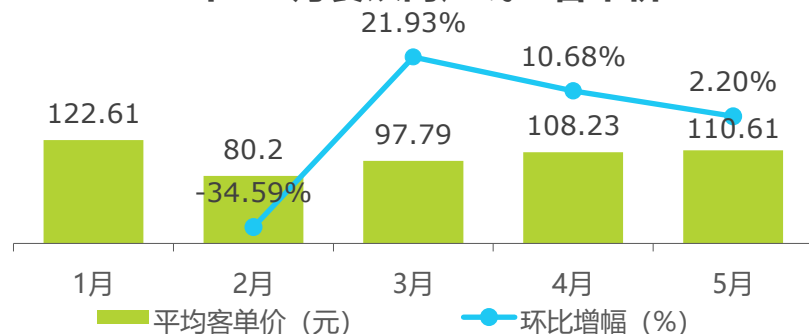
餐饮商户开年伴随疫情到来摸黑前行，第二季度开始已见曙光，订单恢复情况乐观，行业态势整体向好

尽管疫情暴发后各地区餐饮商户的线上订单数量急剧缩减，但随着疫情逐渐稳定，餐饮商户的订单恢复情况较为乐观，尤其是华东地区、华南地区和西南地区；湖北省餐饮商户受到疫情的冲击较大，但目前也已显现较好的恢复态势。

与疫情前餐饮商户线上订单水平相比的波动



2020年1-5月餐饮商户线上客单价



来源：美团点评数据，统计周期（2020年1月-2020年5月）。

2020年疫情不同程度区域餐饮商户线上订单量变化

- 中心区域：湖北
 - 94.91% 疫情爆发后，2月相比1月的环比下降幅度极大
 - 21.21% 疫情逐渐稳定，5月相比1月的订单量有较大回升
- 非核心区域
 - 89.08% 疫情爆发后，2月相比1月的环比下降幅度较大
 - 11.54% 疫情逐渐稳定，5月相比1月的订单量有显著回升

复苏之后，餐饮市场将面临全新洗牌

除新冠疫情等重大突发事件外，影响餐饮行业的事件类型更多元、发生频率更高，商户亟需形成更强的抗风险能力

以疫情为代表的确定性事件仍将延续，消费市场也将迎来更多的不确定性。过去十年间，多变的市场环境与难以预测的产业走向迫使各商户需要具备预判及应对风险的能力，采取更加灵活的应对措施，主动适应常态化的“黑天鹅”事件。

餐饮行业危机事件的主要类型



食品安全事件



卫生规范事件



设备安全问题



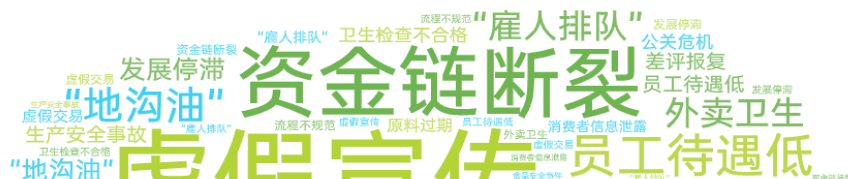
门店运营管理不足



细分品类危机



信息安全问题



“黑天鹅”的常态化

在餐饮行业中，引发大众关注的不确定事件的发生频率更高。



“大浪淘沙”，唯有具备灵活应对多变的市场环境、潜在危机能力的商户才能持续生存与发展。

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_20856

