

洞见中国餐饮行业的未来

清科资本项目经理 高超

我们认为未来餐饮行业将沿着多品牌化、工业化以及餐饮与食品一体化的方向上整合式发展，由此催生出若干巨型餐饮航母。而这些企业将是未来餐饮行业 IPO 的主角，亦是行业购并整合的主角。

2008 年中国餐饮业零售额达 15404 亿元，比 2007 年增长 24.7%，连续 18 年保持两位数的速度。而在海外，中餐不断攻城掠地，2008 年中餐首入奥运食谱，更进一步走向国际化，根据历年数据分析，预计到 2010 年，中国餐饮业零售额将达到 20000 亿元。

非常诱人的一块蛋糕！但将来这块蛋糕如何分割？这块蛋糕将是怎样的面貌，内在结构如何变化？这些议题值得我们深入研究，由此去洞见中国餐饮行业发展的未来，把握行业发展的脉搏。我们将根据自身对餐饮行业的观察以及对具体餐饮企业的运营理解做出经验性及逻辑性判断。

一、中国餐饮行业发展的关键驱动因素

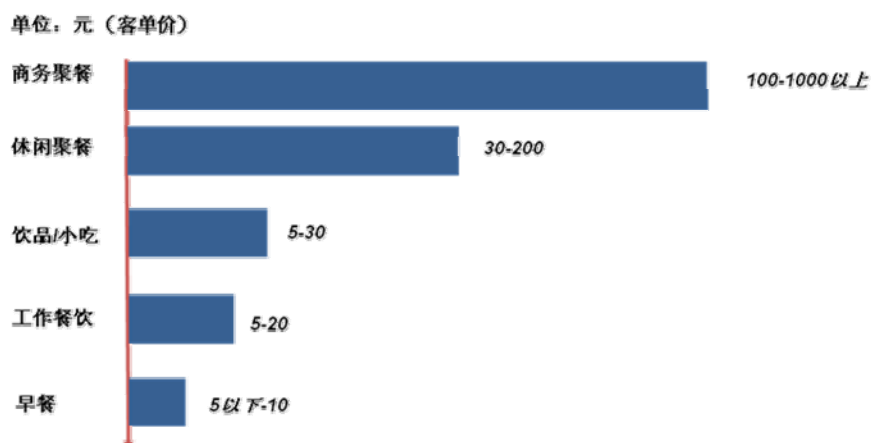
- 1、城镇化水平及其带来的城镇居民收入水平
- 2、消费升级及其带来的对外出就餐需求的变化

二、中国餐饮消费市场的基本特征

1、消费者餐饮需求多样化

消费者需求多样化包含如下两层意义：一是消费者的餐饮用途多元而导致的餐饮需求多样化，二是针对单个消费者的口味多元而导致的餐饮需求多样化。举个例子，一个消费者喜欢麻辣口味的同时也可以很喜欢糖醋口味，在喜欢川菜的同时也可能喜欢粤菜，喜欢堂吃，亦喜欢外带。值得注意的是，餐饮用途的多元需求直接导致消费者餐饮支出的结构多元。相应的，餐饮企业存在的意义就在于部分或者全部满足这些需求。

图 1 中国消费者餐饮需求结构示意图，清科分析



2、饮食习惯区域化特征明显

尽管随着人口流动的增加，消费习惯区域融合的趋势在加强，但我们认为，中国餐饮消费区域化特征依然非常明显。真功夫以及面点王等餐饮企业区域性扩张所面临的问题足以说明这一点。

3、消费者购买的是产品+服务

尽管近 10 年来中国餐饮行业蓬勃发展，但真正理解消费者需求的企业仍然很少，对供给消费者的产品及服务的内涵及外延仍然缺乏深刻认识。产品的内容包含哪些？是否仅仅是菜品？相应的消费者对产品的需求是什么？服务的内容包含哪些？相应的消费者对服务的需求是什么？这些问题涉及餐饮行业的本质，但远未得到深刻解答，对此问题的解答将直接关系到整个产业的发展质量及进程。

三、中国餐饮企业的关键成功因素

我们在操作餐饮企业私募融资过程中，在与创业企业家以及行业内专家沟通基础上总结出中国餐饮企业的关键成功因素：

1、卓越的职业化餐饮管理团队

中国餐饮的快速发展仅仅 10 余年的时间，在此土壤上积累的职业化餐饮管理团队可谓凤毛麟角。优秀的餐饮企业是个精细化管理的企业，对中高层人才要求具有很强的战略规划能力、管理能力以及执行力。

2、多样化菜品研发能力

菜品研发能力，而非标准化能力。对菜品的标准化能力本身很可能给餐饮行业本质带来伤害。而菜品的研发能力是满足消费者需求的产品及服务的能力，正是餐饮行业的本质所在。如果要满足消费者多样化需求，必然要求餐饮企业具有很强的菜品研发能力。

3、超群的品牌化运营能力

餐饮属于消费服务行业，品牌化运营能力在此同样适用。

在以上观点的基础上，我们将结合如下两张图表，综合清科的行业经验，得到我们对餐饮行业未来发展的基本观点。

图 2. 餐饮行业分类（按业态），清科分析

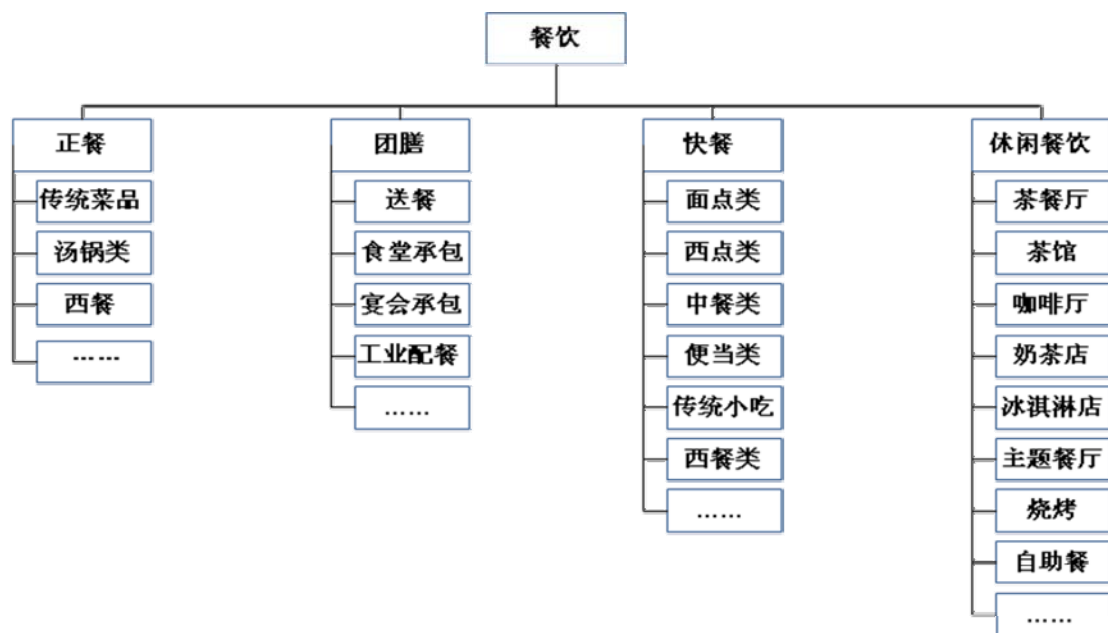


图 2 从业态的角度显示了整个中国餐饮行业的版图。正在创业的餐饮企业及在中国寻找餐饮行业投资机会的投资人应该注意到整个版图。

我们认为：

- 未来餐饮企业的旗舰应该是跨业态的餐饮平台。这种餐饮平台最大程度上满足了消费者的多元化餐饮需求。如果是现在的领先者是单一业态，未来也必然通过购并等方式向跨业态餐饮平台发展。
- 跨业态的餐饮平台是图 2 所示业态的组合。如何进行业态组合以及管理业态组合将是考验团队战略规划能力、管理能力及执行力的关键。
- 跨业态将是餐饮企业发展的阶段性战略选择。这需要企业在团队、菜品研发、品牌运营等方面足够深厚的积累。目前这样的企业在国内可谓凤毛麟角。
- 单一业态仍然有做大以及独立上市的机会。比如团膳，比如在休闲餐饮中可以国际化的一些业态。

图 3. 餐饮行业产业链，清科分析

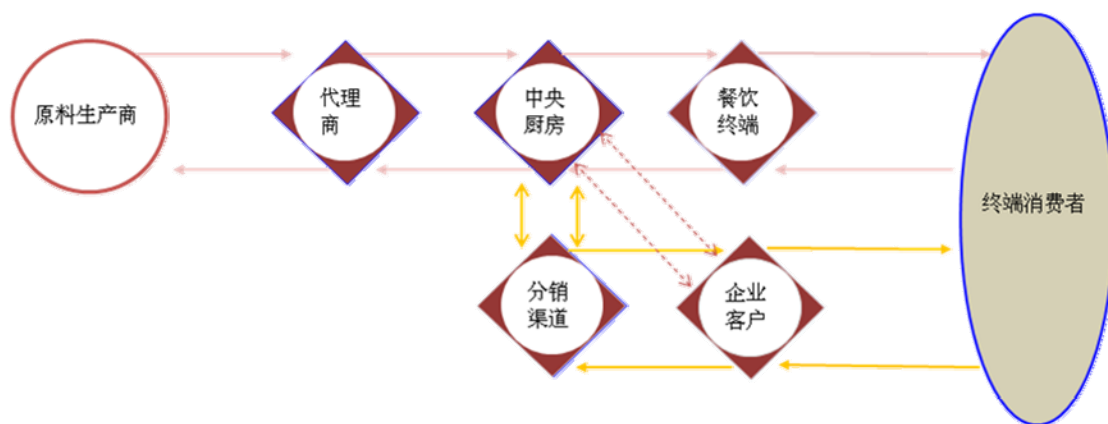


图 3 从产业链的角度显示了整个中国餐饮行业的版图。从图 3 我们可以看到：

- 餐饮终端是拉动整个产业链的引擎。因此，我们要思考，我们需要多大的引擎，是多个引擎还是单一引擎？我们把引擎放在哪儿？……我们的经验认为，餐饮企业需要在深刻理解消费者需求的基础上根据企业能力选择终端形式及组合。而对于未来我们相信，第一梯队的餐饮企业将拥有多元餐饮终端。
- 中央厨房是连接上下游的成本中心。我们要考量，中央厨房需要生产哪些产品？产能如何设计？成本如何控制？……
- 原料生产商非常分散，餐饮企业既没必要也不需要去整合。通过终端垂直引导，餐饮企业就可以获得与原料厂商的议价能力。这个环节需要强有力的原料综合服务商去整合。
- 不能忽视企业客户。餐饮行业给企业提供的产品及服务不仅仅是团膳，还有商务宴请，餐饮延伸礼品（月饼、粽子、咖啡……），礼券等等。
- 随着中央厨房功能的加强与延伸，餐饮企业将与食品企业的功能部分重合。

通过对图 3 的分析，我们看到餐饮企业通过工业化生产，充分利用终端垂直引导产业链，形成了一个有效的行业发展闭环。

2007-2010 年获得风险投资的部分餐饮企业一览

被投资企业	餐饮业态	投资公司	投资时间	投资金额(百万美元)
净雅餐饮	正餐连锁	深圳创新投	2010 年 1 月	未披露
吴地人家	正餐连锁	凯达创投	2009 年 9 月	7.32
金谷园	团膳	松禾资本	2009 年 6 月	1.76
老娘舅	快餐连锁	复星集团	2009 年 03 月	8.19
避风塘	休闲餐饮连锁	今日资本	2009 年	未披露
唇齿香浓	多品牌餐饮集团	未知	2009 年	43.92
俏江南	正餐连锁	鼎晖/中金投资	2008 年 12 月	43.85
东方菜根香	火锅连锁	中美桥梁资本	2008 年 10 月	5632
一茶一坐	休闲餐饮连锁	IDG/纪源资本/橡树投资	2008 年 09 月	未披露
百富烤霸	快餐连锁	深圳创新投	2008 年 09 月	8.78
两岸咖啡	咖啡连锁	高盛/华生资本	2008 年 04 月	30
好伦哥	休闲餐饮连锁	德诚盛景	2008 年 02 月	未披露
迪欧餐饮	咖啡连锁	凯雷	2007 年 12 月	21
乡村基	快餐连锁	红杉/海纳亚洲	2007 年 11 月	20
真功夫	快餐连锁	今日资本/联动投资	2007 年 10 月	40
巴贝拉	休闲餐饮连锁	凯雷	2007 年 07 月	未披露
重庆小天鹅	火锅连锁	红杉/海纳亚洲	2007 年 06 月	未披露

来源: 2010.04 清科数据库

www.zero2ipo.com.cn

到此, 我们可以粗略看到餐饮行业发展的趋势: 未来餐饮行业将沿着多品牌化、工业化以及餐饮与食品一体化的方向上整合式发展, 并由此催生出若干巨型餐饮航母。而这些企业将是未来餐饮行业 IPO 的主角, 亦是行业购并整合的主角。

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_16636

