

中国餐饮
20
年
文
集

中国烹饪协会 编





中国餐饮20年文集

中国烹饪协会 编

 中国轻工业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国餐饮 20 年文集/中国烹饪协会编. —北京: 中国轻工业出版社,
2007. 4

ISBN 978-7-5019-5923-5

I. 中… II. 中… III. 饮食业-中国-文集 IV. F719.3-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 043895 号

责任编辑: 白洁 赵红玉

责任终审: 唐是雯 封面设计: 伍毓泉

版式设计: 伍毓泉 责任监印: 胡兵

出版发行: 中国轻工业出版社 (北京东长安街 6 号, 邮编: 100740)

印刷: 三河市世纪兴源印刷有限公司

经销: 各地新华书店

版次: 2007 年 4 月第 1 版第 1 次印刷

开本: 850 × 1168 1/16 印张: 31.75

字数: 850 千字

书号: ISBN 978-7-5019-5923-5/TS · 3451 定价: 60.00 元

读者服务部邮购热线电话: 010—65241695 85111729 传真: 85111730

发行电话: 010—85119817 65128898 传真: 85113293

网址: <http://www.chlip.com.cn>

Email: club@chlip.com.cn

如发现图书残缺请直接与我社读者服务部联系调换

70273K1X101ZBW



目 录

C O N T E N T S

中国餐饮业发展 20 年	1
重要论述	
全面建设我国社会主义美食事业 钱学森	15
烹饪——“华味”能不能胜过“洋味” 费孝通	18
努力开创饮食服务工作的新局面 张世尧	20
认清形势 抓住机遇 推动饮食服务业更大发展 何济海	29
积极开拓大众化饮食服务市场 努力推动饮食服务工作再上新台阶 杨树德	38
积极推动“厨房工程”建设 为开拓市场、扩大内需作出新贡献 姜增伟	46
新时期发展形势下的行业协会工作 苏秋成	50
弘扬餐饮文化 推动中国餐饮业快速健康发展 姜增伟	58
发扬中华饮食文化 促进世界餐饮文化的繁荣与丰富 黄 海	61
从战略的角度认识餐饮的重要地位与发展趋向 张世尧	63
中国餐饮市场竞争态势与对策研究 林则普	67
从中西快餐之争看饮食业的发展动力 凌大卫	74
行业发展	
21 世纪的中国烹饪 林则普	81
21 世纪中国烹饪发展战略的冥想 熊四智	88
“十一五”期间加快发展我国餐饮业的对策研究 杨 柳	94
中国餐饮产业发展的主要趋势 荆林波	107
餐饮企业实施名牌战略的切入点 杨铭铎 周 游 周福仁	112
中国餐饮市场的发展趋势及其对策措施 蔡万坤	118
我国餐饮市场现状的成因与发展趋势分析 郑昌江	127
呼唤现代饮食文明 张振楣	136



C O N T E N T S

目 录

中国人的饮食百年大变化 蒋佩孚	139
不断创意发展饮食文化 郭立久 许 先	142
建立现代企业制度 深化国有企业改革 姜俊贤	150
中式快餐与产业革命 乔 赢	159

行业热点

餐饮业老字号需要七点创新 林则普	167
化解酒水之争 发展和谐餐饮 杨 柳	169
中国餐饮连锁经营发展报告 许云飞 马彦华	173
从社会经济发展看现代快餐产生的必然性 杨铭铎	184
绿色餐饮:文明饮食的真谛 朱云龙	191
ISO 9000 标准及其在餐饮服务企业的应用 张 兵	194
餐饮企业文化形态分析 李海立	202
餐饮业信息化管理刍议 何 宏	205
餐饮企业如何步入信息化高速路 李锡来	210
六道坎拦路民营餐饮企业 李 韬	213
餐饮企业诚信建设初探 王喜庆	216
生态餐饮的经营思想及实践探索 侯 兵	218
重创、反思、生机——“非典”对餐饮业影响分析 夏连悦	224
菜点与专利保护 郑惠芬 董 争	227
粥在中国饮食中的保健意义 范志红	230

业态分析

新思路、新办法解决早餐市场经营问题 凌大卫	237
中国快餐发展形势分析报告 阎 宇	241



目 录

C O N T E N T S

高校餐饮工作的十大特点及十大趋势	龚守相	248
西餐经营的未来方向	万玉梅	268
休闲餐饮 路在何方	徐栖玲 陈秀华	271
高校餐饮如何与社会接轨	陈光新	275
中国快餐业的十大趋势与对策	杨铭铎	280
乡村民俗旅游与农家餐饮业发展之探讨	张 强 刘军萍	284
中国火锅业连锁经营发展分析	陈 实	289
中国清真餐饮业的发展	冯恩援	291

烹饪文化

迎接第六次产业革命的理论准备	陶文台	297
中国饮食文化的根本之道	王子辉	303
面点:繁荣背后的隐忧	邱庞同	311
关于中国烹饪发展问题的几点看法	赵荣光	314
烹饪学研究为何缺少原创力	白文杰	319
博采众长融一体 独领中菜新潮流——略论“迷宗菜”	胡忠英	322
从战略的高度看科学膳食对人类的贡献	李有恒	325
论考古学与饮食文化史研究	王仁湘	329
民间菜——中国菜之根与源	林则普	336
中式菜肴呼唤变革	王洪宝	339
烹饪产业化的三个环节	黄维兵	342
关于筵席改革的探讨	张渭林	346
饮食美学研究的进展及体系构建	杨铭铎	349
中国素菜浅识	王子辉	353
新时代川菜发展	杜 莉	357
追求无限 美食有极限	张振楣	366



CONTENTS

目 录

中国烹饪的制胜法宝	马健鹰	368
让烹饪调味回归自然、超越传统	陈志雄	373
菜品创新的八项注意	史正良	375
培训教育		
对中等职业学校烹饪专业校本课程开发的思考	李 刚	379
以校企合作为先导 探索我国餐旅高等职业教育办学新模式	卢 一	385
烹饪高等教育八大问题	冯玉珠	389
烹饪职业教育路在何方	陈启兵	392
从中西烹饪教学的差异谈起	李锡来	394
烹饪实验教学亟待改革	王荣兰	397
一心向厨 精英型厨师的素质要求	卢永良	400
关注厨师的综合素质	张胜文	403
中等职业学校烹饪教学现状与调查	李世清	407
国际交流		
餐饮企业怎样应对经济全球化与市场竞争	张世尧	415
西方的饮食文化是怎样传入中国的	钱星博	419
中餐走向世界的坦途何在	林则普	422
中国餐饮业的对外开放与发展	杨 柳	425
推进中西餐融合创新的步伐	陈忠明 陈 澄	437
全面理解与积极推进中餐国际化进程	阎 宇	441
管理比产品更重要	王大东	444



目 录

C O N T E N T S

企业实践

传承民族品牌 弘扬老店文化 再创百年辉煌	邢 颖	451
宝钢餐饮的创业历程和战略定位	刘 凯	458
六大创新谋发展 一重创新一重天	吴国强	463
实施品牌战略 促进企业腾飞	李德建	468
武钢快餐创建品牌企业的探索与跨越	冯德和	474
弘扬中华饮食文化 铸造百年餐饮品牌	温祈福	478
小蓝鲸蓝海战略	刘国梁	484
十年巴国	何 农	489
从“林家铺子”到新连锁时代	林 欣	494
后 记		498



中国餐饮业发展 20 年

从 1987 年到 2007 年，中国餐饮业伴随着中国社会经济进步与发展的历程走过了具有历史性、跨越性和巨变性的 20 年，在行业规模、企业水平和社会地位影响和拉动经济作用等方面都发生了深刻的变化，是不寻常和具有纪念意义的 20 年。

一、20 年发展概述

20 年前的中国餐饮业，处于我国改革开放已近十年的历史阶段，餐饮业获得新的生机，走向健康发展的道路。据国家统计局统计，1987 年我国饮食业经营网点达到 155 万个，从业人员 422 万人，年营业额 283 亿元，比 1978 年有了较大发展，分别增长了 13.3 倍、4 倍和 5.2 倍。当时，在餐饮行业通过贯彻全民、集体、个体一起上的指导方针，多种经济成分竞相发展，呈现出改革开放以来的新气象和新面貌：占据市场主体的国营和供销系统的餐饮企业，推行以多种形式的经营承包制为主的经营管理体制改革迈出新步伐，提成工资和浮动定价逐步推行；餐饮市场不断丰富，经营网点逐渐增加，行业人员培训力度加强；这一时期，中国烹饪也开始走出国门，我国餐饮市场呈现出多元化、全方位的发展格局。

在 20 年的发展进程中，餐饮业作为我国第三产业中的一个传统服务性行业，始终保持着旺盛的增长势头，取得了突飞猛进的发展，展现出繁荣兴旺的新局面。自 1991 年以来，全国餐饮业营业额每年增幅都保持在两位数以上；到 1998 年，我国餐饮业的营业额已经达到 2816.4 亿元，比 1978 年增长了 50 倍；2002 年跨越 5000 亿元大关；2004 年营业额跃居 7556 亿元，占社会消费品零售总额的比例达 13.9%，对社会消费品零售总额的增长贡献率达到 21 个百分点，拉动社会消费品零售总额增长 2.79 个百分点。2005 年全国餐饮业营业额实现 8886.8 亿元，同比增长 17.7%，比上年净增 1331 亿元。

2006 年，我国餐饮业发展迈出新步伐，全年餐饮住宿业营业额突破 10000 亿元大关，达

到 10345.5 亿元, 同比增长 16.4%, 比上年增加 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, 占比为 13.5%, 拉动社会消费品零售总额增长 2.2 个百分点, 对社会消费品零售总额增长的贡献率为 15.8%, 比 GDP 增速高出 5.7 个百分点。我国餐饮业的快速持续发展, 显示出了在社会需求和经济发展的大背景下, 行业总体规模日益扩大, 拉动消费、繁荣市场、安置就业和带动产业发展的能力越来越突出, 在国民经济中的地位和作用得到明显提升和加强。我国 1987—2006 年餐饮业营业额与增长速度的变化见图 1, 1987—2006 年餐饮业占社会消费品零售总额的比重见图 2, 1987—2006 年餐饮业与社会消费品零售总额的增长速度比较见图 3。

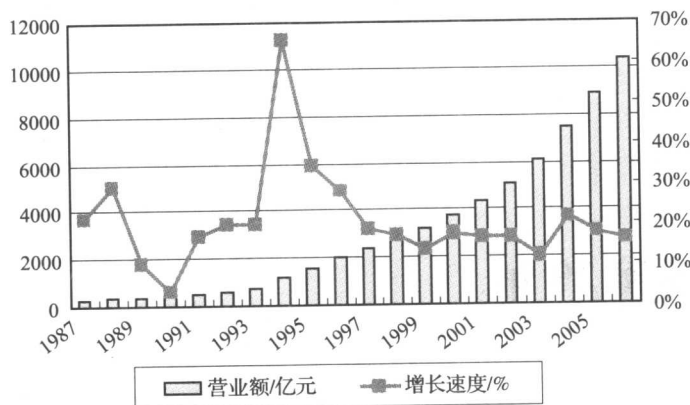


图1 1987—2006 年餐饮业营业额与增长速度的变化

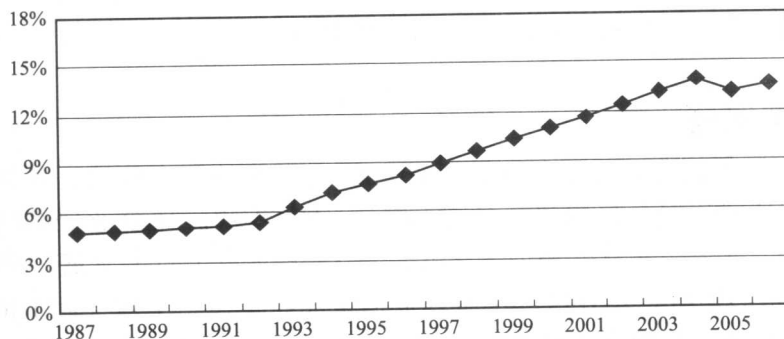


图2 1987—2006 年餐饮业占社会消费品零售总额的比重

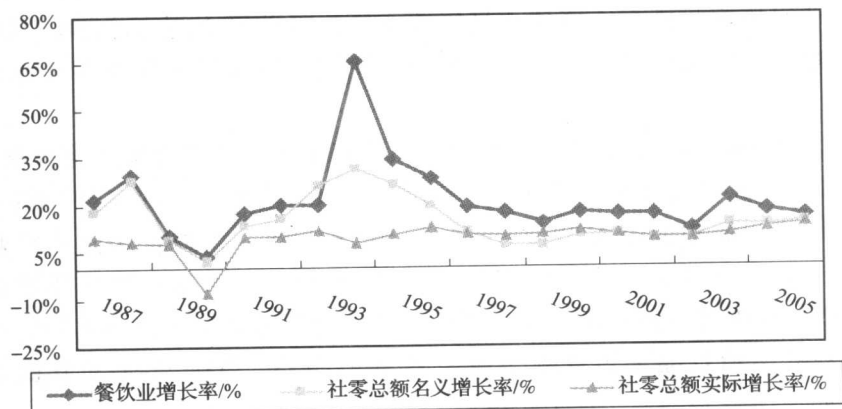


图3 1987—2006 年餐饮业与社会消费品零售总额的增长速度比较



与此同时,我国餐饮业发展的质量和内涵也发生了重大变化。行业的经营领域和市场空间不断拓宽,经营档次和企业管理水平不断提高,经营业态日趋丰富,投资主体和消费需求多元化特点更加突出,网点数量和人员队伍继续扩大;餐饮市场更加繁荣,消费的个性化和特色化的趋势明显,追求健康营养和连锁规模发展成为主题。集团化、品牌化、产业化和国际化的发展步伐加快,餐饮现代化的进程不断推进。通过社会化投入和市场化竞争,我国餐饮业已由规模小、网点少、设施简陋、对国民经济贡献率低的小行业,发展成为规模不断扩大、增长势头持续强劲、对社会经济和人民生活具有较强影响力的重要行业,在满足人民生活需求和服务于社会经济发展中起到重要作用,为国民经济发展做出了突出贡献。

回顾中国餐饮业的发展历程,大致分为四个主要阶段:改革开放起步阶段、数量型扩张阶段、连锁规模发展阶段和品牌提升阶段。

(一) 改革开放起步阶段

20 世纪 70 年代末至 80 年代,我国餐饮业在政策上率先放开,政策的开放引导和各种经济成分共同投入,使餐饮行业发展取得新的突破和发展。传统计划经济模式受到冲击,社会网点迅速增加,市场不断繁荣,“吃饭难”的局面得到较大缓解。特别是社会上出现的一批个体私营的中小型网点,以价格优势、经营优势、灵活的服务方式和方便实惠的定位赢得了市场认可,受到社会大众的欢迎。

(二) 数量型扩张阶段

20 世纪 90 年代初,社会需求逐步提高,社会投资餐饮业资本大幅增加,餐饮经营网点和从业人员快速增长,国际企业也纷纷进入,外资和合资企业涌现,行业蓬勃发展。同时,餐饮业发展积极调整经营方向,以面向家庭大众消费为主,满足市场需求能力提高,使餐饮业焕发出新的生机。1987—2006 年餐饮业营业网点和从业人员变化情况见图 4。

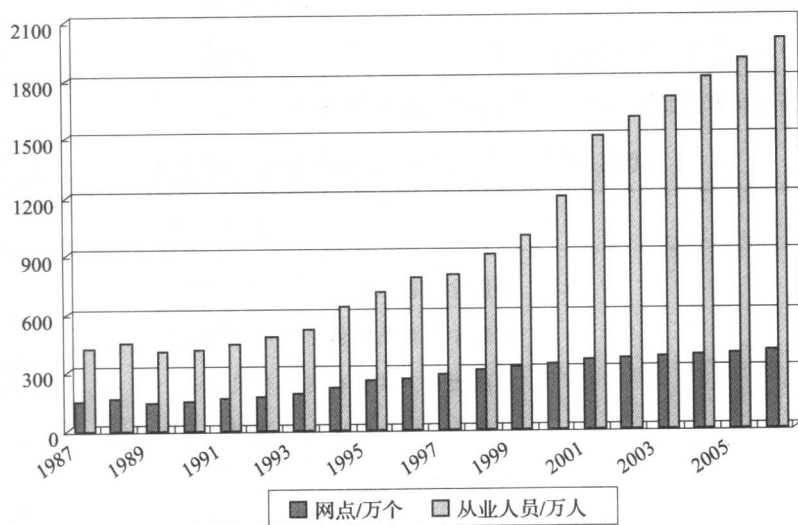


图 4 1987—2006 年餐饮业营业网点和从业人员变化情况

(三) 连锁规模发展阶段

20 世纪 90 年代中期以来,我国餐饮企业实施连锁经营的步伐明显加快,在全国范围内,很多品牌企业跨地区经营,并抢占了当地餐饮业的制高点,市场业态更加丰富,菜品创新和融合的趋势增强,各地代表性连锁餐饮企业不断涌现,连锁化、规模化成为这一阶段显著

特点。

（四）品牌提升阶段

进入 21 世纪以来，中国餐饮业发展更加成熟，增长势头不减，整体水平提升，特别是一批知名的餐饮企业在外延发展的同时，更加注重内涵文化建设，培育提升企业品牌，积极推进产业化、国际化和现代化进程，综合水平和发展质量不断提高，并开始输出品牌与经营管理，品牌创新和连锁经营力度增强，现代餐饮发展步伐加快。2005 年度中国餐饮百强企业前十名统计见表 1，2005 年度中国餐饮百强酒楼企业十强名单见表 2，百强企业营业额比例在不同业态的分布见图 5。

表 1 2005 年度中国餐饮百强企业前十名统计表

企 业 名 称	经 营 业 态	年度营业额/万元
中国百胜餐饮集团	西式快餐	1330000
内蒙古小肥羊餐饮连锁有限公司	火锅	525000
内蒙古小尾羊餐饮连锁有限公司	火锅	359230
上海锦江国际酒店发展股份有限公司	综合餐饮	290852
河北三河市福成餐饮管理有限公司	火锅	200000
重庆德庄实业（集团）有限公司	火锅	157215
天津德克士食品开发有限公司	西式快餐	136192
重庆小天鹅投资控股（集团）公司	火锅、宾馆餐饮	135063
中国全聚德（集团）股份有限公司	特色酒楼	123627
广东中山市海港饮食娱乐管理有限公司	特色酒楼	110413

注：麦当劳中国公司未参加统计调查，预计年营业额在 75 亿人民币左右。

表 2 2005 年度中国餐饮百强酒楼企业十强名单

排 名	企 业 名 称
1	中国全聚德（集团）股份有限公司
2	广东中山市海港饮食娱乐管理有限公司
3	重庆市东方菜根香餐饮有限公司
4	重庆陶然居饮食文化（集团）有限公司
5	重庆市毛哥食品开发有限公司
6	湖南省韶山毛家饭店发展有限公司
7	北京顺峰饮食酒店管理有限公司
8	上海虹桥小南国餐饮管理有限公司
9	广州酒家企业集团
10	四川卞氏菜根香泡菜餐饮有限公司

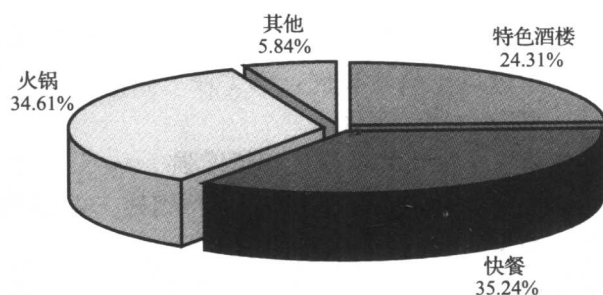


图5 百强企业营业额比例在不同业态的分布

经历20年的行业发展与市场竞争，中国餐饮业发展已经进入了投资主体多元化、经营业态多样化、经营模式连锁化和行业发展产业化的新阶段。目前在全国各大中城市涌现出一批连锁经营集团品牌企业，既有老字号品牌，也有更多的新品牌企业，为行业发展起到骨干示范作用，我国餐饮业的发展势头持续强劲，发展前景更加看好。预计2010年全国餐饮业营业额将达到20000亿元左右。

二、20年行业发展的主要特征

（一）快速持续发展，规模不断扩大

按统计数据对比，我国餐饮业20年发展中，年营业额实现了1000亿元、5000亿元和10000亿元的历史性跨越，年营业规模增加10000亿元以上，年均增长幅度达到29.8%；经营网点增加近300万个，人员增加1500万人以上。其中“九五”期间，全社会餐饮业营业额年均增长19.5%；“十五”期间营业额年均增长16.8%。同时，我国人均年餐饮支出额已经达到800元，居民餐饮消费能力不断增强。1987—2006年我国人均餐饮消费变化情况见图6。

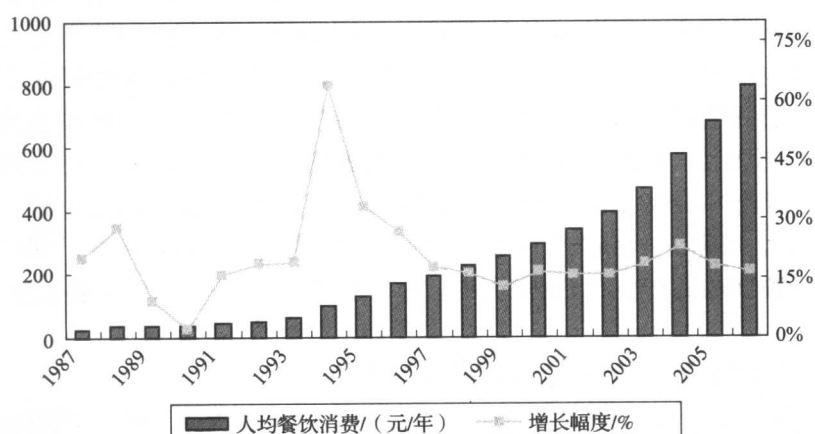


图6 1987—2006年我国人均餐饮消费变化情况

（二）社会投入持续增加，投资主体走向多元化

餐饮业作为开放较早、市场化程度较高的行业，社会对餐饮业的投入不断增强，个体、私营、三资企业比例继续增加，网点持续增多；一批老字号企业得到积极的保护和发展，凭



借着较好的信誉、技术和文化优势在各地发挥着品牌示范的作用。随着餐饮企业股份制改革的步伐加快,投资主体多元化的趋势更加明显,行业所有制结构已经发生了根本性变化。目前我国餐饮业网点中,国有经济比重越来越少,以个体、私营和三资企业为代表的非国有经济的比例已占到 95% 以上,成为行业的主体。

(三) 大众消费成为市场主体,个性化和细分化趋势增强

随着餐饮需求不断增强,我国餐饮业的经营结构得到进一步调整,经营重心面向家庭、个人和工薪阶层消费为主,满足了日益提高的大众化市场需求,开拓和延伸了企业经营领域空间;市场不断呈现多元化的特点,个性化、选择性和理性化消费特点日趋明显;各地的外卖、快餐、送餐、小吃、家常菜和半成品加工、超市食品的市场越来越大,以家庭私人消费为主的节假日市场更趋红火,健康美食和绿色餐饮已成为重要趋向,市场消费向价格、品位、氛围、服务和品牌文化等综合型方向转变,人们追求健康营养和环境服务的个性消费成为新时尚。同时,广大企业菜品、菜系的借鉴交融的势头更加明显,经营特色更加突出,开发创新的力度加大,形成了餐饮市场多元化和细分化的发展局面。

(四) 连锁经营不断发展,外资企业发展迅猛

餐饮业的连锁经营起步早、发展快,各地涌现出一批连锁集团企业,外资企业发展规模更加显著,为行业发展起到促进作用。从 2005 年度全国餐饮业大型企业调查分析看,有 11 家企业的营业额超过 10 亿元,34 家企业的营业额超过 5 亿元,其中前十强的营业额达到 336.76 亿元,同比增长 18.4%,占百强营业额总量的近五成。美国的百胜集团(肯德基)从 1987 年进入中国大陆,2005 年营业额达到 133 亿元,连锁店超过 1700 家;麦当劳自 1991 年进入中国,连锁店接近 790 家,预计年营业额达到 70 亿元以上。表明我国餐饮企业的发展速度加快,连锁经营发展势头强劲,外资企业尤为快速,居于领先地位。

(五) 产业化、国际化进程不断推进,行业地位得到加强

近年来,餐饮业的快速发展,对拉动消费、繁荣市场、满足人民生活的作用不断提高,餐饮业的产业化发展进程不断加快,与种植业、养殖业、制造业、食品加工业和安排就业、弘扬地方饮食文化、带动地方经济发展紧密相关,餐饮业成为拉动地方经济发展、繁荣市场和安排就业的重要渠道;海外餐饮不断进入中国市场,各大品牌应有尽有,丰富了我国餐饮市场,同时也对国内企业起到带动和促进作用,推动了我国餐饮品牌企业的国际化进程,中外合资、兼并重组、海外融资与上市的势头增强。餐饮业的持续快速发展,对经济发展的拉动和影响加大,各地政府对餐饮业发展更加重视,很多地方将发展餐饮业列入政府议事日程,从社会和经济发展的全局着眼对餐饮业的发展给以高度重视,将发展餐饮业和振兴地方菜作为主管市长和省长的重点项目,政策配套,措施有力,部门支持,相关行业支持,为促进餐饮业的产业化进程起到了重要作用。1997—2004 年餐饮业对名义 GDP 的贡献见图 7。

(六) 行业水平继续提升,现代餐饮发展步伐加快

我国餐饮业品牌竞争和质量型经营的局面已经形成,行业发展进入新的阶段。科技手段运用更加突出,技术创新和科学管理受到重视,集中配餐配送应用广泛,教育培训水平和人员素质提高,现代经营管理理念加强,营销举措普遍推行,品牌文化含量日趋提升等,发展的基础条件越来越好,标准化、工厂化、规模化和科学化的进程不断推进,由传统餐饮向现代餐饮的发展步伐加快。

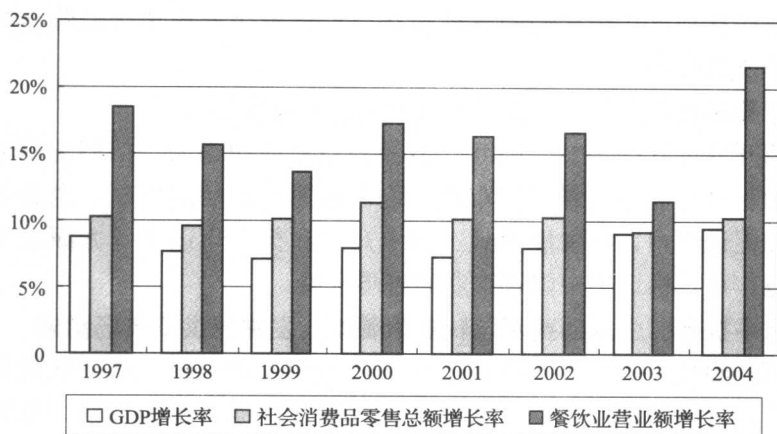


图7 1997—2004年餐饮业对名义GDP的贡献

(七) 海外中餐业快速发展，影响范围更加广泛

据美国餐馆协会近年的报告，美国共有中餐馆2.8万家左右，年营业额近300亿美元，约占美国餐饮业网点与营业额的3.4%和8.5%，且大多集中在中国城和华人区。在美国中餐界比较有名的企业是熊猫集团，已在美国各地成功开设了800多家中式快餐连锁店，成为美国中餐的代表。由于供应方式、就餐环境都与西式快餐相仿，再加上八菜、三汤、二主食，熊猫品种较西式快餐丰富，口味独特，价格低廉，因此深受当地主妇、工薪阶层的欢迎。欧洲国家的中餐业发展，20世纪80年代至90年代，中餐业成了大多数华侨赖以生存和发展的基础，发展更加迅速。当地居民也对中餐投入了很大的热情，为中餐的特色所吸引，进一步推动了中餐业的迅猛发展。

在亚洲的东南亚地区，各国高级宾馆中均有高档的中餐厅，豪华级大酒楼比比皆是，满足喜爱中国传统饮食文化、习俗的华人需要，又要适应现代饮食文化、讲究营养卫生“中餐西吃”的现代生活需要。特别是我国香港中餐市场繁荣，各种原辅材料、调味都能方便地进入，代表了中餐发展的方向。同时，中式快餐、方便餐也随着生活节奏加快而兴起，香港的大家乐、大快活、美心集团的中式快餐在我国香港市场举足轻重，多采用小吃广场的形式，既解决吃饱的问题，又可作为休闲、会友的场所。社会效益和经济效益较好，创新了发展模式。

三、餐饮业发展的因素分析

(一) 社会经济的发展为餐饮业发展奠定了基础

20年来，尤其是20世纪90年代中期以后，我国国民经济持续快速发展，经济发展和人民收入水平提高，对社会餐饮的需求能力不断增强，为餐饮业的繁荣发展奠定了基础。国家统计局最新调整的数据显示，1978—2003年，GDP年均增长率高达9.4%，2004年增长9.5%，2005年则达到9.9%。宏观经济的良好发展态势拉动餐饮业投资的增长，民营和外资资本的进入，为餐饮行业的发展注入新的活力。

(二) 行业的进步发展为餐饮业创造了有利条件

随着经济的发展和对外开放的深入，社会分工越来越细，市场划分日益具体，经济活动



明显增多,家庭外出就餐需求增长,经济交往、商务往来、旅游活动日益频繁。餐饮业的行业规模不断扩大、经营领域和市场空间的逐步拓宽,以及企业由单店经营走向规模扩张,加快了我国餐饮业的发展步伐。

(三) 外资和国际品牌的进入有力促进了餐饮业的进步与发展

随着中国改革开放进程的加快,国际知名品牌企业纷纷进入,他们凭借成功的经验、雄厚的资本、卓越的管理等优势占领中国市场,取得快速和成功的发展,也为中国餐饮连锁的发展提供了借鉴和促进作用,在发展模式、技术开发和标准化运作等方面也为中餐连锁发展提供了积极的示范作用,推动了中国餐饮业的进步发展。

(四) 居民收入水平提高、生活消费观念转变为餐饮业发展提供了市场需求

餐饮消费从家庭到社会的转变,推动了餐饮市场的发展进程;从一般消费到品牌消费的转变,拓展了餐饮连锁的发展空间。收入水平的提高、生活节奏的加快,带来了消费观念的变化,人们更愿意外出就餐,家庭消费已成为餐饮消费的主流。特别是品牌消费渐成时尚,在家庭聚会、婚寿宴请、社交往来时,人们更愿意选择就餐环境好、服务水平高、品牌知名度强的餐饮企业。

同时,现代科技的进步和计算机信息化的应用普及,从业人员素质的提高和餐饮业政策的支持等也为行业发展起到重要的促进作用,我国餐饮行业的现代管理和经营水平逐步提高,保证了餐饮业健康、持续和快速发展。

四、行业发展存在的主要问题

尽管我国餐饮业 20 年发展取得了显著的成绩,并且已经具备加快发展的巨大潜力和现实条件,但与发达国家乃至部分发展中国家相比,仍存在一些问题,主要表现在以下几个方面:

一是行业法规和标准不健全,市场秩序不够规范。企业经营门槛不高,盲目竞争和分散闭塞现象仍较严重,企业的信用建设和安全保证体系比较薄弱,食品安全卫生问题严重,餐桌污染、餐饮浪费现象突出,行业的规范、自律和规划、指导工作需要大力加强。

二是企业的发展水平有待提高。企业的现代经营管理理念、服务水平和质量、科学技术应用和社会组织化程度仍需加强;在经营管理、科技含量、创新能力和可持续发展能力方面有待提高,企业品牌亟待培育发展,文化建设有待加强;特别是经营结构需要深入调整,众多中小企业经营素质和发展水平低、难以满足餐饮市场的大众化需求,地区与企业发展的差异性依然较大,整体发展水平有待提升。

三是人才的制约作用凸显。从业人员素质不高,人力资源缺乏,餐饮业职业经理人队伍不足,培训工作滞后的现象明显,制约了企业发展和行业水平提升。因此,全面提高从业人员的素质,对促进我国餐饮业的发展至关重要。

四是行业发展不平衡,地区与企业差异性依然较大。受发展基础、企业素质与实力等影响,地区中发展较快与发展较慢的现象共存,企业中生意兴隆、迅速扩张与经营清淡、关门倒闭的现象并存,发展不平衡的状况表明行业整体发展需要提升。

五是行业在国际化 and 产业化进程中,还面临着运行规则、基础环境、产业模式和综合实力等瓶颈的制约,如何将悠久的中华传统饮食文化弘扬光大、开拓创新和赋予时代内涵是我们的重要使命。



五、推进餐饮业继续全面发展

餐饮业与人们的日常生活息息相关,随着社会经济的发展和人民生活水平的提高,我国餐饮社会消费需求不断增强,餐饮市场潜力巨大、前景广阔,并向质量型、健康型和享受型转变。“十一五”期间是我国餐饮业全面提升和发展的五年,我们要坚持贯彻“以人为本”和科学发展观,促进行业取得更大的进步和业绩。我国餐饮发展将呈现需求增长与消费档次提高走势并存的特点,产业化的进程加快,行业的覆盖面和影响力继续扩大,发展质量水平进一步提高,行业协会的作用增强,标准化、品牌化、规模化、产业化、国际化的趋势将有力地推动现代餐饮的发展进程。

(一) 重视餐饮业的地位和作用, 切实加大扶持和发展力度

餐饮业在市场拉动、经济拉动、产业拉动和增加就业等方面的作用越来越明显,社会地位和作用进一步明确和加强,餐饮业与我国全面建设小康社会和增强人们的饮食健康和身体素质密切相关。各级政府要充分重视餐饮业的发展,加大对餐饮业发展的工作力度和政府扶持力度,将餐饮业发展纳入经济社会发展的总体规划,制定落实相关的发展目标、政策扶持等措施,这是促进餐饮业快速、健康发展的重要基础和保障。

(二) 政府与协会共同努力, 为行业发展创造良好经营环境

加强政府与行业协会的配合,促进行业进步和发展。一是政府部门要制定具体的行业规划,及时提出全国餐饮行业发展方向、目标和措施,这对促进行业和企业的健康快速发展具有指导意义。二是建立健全相关政策法规,使其发挥引导和规范市场秩序的作用。针对行业发展的主要问题,协调相关执法部门,协商共同出台行业政策,解决政府多部门分散管理的现状,提高行业的入市门槛,为行业和企业创造一个良好的发展与经营环境。三是通过政策扶持和引导,政府和协会共同培育具有国际竞争力的大型餐饮集团品牌企业,带动行业的现代经营管理、科学技术手段的应用和推广,提高行业经营水平。同时,扶持创建行业服务平台,为企业服务。四是鼓励和发挥协会的作用。协会是政府推动政策实施和管理行业的主要途径,行业协会的服务、指导、自律与组织作用将更加突出,通过支持和鼓励协会工作和开展行业大型活动,加强规范和培育,更好地发挥行业协会的自律作用。

(三) 继续开拓餐饮市场, 引导行业结构的优化调整

企业要以市场为导向,不断满足消费者新的需求。坚持以市场为导向,引导餐饮企业不断开拓城乡市场,挖掘新的消费空间,满足社会需求,促进行业结构的调整与发展。一是以面向大众为主,积极开拓餐饮市场。积极发展大众便民餐饮,如早点市场、快餐市场、大众特色菜点与风味小吃市场和休闲市场等,真正使广大消费者就餐方便、满意和实惠。二是积极开拓新的经营领域空间。发挥餐饮行业的自身优势,重点发展送餐、外卖、团体供餐和成品、半成品、速冻、方便食品等餐饮食品的加工经营,走出店堂,进入家庭,这既是行业发展的重要趋势,也是开拓经营的重要举措。三是提升中高档特色餐饮经营,强化菜品风格,突出经营特色,提升文化内涵,丰富餐饮市场。四是加强健康餐饮和营养美食导向,保障消费者饮食健康。要加强相关标准体系的制定工作,通过市场导向与行业培育等手段,在突出企业经营特色、开发创新的基础上,强化食品安全、营养健康、合理膳食和科学就餐理念,增强放心安全和健康营养的服务,不断提高就餐供应质量和企业经营水平。五是鼓励有实力、有代表性、品牌知名度高的餐饮企业走出国门、走向世界,弘扬中华饮食文化,在国际市场上不断提升中国餐饮的国际竞争力。