



中国烹饪协会发布

主编 杨柳

2007 中国餐饮产业 运行报告



湖南科学技术出版社

 中国烹饪协会发布

主编 杨柳

2007
中国餐饮产业
运行报告



湖南科学技术出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

2007 中国餐饮产业运行报告 / 杨柳主编. —长沙: 湖南科学技术出版社, 2007.10
ISBN 978-7-5357-5072-3

I. 2… II. 杨… III. 饮食业—研究报告—中国—2007
IV. F719.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 154984 号

2007 中国餐饮产业运行报告

主 编: 杨 柳

责任编辑: 罗列夫

出版发行: 湖南科学技术出版社

社 址: 长沙市湘雅路 276 号

<http://www.hnstp.com>

邮购联系: 本社直销科 0731 - 4375808

印 刷: 长沙化勘印刷有限公司

(印装质量问题请直接与本厂联系)

厂 址: 长沙市青园路 4 号

邮 编: 410004

出版日期: 2007 年 10 月第 1 版第 1 次

开 本: 787mm×1092mm 1/16

印 张: 14.5

插 页: 1

字 数: 213000

书 号: ISBN 978-7-5357-5072-3

定 价: 55.00 元

(版权所有 · 翻印必究)

组 织:

中国烹饪协会

中国烹饪协会专家工作委员会

中国社会科学院财贸所服务经济与餐饮产业研究中心

顾 问:

张世尧 中国烹饪协会名誉会长

苏秋成 中国烹饪协会会长

裴长洪 中国社会科学院财贸所所长
服务经济与餐饮产业研究中心理事长

主 编:

杨 柳 中国烹饪协会常务副会长、北京交通大学博士

执行主编:

荆林波 中国社会科学院财贸所所长助理、博士生导师
服务经济与餐饮产业研究中心主任

编 委:

冯恩援 中国烹饪协会秘书长

邢 颖 中国烹饪协会专家工作委员会主任

依绍华 中国社科院财贸所服务经济与餐饮产业研究中心研究部主任

赵京桥 中国社科院财贸所服务经济与餐饮产业研究中心信息部主任

许云飞 中国烹饪协会行业发展部主任

马彦华 中国烹饪协会行业发展部项目主管

侯 兵 扬州大学旅游烹饪学院讲师

田 烨 中国烹饪协会行业发展部项目主管

甄宇鹏 中国社会科学院计算机网络中心

李 蕊 中国社科院财贸所服务经济与餐饮产业研究中心研究部副主任

王红梅 中国社会科学院研究生院

苏会燕 中国社会科学院研究生院

李 抒 河南大学工商管理学院

刘 波 中国社科院财贸所服务经济与餐饮产业研究中心研究部副主任

张 琦 中国社科院财贸所服务经济与餐饮产业研究中心信息部副主任

序 言

在党中央坚定不移地解放思想、推进改革开放、促进科学发展和全面建设小康社会的正确思想指引下,我国经济发展迅猛,人民生活水平稳步提高。从我国餐饮业的发展来看,当前,我国居民人均100美元的年消费能力,将我国的餐饮业发展提升到了一个新的平台。改革开放带来的经济迅速腾飞,城乡居民收入稳步增长和旅游、商务的蓬勃发展为餐饮业的持续兴旺提供了强大的经济基础和市场基础。我国正处于改革开放后餐饮业发展的第三次高峰,餐饮业发展面临着新的机遇与挑战,中国餐饮企业如何在国际竞争的大舞台中发展是餐饮业的广大实践者和研究者关注的焦点。

自2006年推出首部《中国餐饮产业运营报告》以来,我们对行业的经济理论研究更加重视。一年来,我们一边在感受着餐饮市场的风起云涌,一边在探讨着复杂动向背后的纷繁因素,试图寻找出有章可循的轨迹,以满足关心行业发展的政府部门、餐饮企业和潜在投资者的追问。对这些问题的思考,最终的成果表现就是现在呈现给大家的《2007中国餐饮产业运营报告》。

本报告深入分析了中国餐饮业当前面临的产业运营与竞争力状况,对热点问题和社会责任也做了特别关注,包括餐饮消费的未来走势、企业经营的方式选择、品牌的认识和塑造、可持续发展能力、与国际资本的对接、奥运商机的把握等问题,也都有所涉猎。

今年的报告尤其加强了研究创新,注意在两个“点”上做好文章:

一是紧扣热点。“自带酒水收取服务费”法律纠纷产生的前因后果,中国烹饪协会在坚持解放思想、改革开放、遵循市场经济规律和国家政策、法规的前提下,自始至终地介入,点滴细节还原出一个详实的过程,并围绕纷争提出化解矛盾的方法;商务部关于发展“大众化餐饮”的指导意见下发,我们从政策上作了全面解读,同时系统分析关于我国大众化餐饮的发展现状、存在问题,给出相应的政策建

议；《国务院关于加快发展服务业的若干意见》提出要拓宽投融资渠道、推动服务业发展，不少餐饮企业闻风而动，加快了与资本市场的接触力度和上市融资的步伐；2008年北京奥运会和2010年上海世博会，对我国的餐饮企业就像是天赐良机，重要的就是看怎么把握；“人口红利”优势渐弱，“用工荒”风雨欲来，农民工问题权益保障迫在眉睫；“构建节约型社会”如火如荼，餐饮企业采取什么样的举措体现了自己的社会责任；品牌时代已经到来，重要的是如何面对……

二是突出亮点。在改革开放的大环境下，餐饮市场已日趋成熟，并逐步成长起一批有规模、有实力，而且具有持续发展的现代化餐饮企业。然后，由于经济发展水平的差异、市场经济环境的不同，各地区餐饮业的发展状况和竞争力存在着较大的差异，全面、客观地评价各地区餐饮业的竞争力显得尤为必要，它对于区域餐饮业的发展具有重要的指导意义。本报告站在产业经济研究的角度，在掌握30个省市餐饮产业原始数据基础上，首次利用因素分析法、综合指数法和标杆法等测度方法，对甄选出的年末资产总额、营业总额、从业人员、人均营业利润、主营业务利润率、餐饮业占社会消费品零售总额的比例、对社会消费品零售总额的贡献、连锁比率等八项指标作全面考量，实证分析各省市餐饮业竞争力的状况。此外有重点地选择了北京、天津、黑龙江、浙江、四川、云南、陕西等七省市，对其餐饮业运行做了系统的分析。

今年是我国实施“十一五”发展规划的第二年，在增加居民消费、开拓城乡市场，扩大消费需求的政策推动下，我国餐饮业发展继续乘势而上，我们欣慰于行业的繁荣，更愿意为之贡献绵薄之力。本报告凝聚着中国烹饪协会和社科院财贸所科研人员的智慧、心血，我们希望通过本报告的撰写能为中国餐饮业的发展留下年度轨迹，并将它当作是向党的十七大献礼之物！

中国烹饪协会会长

韩秋成

2007年9月30日

目 录

第一篇 产业运行与竞争力分析	001
第一章 中国餐饮产业运行分析	001
第二章 中国餐饮业竞争力分析	009
第三章 部分省市餐饮业发展分析	023
第一节 北京市餐饮业运行分析	023
第二节 天津市餐饮业运行分析	028
第三节 黑龙江省餐饮业运行分析	031
第四节 浙江省餐饮业运营分析	036
第五节 四川省餐饮业运行分析	042
第六节 云南省餐饮业运行分析	045
第七节 陕西省餐饮业运行分析	048
第四章 中国与其他国家餐饮比较分析	051
第二篇 热点探寻与问题研究	070
第五章 “酒水服务费”之争的回顾与反思	070
第六章 奥运餐饮机遇与我国餐饮业的应对	077
第七章 从绿色消费探讨中国绿色餐饮的发展	094
第八章 关于我国大众化餐饮的发展现状、存在的问题与政策 建议	110
第三篇 社会责任与行业关注	117
第九章 发展和谐餐饮是构建和谐社会的必然要求	117
第十章 餐饮行业农民工劳动保障权益问题研究	122
第十一章 餐饮企业的社会责任问题	133
第十二章 节约型社会与餐饮业发展	152
第一节 发展循环经济, 构建资源节约型社会	152

第二节	明确节约型餐饮工作思路 开拓和谐餐饮业新局面	157
第三节	关于引导行业创建节约型餐饮企业的调研报告	161
第四篇	品牌塑造与关联思考	166
第十三章	中国餐饮迎来了品牌时代	166
第十四章	用特色美食打造城市餐饮品牌	180
第十五章	海鲜美食在营养与创新中发展	185
第十六章	旅游业与餐饮业的相关性分析	189
第十七章	旅游景区的餐饮服务与管理	199
附录一：	企业信用等级评价工作介绍	206
附录二：	《餐饮企业经营规范》	211
附录三：	2007 年五一黄金周分析	216
参考文献		218
后记		221

CONTENTS

Section 1	Analysis of Industry Operation and Competitiveness	
		001
Chapter 1	Analysis of China Catering Industry Operation	001
Chapter 2	Analysis of China Catering Industry Competi- veness	009
Chapter 3	Catering Development Analysis of Partial Provinces and Cities	023
Part 1	Analysis of Beijing Catering Industry Operation	023
Part 2	Analysis of Tianjin Catering Industry Operation	028
Part 3	Analysis of Heilongjiang Catering Industry Operation	031
Part 4	Analysis of Zhejiang Catering Industry Operation	036
Part 5	Analysis of Sichuan Catering Industry Operation	042
Part 6	Analysis of Yunnan Catering Industry Operation	045
Part 7	Analysis of Beijing Catering Industry Operation	048
Chapter 4	Comparative analysis of Catering Between China and Other Countries	051
Section 2	Hotspot Exploration and Question Research	070
Chapter 5	The review and Introspection of the “Service Charge on Wines” Matter	070
Chapter 6	The Olympic Opportunities For Catering and The Response of China Catering Industry	077
Chapter 7	Researches on Green Catering From Green Consumption	094
Chapter 8	Current Development, Questions and Political Advice of Plebeian	110
Section 3	Social Responsibility and Industry Care	117

Chapter 9	Harmonious Catering is An Inevitable Part of Harmonious Society	117
Chapter 10	Research on Peasant Labor Security and Rights of Catering Industry	122
Chapter 11	Social Responsibility of Catering Establishments	133
Chapter 12	Economize Type Society and The Development of Catering Industry	152
Part 1	Development of Cycling Economy, Establishment of Resource Saving Society	152
Part 2	Ensure the Idea of Economize Type Catering Work, Develop the New Situation of Harmonious Catering Industry	157
Part 3	Investigation and Study Report of Guiding the Industry To Establish Economize Type Catering Corporations	161
Section 4	Branding and Related Consideration	166
Chapter 13	China Catering is Ushering A Brand Era	166
Chapter 14	Build Up City Catering Brands Utilizing Featured Delicacies	180
Chapter 15	The Development of Seafood Concerning Nutrition and Innovation	185
Chapter 16	Correlation Analysis of Tourism and Catering Industry	189
Chapter 17	Catering Service and Management in Scenic Spots	199
Appendix 1	Introduction of Corporation Credit Grade Evaluation	206
Appendix 2	“Regulations of Catering Corporation Operation”	211
Appendix 3	Analysis of May Day Holiday, 2007	216
Bibliography		218
Postscript		221

第一篇 产业运行与竞争力分析

第一章 中国餐饮产业运行分析

一、2006 年度中国餐饮市场发展情况

2006 年,我国餐饮业市场活跃,继续呈现出又好又快的稳步发展态势,餐饮消费实现历史性的跨越,全年零售额首次突破 1 万亿元大关,达到 10345.5 亿元,同比增长 16.4%,比上年净增 1458 亿元,比同期社会消费品零售总额增速高出 2.7 个百分点,比 GDP 增速高出 5.7 个百分点,连续 16 年实现两位数高速增长,与改革开放初期的 1978 年相比增长了 188 倍。餐饮消费继续成为拉动消费需求快速增长的重要力量。

1. 餐饮消费高增长,四季度增幅达高峰

分月看,年内有 4 次创下历年月度零售额新高纪录,分别为:1 月份 934.5 亿元、9 月份 954.8 亿元、10 月份 964.9 亿元、12 月份 982.5 亿元,其中 12 月份最高,比上年同期增长 18.7%,同时创下月度最高增幅,是餐饮消费最旺盛的月份(见图 1)。

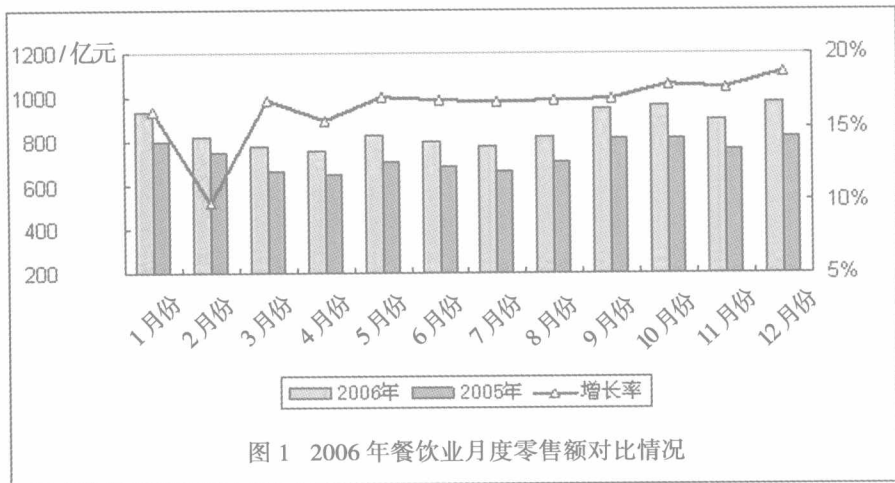
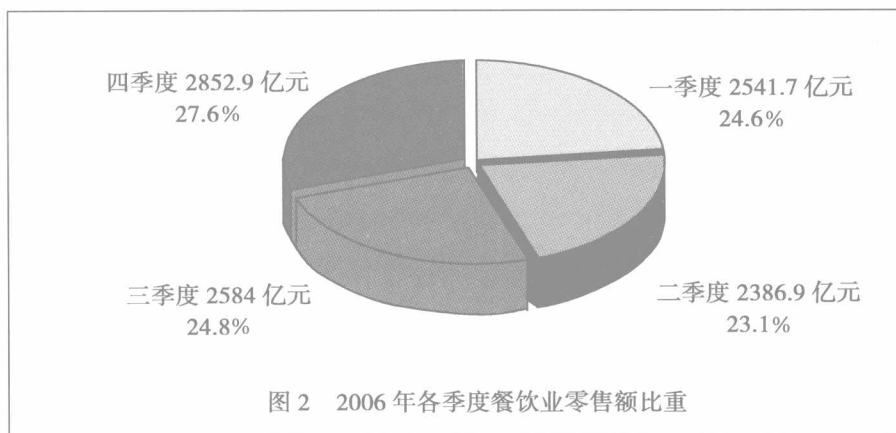


图 1 2006 年餐饮业月度零售额对比情况

分季度看，第四季度为 2852.9 亿元，同比增长 18.1%，高出全年增幅 1.7 个百分点，占全年的 27.6%，其零售额、增长率和比重均为各季度之首，是全年餐饮消费最好的季节；第三季度为 2584 亿元，同比增长 16.8%，占全年的 24.8%；第一季度为 2541.7 亿元，同比增长 14.2%，占全年的 24.6%，其增长率为各季度最低；第二季度为 2386.9 亿元，同比增长 16.4%，占全年的 23.1%，其占全年的比重为各季度最低（见图 2）。



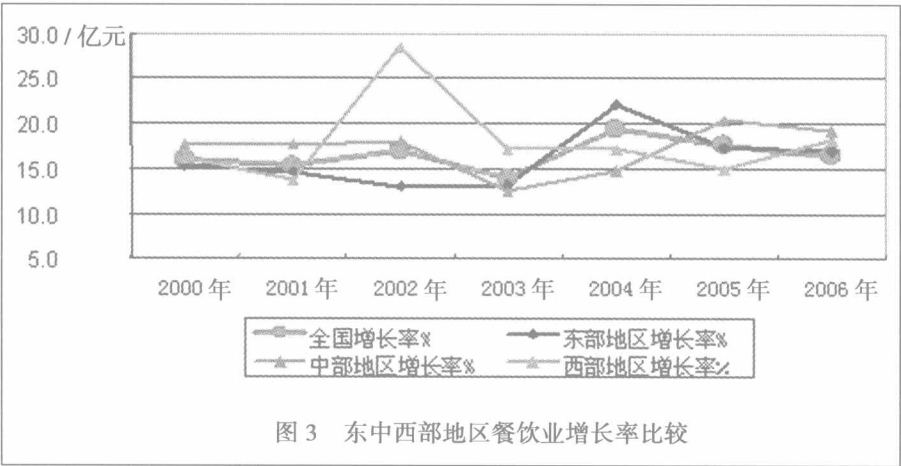
2. 东部净额高，中部增速快，西部贡献大

分区域看，东部地区餐饮业零售额最高，中部地区增速最快，西部地区零售额占本区域社会消费品零售总额比重（以下简称社零比重）和增长贡献率最大。东部地区 11 个省份零售额 5906.6 亿元，占全国餐饮业零售额的 56.4%，比上年同期增长 17%，占东部地区社零比重的 12.8%，对社会消费品零售总额的增长贡献率和拉动率分别为 14.2% 和 2.2%，广东、山东、江苏三省零售额分别超过 1300 亿元、800 亿元和 700 亿元，在东部地区继续领先。中部地区 8 个省份 2544.2 亿元，占全国的 24.3%，同比增长 19.2%，高出中部地区社会消费品零售总额增幅 4.2 个百分点，增幅超过全国水平，对社会消费品零售总额的增长贡献率和拉动率分别为 16.6% 和 2.5%，河南、湖北、湖南三省零售额均突破 400 亿元，在中部地区前三名的位次依然不变。西部地区 12 个省份 2022.3 亿元，占全国比重的 19.3%，同比增长 18.1%，比上年增幅提高 3.1 个百分点，是唯一比上年提高的区域，其社零比重、增长贡献率和拉动率三项指标远高于全国水平，分别为 15.2%、18% 和 2.7%，是西部地区最靓丽的数据指标，其零售额前

三位次比上年有所变化，四川省突破 600 亿元，稳居第一；内蒙古位列第二，重庆市首次进入前三名（见表 1、图 3）。

表 1 2006 年东中西部地区餐饮业发展情况比较

区 域	省份数	绝对额 (亿元)	占全国 比重 (%)	增长率 (%)	高于社零 增长百分点	社零比重 (%)	贡献率 (%)	拉动率 (%)
全 国	31	10345.5	100	16.4	2.7	13.5	15.84	2.17
东部地区	11	5906.6	56.4	17.0	1.9	12.8	14.17	2.15
中部地区	8	2544.2	24.3	19.2	4.2	13.5	16.64	2.50
西部地区	12	2022.3	19.3	18.1	3.3	15.2	17.95	2.66



分省份看，零售额方面，超过 100 亿元的有 26 个省市，超过 200 亿元的有 18 个省市，超过 500 亿元的有 7 个省市，各比上年多出 2 个；广东省一路领先，连续第二年突破 1000 亿元大关，实现 1321.1 亿元，依然保持着全国最高水平，山东、江苏、四川、浙江继续名列全国第 2~5 位，五省份合计零售额占据全国总额的比重达到 40%，是名副其实的全国餐饮大省。增长率方面，上海、西藏、河南、青海、内蒙古位居前五名，增幅在 20.6%~29% 之间。贡献率方面，青海、上海、河南、内蒙古、四川排在前五名。社零比重方面，四川、海南、内蒙古、西藏、青海进入前五名（见表 2）。

表 2 2006 年主要省市餐饮业三项指标前十名排序

名 次	省 份	零售额 (亿元)	省 份	增长率 (%)	省 份	贡献率 (%)
1	广 东	1321.1	上 海	29.0	青 海	30.05
2	山 东	887.2	西 藏	27.3	上 海	26.26
3	江 苏	746.5	河 南	25.8	河 南	23.15
4	四 川	625.5	青 海	24.1	内 蒙 古	22.14
5	浙 江	609.9	内 蒙 古	20.6	四 川	21.43
6	河 南	588.7	河 北	20.0	西 藏	20.35
7	辽 宁	513.0	重 庆	20.0	新 疆	20.29
8	湖 北	455.7	新 疆	19.7	甘 肃	19.24
9	上 海	452.2	吉 林	18.9	天 津	18.64
10	河 北	419.4	江 西	18.2	重 庆	17.21

分城市（指省会城市以上）看，零售额方面，超过 100 亿元的城市有 18 个，比上年多出 1 个，上海、北京、广州、天津、成都均超过 200 亿元并分列前五名，上海市连续两年拔得头筹，北京市跻身第二，广州市“屈居”第三。增长率方面，超过全国水平的有上海、济南、青岛、重庆、郑州、合肥、武汉、杭州、天津、长沙、西安、南京 12 个城市。社零比重方面，成都、广州、大连、郑州、长沙、天津、济南、重庆、武汉 9 个城市均超过全国平均值。贡献率方面，上海、济南、成都、天津、郑州、重庆、广州、武汉、青岛 9 个城市超过全国水平。值得一提的是，2006 年是上海市餐饮业市场最为红火的一年，其零售额、增长率、贡献率和拉动率 4 项指标均为各大城市之首，已经成为全国餐饮大市（见表 3）。

表 3 2006 年主要城市餐饮业三项指标前十名排序

名 次	城 市	零售额 (亿元)	城 市	增长率 (%)	城 市	社零比重 (%)
1	上海	452.2	上海	29.0	成都	18.1
2	北京	362.4	济南	21.8	广州	16.1
3	广州	350	青岛	21.7	大连	16.0
4	天津	210.0	重庆	20.0	郑州	15.8
5	成都	209.4	郑州	19.3	天津	15.5
6	重庆	194.3	合肥	19.1	济南	14.9
7	武汉	177.1	武汉	17.9	长沙	14.8
8	济南	140.2	杭州	17.9	重庆	13.8

续表

名次	城市	零售额 (亿元)	城市	增长率 (%)	城市	社零比重 (%)
9	大连	133.9	天津	17.4	武汉	13.7
10	郑州	130.2	长沙	17.2	上海	13.5

3. 结构调整趋优化, 协调发展见成效

2006年, 我国餐饮产业经济进一步协调发展。限额以上餐饮企业增长质量改善, 连锁发展加快, 经营效益显著; 限额以下餐饮企业稳步发展, 盲目投资、低水平扩张的行为继续减少。有关资料表明, 全年限额以上和限额以下餐饮企业营业额分别为3011.8亿元和7333.7亿元, 比上年分别增长15.9%和16.6%, 占全国餐饮业零售总额的比重分别为29.1%和70.9%; 限额以上增幅比上年提高4.4个百分点, 限额以下增速放缓但比重略有增加(见图4)。

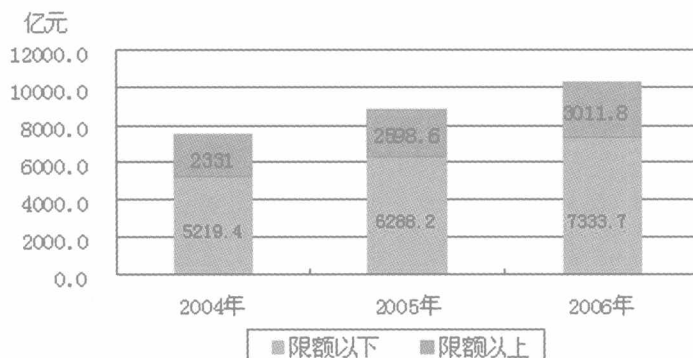


图4 近三年餐饮业结构变化情况

全国餐饮业连锁发展进一步优化, 快餐、火锅连锁发展良好, 大型连锁餐饮集团在东部地区和大城市发展顺利, 并逐步向西部地区 and 中型城市加快渗透, 据统计, 2006年营业收入分别达到1亿元以上的160家连锁餐饮集团总收入为915亿元, 同比增长20%, 高于全国餐饮业零售总额增幅3.6个百分点。河南、内蒙古、海南、陕西、辽宁、天津、山东、湖南、上海9省市限额以上连锁餐饮企业发展势头强劲, 分别以20%~29%的增长速度领先于全国其他各省市。

4. 拉动经济助发展, 贡献社会促和谐

强劲的餐饮消费, 有力地拉动了经济增长。2006年, 餐饮业的发展

和繁荣为我国经济社会发展带来了巨大的经济效应、社会效应和产业效应，在拉动消费需求、构建和谐社会、增加税收、促进就业、解决农副产品“卖难”、促进国际交流与合作等方面发挥了重要作用。

全年餐饮业零售额占社会消费品零售总额的比重为 13.5%，对社会消费品零售总额增长的贡献率达到 15.8%，拉动社会消费品零售总额增长 2.2 个百分点。全行业实现营业税收 569 亿元，比上年增长 17.6%。新增就业与再就业岗位约 200 万个，其中吸纳了大量下岗职工、低学历人员和农村人口就业，是安置就业的重要渠道，有利于构建和谐社会，促进社会稳定。

全年购买使用农副产品约 4600 亿元，比上年增长 16.4%，约占全年农林牧渔业总产值的 10%，为农业生产、农民增收和解决“卖难”做出了积极贡献，若按同期人均纯收入计算，相当于解决了 0.9 亿农民的生计。同时，带动了种植业、养殖业、加工业、手工业等相关产业的专业化、现代化发展，进一步发挥着产业互动作用。

全年新设住宿和餐饮外商企业 1060 个，合同外资金额 28.9 亿美元，增长 5.7%；实际利用外资金额 8.3 亿美元，增长 47.8%。我国住宿和餐饮市场仍然是吸引外资的重要渠道，在推动中外企业的交流与合作方面继续发挥着重要作用。

此外，不少地方政府十分重视餐饮业对拉动内需和繁荣市场的作用，制定了以餐饮业促进地方经济发展的相关政策，加大了对餐饮业的扶持力度，尤其是一些颇具地方饮食文化特色的城市，通过兴建餐饮（小吃）一条街、举办餐饮美食文化节等活动促进休闲餐饮、旅游餐饮、喜庆餐饮、节假日餐饮等餐饮消费的发展，从而带动了地方经济的发展。

二、2007 年中国餐饮市场发展动向

餐饮业是成长性巨大的朝阳产业，在继续全面落实科学发展观、加快构建和谐社会、实现经济社会又好又快发展的政策推动下，我国餐饮业将继续保持又好又快又稳的运行格局，并呈现新的四大发展趋势。

1. 餐饮消费将进一步保持旺盛的发展势头

目前，我国人均餐饮消费刚刚达到 100 美元，与美国 1600 美元、法国 1050 美元相比仍有较大的发展空间和潜力。“民以食为天，生以食为

本”，伴随着政府拉动消费的政策影响、城乡居民收入较快增长和消费观念更新等因素，未来餐饮业依然是引人注目的消费热点，我国餐饮消费水平将继续保持高速增长势头。当前餐饮业的消费需求主体还是来自城镇居民，而农村餐饮这个庞大的市场还没有真正启动。从餐饮市场的连续性和可持续性看，巨大的农村餐饮市场将为我国餐饮经济提供广阔的发展空间。预计 2007 年我国人均餐饮消费支出将达到 915 元，餐饮业市场运行将继续以 17% 左右的速度高速增长，全年零售额可望达到 12100 亿元（见表 4，图 5）。

表 4 2007 年上半年全国餐饮业零售额

月 份	2007 年 (亿元)	2006 年 (亿元)	净增额 (亿元)	增长速度
1 月份	1083.9	934.2	149.7	16.0%
2 月份	975.2	825.7	149.5	18.1%
3 月份	924.5	781.5	143.0	18.3%
4 月份	896.5	756.9	139.6	18.4%
5 月份	983.6	828.6	155.0	18.7%
6 月份	950.0	801.4	148.6	18.5%
7 月份	923.0	782.2	140.8	18.0%
总计	6736.7	5710.5	1026.2	17.96%

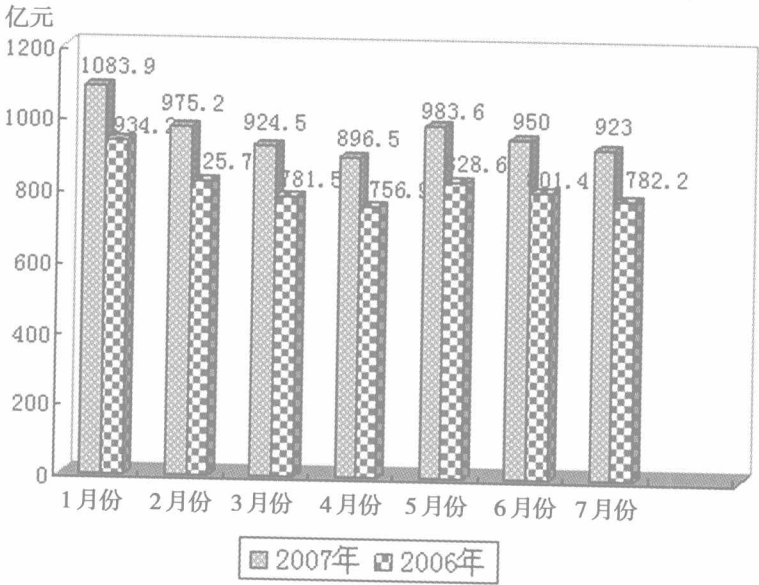


图 5