

行業概覽

本章節及本文件其他章節中的信息和統計數據摘自我們委託弗若斯特沙利文編寫的弗若斯特沙利文報告，以及各種官方政府出版物和其他公開出版物。弗若斯特沙利文報告是一份與[編纂]相關的獨立行業報告，由我們委託弗若斯特沙利文編寫。我們相信，本文所載資料乃來自恰當來源，且已合理審慎地摘錄及轉載該等資料。我們並無理由相信該等資料屬虛假或含誤導成分或遺漏任何事實致使該等資料屬虛假或含誤導成分。該等資料尚未由我們、聯席保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]或參與[編纂]之任何其他人士獨立核實，故並無就其準確性發表任何聲明。(1)

中國餐飲行業概覽

中國餐飲業指的是在一定場所，對食物進行烹飪、調制，並出售給消費者的服務活動。餐飲行業是中國最大的消費市場之一。

餐飲業可以按照菜系分為兩種主要類型，包括(i)中餐、(ii)非中式餐飲(包括法國菜、意大利菜、墨西哥菜、日本菜，以及除中餐以外的所有其他菜系)。

中餐包括中國不同省份的菜系，包括但不限於火鍋、川菜、徽菜及粵菜。與其他菜系相比，中餐表現出明顯的地區多樣性和顯著的季節差異。中餐通常採用團餐制度，人們坐在一張桌子前，共享同一盤菜品。菜餚在上菜前在廚房內精心烹飪及擺盤。

中國餐飲業的市場規模

儘管COVID-19給中國餐飲市場帶來了挑戰，但在過去幾年中，其市場規模(按收入計)由2017年的人民幣39,644億元增長至2022年的人民幣43,941億元，即2017年至2022年的複合年增長率約為2.1%。於2022年，中國擁有全球第二大餐飲市場。由於COVID-19疫情，中國餐飲市場的市場規模於2020年及2022年有所下降，但預計將於2023年反彈。中餐市場是中國最大餐飲行業，於2022年佔中國餐飲市場總額約77.7%。

(1) 我們已委託獨立第三方弗若斯特沙利文對中國餐飲業進行研究。我們同意就編製弗若斯特沙利文報告及弗若斯特沙利文調查向弗若斯特沙利文支付人民幣730,000元的費用，而我們的董事認為該費用反映了市場費率，並認為支付費用不會影響弗若斯特沙利文報告得出的結論的公平性。弗若斯特沙利文於1961年成立，在全球設有逾45個辦事處，擁有超過3,000名行業顧問、市場研究分析師、技術分析師及經濟學家。董事經作出合理查詢後確認，就彼等所深知，自弗若斯特沙利文報告日期起，行業並無出現任何可能會限制、抵觸或影響本節所載資料的任何不利變動。

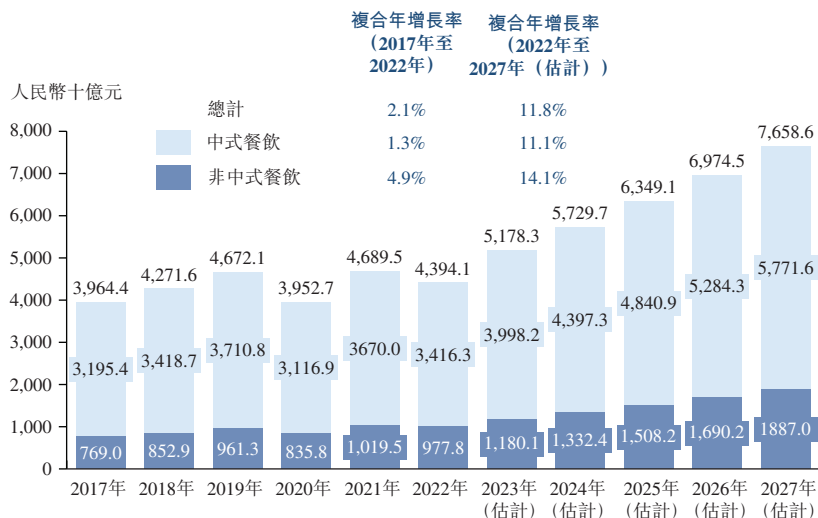
於編製弗若斯特沙利文報告期間，弗若斯特沙利文進行了涉及與行業參與者及行業專家討論行業狀況的一手研究，以及涉及審閱公司報告、獨立研究報告及弗若斯特沙利文自身數據庫的二手研究。

弗若斯特沙利文報告乃根據以下假設編製：(i)中國及海外經濟可能於未來十年保持穩定增長；(ii)中國的社會、經濟及政治環境在預測期內可能保持穩定；(iii)市場驅動因素，包括但不限於經濟發展與城市化率提高、人口結構的變化和消費者需求的轉變、連鎖餐廳在中國的滲透率上升以及大眾便民中式餐飲的廣泛吸引力，可能會推動中國餐飲業的發展。

行業概覽

預計中國餐飲市場的市場規模於未來幾年將不斷上升，於2022年至2027年將以約11.8%的複合年增長率增長，至2027年達到人民幣76,586億元，主要受家庭支出增加、社會生活節奏加快、城市化率上升、外賣行業強勁增長以及市場數字技術發展所推動。

下表列出了2017年至2027年中國餐飲市場按菜餚類型劃分的市場規模（按收入計）明細。



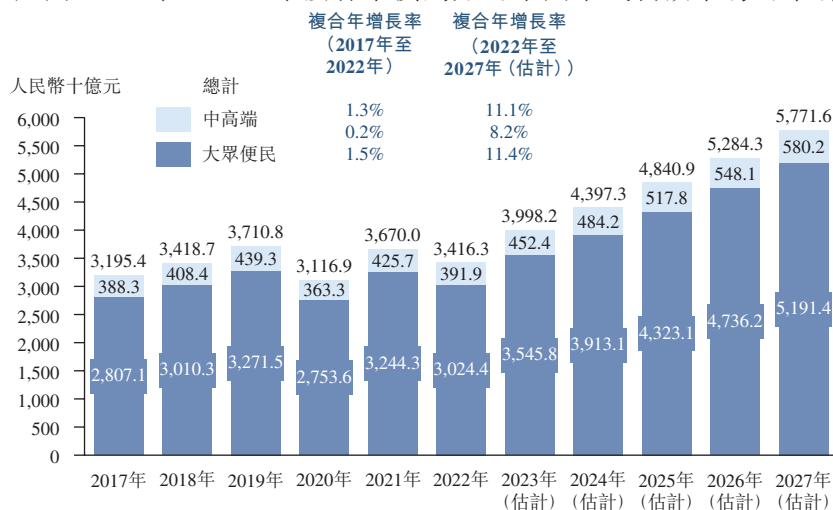
資料來源：弗若斯特沙利文

中國的中餐市場規模

中國的中餐市場可分為客單價在人民幣100元以下的大眾便民中式餐飲市場，以及客單價超過人民幣100元的中高檔中餐市場。大眾便民中式餐飲市場是2022年中國中餐市場的最大分部，約佔總市場規模的88.5%。大眾便民中式餐飲市場的市場規模（按收入計）由2017年的人民幣28,071億元增長至2022年的人民幣30,244億元，即2017年至2022年的複合年增長率約為1.5%。

預計中餐市場的市場規模於2027年達人民幣57,716億元，2022年至2027年的複合年增長率約11.1%。隨著對優質、便利且具可負擔價格的需求不斷增長，預期大眾便民中式餐飲市場規模於2022年至2027年將以約11.4%的複合年增長率增長，至2027年達到人民幣51,914億元。

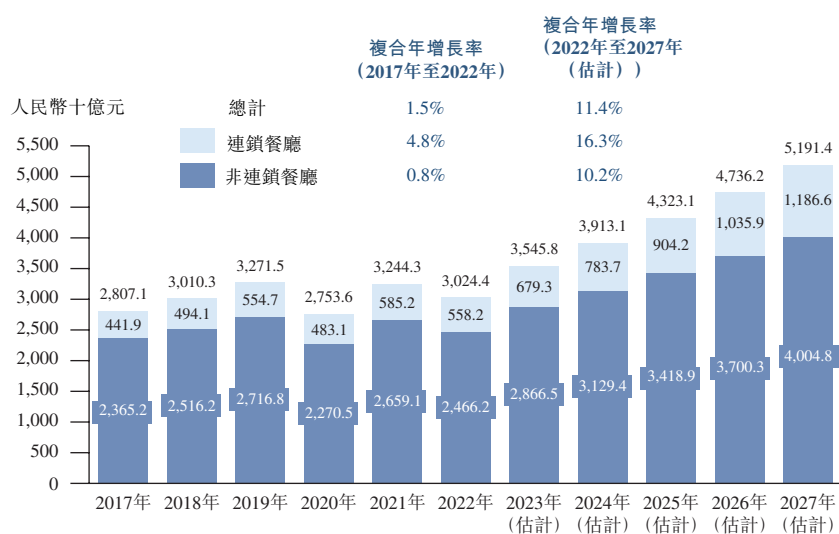
下表列出了2017年至2027年按客單價劃分的中國中式餐飲市場的市場規模明細。



資料來源：弗若斯特沙利文

行業概覽

於2022年，連鎖餐廳為中國大眾便民中式餐飲市場貢獻約18.5%。連鎖餐廳滲透率的上升與都市化息息相關，自1990年代以來，中國經濟的快速增長推動了前所未有的城市化進程，生活節奏快的城市居民更喜歡外出在餐廳用餐，而連鎖餐廳則展現了其在產品質量穩定及品牌知名度強等方面的優勢。2022年，美國、日本的連鎖餐廳滲透率按收入貢獻計分別為58.4%及56.3%，遠高於中國。中國在提高連鎖餐廳比率方面擁有巨大的未開發潛力。隨著技術和管理的發展，連鎖餐廳市場總額（按收入計）從2017年的人民幣4,419億元迅速增長至2022年的人民幣5,582億元，複合年增長率約為4.8%，遠高於非連鎖餐廳。得益於高效的管理能力、完善的供應鏈、更高的標準化水平以及更強的資本支持，預計連鎖餐廳市場總額將快速增長，於2022年至2027年以16.3%的複合年增長率增長至2027年約人民幣11,866億元。2027年大眾便民中式餐飲市場連鎖化率預計達到約22.9%（按收入計）。下表列出了2017年至2027年按運營模式劃分的大眾便民中式餐飲市場的市場規模。

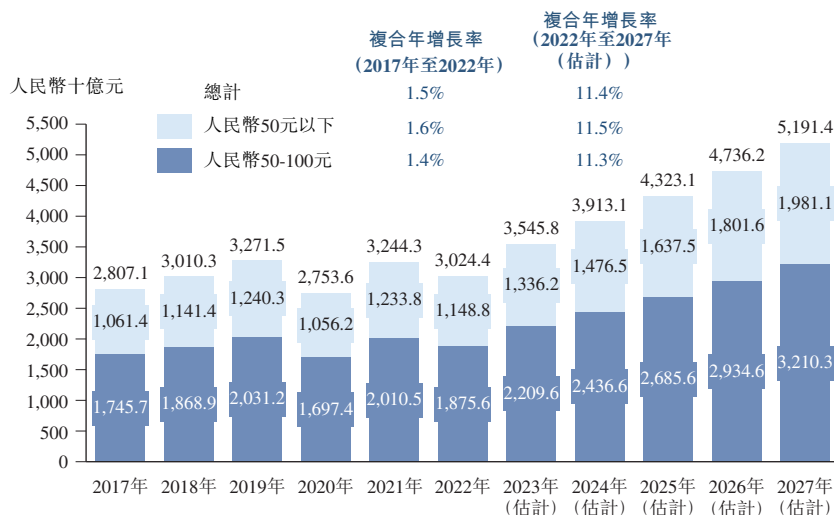


資料來源：弗若斯特沙利文

大眾便民中式餐飲可進一步分為客單價低於人民幣50元以及介乎人民幣50元至人民幣100元的兩個細分子市場。客單價在人民幣50元以下的細分子市場的市場規模（按收入計）由2017年的人民幣10,614億元增長至2022年的人民幣11,488億元，即2017年至2022年的複合年增長率約為1.6%，預計2022年至2027年的複合年增長率為11.5%。客單價在人民幣50元至人民幣100元的細分子市場的市場規模（按收入計）由2017年的人民幣17,457億元增長至2022年的人民幣18,756億元，2017年至2022年的複合年增長率約為1.4%，預計2022年至2027年的複合年增長率為11.3%。

下表列出了2017年至2027年按客單價劃分的大眾便民中式餐飲的市場規模。

行業概覽



資料來源：弗若斯特沙利文

中國餐飲業的市場驅動因素及未來趨勢分析

經濟發展與城市化率提高

中國經濟的發展以及城市化率不斷增長推動了中國餐飲業增長。中國的城市化率由2017年的58.5%增長至2022年的65.2%，導致更多人遷往城市地區，對餐飲服務的需求亦增加。中國城市居民的人均可支配收入由2017年的人民幣36,400元增加至2022年的人民幣49,300元，2017年至2022年的複合年增長率為6.2%。此外，中國城市居民的人均食品消費支出由2017年的人民幣7,000元增長至2022年的人民幣9,000元，2017年至2022年的複合年增長率為5.2%。

人口結構變化及由此引發的消費者需求變化

中國餐飲業受到中國人口結構變化的直接影響，包括小家庭比例日益增加、出生率下降及老齡化率上升等，共同推動了對堂食和外賣餐飲服務的需求。中國的二人或三人家庭佔中國總人口的比例由2017年的67.6%增加至2022年的75.1%。此外，中國出生率自2017年的12.4‰下降至2022年的6.8‰。越來越多小家庭的出現代表願意在家烹飪的人數減少，令更多家庭轉而選擇餐廳堂食或外賣服務。越來越多的消費者選擇附近的餐館作為家庭烹飪的替代方式，這為本地餐飲服務提供商創造了巨大商機。這種人口結構的變化和消費者需求的轉變，為中國餐飲業的參與者提供了一個相當大的新市場。此外，現今的中國消費者對餐廳所提供的菜餚及服務有更複雜的需求及更高的期望。只有採取以消費者為中心的方法並始終如一地提供高質量產品和服務的餐飲公司才能長期保持較高的消費者留存率和忠誠度。

連鎖餐廳在中國的滲透率上升

2022年，連鎖餐廳在中國餐飲業的滲透率為20.5% (按收入貢獻計)，而美國的這一數字為58.4%，這為中國連鎖餐廳留下了充足的成長空間。中國的餐飲業有龐大的消費者群體，連鎖餐飲模式下營運的領先品牌很可能佔據主導地位。若干連鎖餐廳公司，尤其是領先的餐廳品牌，通過應用和複製連鎖餐廳經營模式，近年來迅速發展。此外，隨著中國消費者對食品質量及服務的期望不斷提高，具有強大品牌影響力的市場參與者更有可能充分滿足消費者的需求，從而吸引更多消費者並提高其對品牌的忠誠度。連鎖餐廳經營模式的發展亦鼓勵領先的餐廳運營商加強品牌建設，鞏固優勢，從而在競爭激烈的餐飲行業中脫穎而出。此外，連鎖餐廳經營模式促進了中國餐飲行

行業概覽

業的標準化，並確保了連鎖餐廳網絡的食品質量和服務體驗的一致性。領先的連鎖餐廳公司採取各種措施規範其運營，例如對食材採購、庫存管理及菜餚製作流程的標準化管理。隨著連鎖餐廳在中國餐飲行業的滲透率逐步提高，預期消費者將對連鎖餐廳模式下的領先品牌表現出更高的黏性，這將進一步加快其擴張步伐並增加其市場份額。按收入計，中國餐飲行業的連鎖餐廳滲透率預計將於2027年達到24.1%。

大眾便民中式餐飲的廣泛吸引力

在需求端，大眾便民中式餐飲市場迎合了廣大民眾剛性、高頻、追求「好吃不貴」的外出平價就餐需求。市場需求是影響產業發展的重要變量，目前存在產品或服務與消費需求適配能力不足的客觀環境。因此，方便快捷的大眾便民餐飲透過提供經濟實惠的用餐選擇，被收入和購買力相對中低水平的消費者廣泛接受和青睞。消費者偏好質優價廉的產品及服務，對餐飲公司提出了更高的要求。因此，通過滿足消費者對物有所值體驗不斷變化的需求，大眾便民中式餐飲發展已成為中國餐飲業的重要驅動力。

在供給端，大眾便民中式餐飲市場受到消費者的歡迎，原因為大眾便民中式餐飲融合了來自中國各個地區的獨特風味，反映了中國豐富的烹飪傳統文化，讓顧客想起家的味道和傳統文化。大眾便民中式餐飲市場提供多樣化的菜餚，讓顧客可享受各色各樣的選擇。此外，由於先進的標準化管理系統及強大的供應鏈能力，大眾便民中式餐飲的菜餚的價格通常定為能夠覆蓋更廣泛消費者的水平。此外，其均衡及多樣化的菜單使其成為朋友和家庭休閒聚會的理想選擇。

數字化發展與數字技術賦能

多年來，餐飲業已演變成一個複雜的零售模式。近年來，隨著互聯網和電子商務的急速發展，中國餐飲業的市場參與者已越來越重視數字化。在互聯網時代，先進的數字技術模糊了線上線下消費之間的界限，消費者能從線上和線下渠道獲得全面的服務。中國餐飲業的數字化，如移動支付服務及線上到線下的零售服務，也使餐廳的消費場景多樣化。此外，借助最新的數字技術，領先的連鎖餐飲企業已逐步實現了日常門店運營、會員管理和供應鏈管理的數字化。例如，在數字工具的輔助下，商業智能平台在決策過程中發揮了重要作用。此外，炒菜機器人、智能攝像系統、AI自助結賬機及智慧型能耗管理系統等各種先進技術和設施在中國餐飲業得到廣泛應用。因此，預計餐飲業數字化及數字化技術賦能的發展將推動餐廳全渠道運營能力的進一步提升。

行業概覽

有利政府政策

中國政府頒佈了一系列利好政策，以促進餐飲業的健康發展和標準化，如《中華人民共和國食品安全法實施條例》及《食品安全標準與監測評估「十四五」規劃》。2022年10月，住房和城鄉建設部辦公廳與民政部辦公廳聯合印發《關於開展完整社區建設試點工作的通知》，提出為適應居民日常生活需求，應配建食堂等便民商業服務設施。2023年7月，國家發改委在《關於恢復和擴大消費的措施》中提出了20條針對性措施，明確提出要擴大餐飲服務消費、培育「種養殖基地+中央工廠+冷鏈物流+餐飲門店」模式、提高餐飲質量並規範配送。在這樣一個有利的政策環境下，規模較大且標準化體系完善的領先連鎖餐飲企業更有可能擴大市場份額。此外，政府加強政策引導，鼓勵和引導餐飲企業實現規範、安全、先進的經營。

食品安全及成本控制日益重要

餐飲業的供應鏈能力對於食品安全管理和成本控制至關重要。強大的供應鏈管理能力讓餐飲企業掌控從食材採購、運輸到儲存的整個供應鏈的食品安全。此外，餐飲企業全面的供應鏈管理能力有助於降低採購成本，改善庫存管理效率，從而在競爭激烈的市場中有效拓展業務，應對日益增長的運營成本。此外，供應鏈發展進一步促進行業的連鎖經營和標準化水平。因此，對供應鏈管理的投資和創新推動了中國餐飲業的整體發展。

中式社區餐飲行業發展

作為能迎合各個年齡段顧客群的可用選擇，中式社區餐飲指客單價在人民幣50元以下的中式餐飲，通常鄰近當地社區、工作場所及商業區。中式社區餐飲是中國餐飲行業不可或缺的一部分。中式社區餐飲為各年齡段人群提供實惠、便捷、高效的日常用餐體驗，為其家庭廚房提供強大替代選擇。中式社區餐飲市場直接影響人們的日常生活，在社區內擁有穩定的客群，滿足消費者的基本日常用餐需求，涵蓋工作餐和家庭用餐場景。

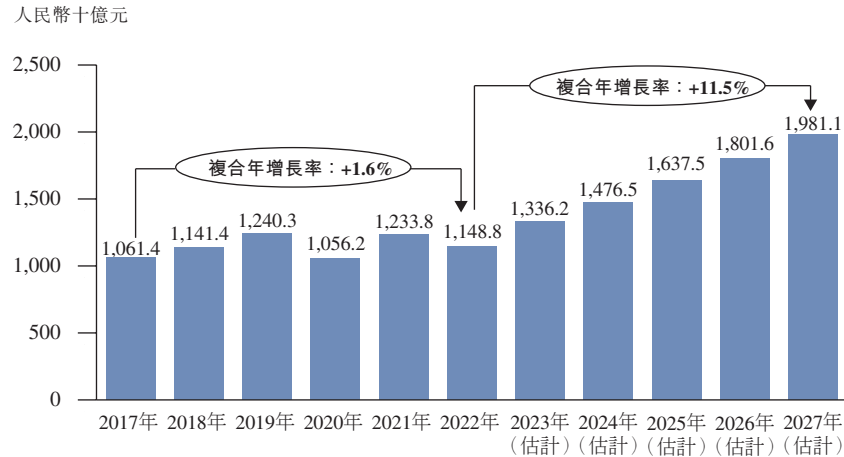
中國的中式社區餐飲行業近年來實現快速增長，市場規模由2017年的人民幣10,614億元增長至2022年的人民幣11,488億元，2017年至2022年的複合年增長率為1.6%。疫情前，即2017年至2019年，社區餐飲行業的複合年增長率約為8.1%。

中式社區餐飲行業的市場驅動因素包括社區商業化、中國城市化率的增加、利好的政府政策、中國人口老齡化、出生率下降和家庭小型化、消費者消費習慣變化以及行業基礎設施的發展。

隨著疫情後中國餐飲行業逐步復甦，預計到2027年，中式社區餐飲的市場規模預計將達到人民幣19,811億元，預計2022年至2027年的複合年增長率為11.5%。

下表列出了2017年至2027年中國中式社區餐飲行業的市場規模。

行業概覽



資料來源：弗若斯特沙利文

中餐在全球範圍內日益擴大的吸引力

海外華人社群構成龐大的顧客群。隨著全球華人僑民增加，彼等對中餐保留深厚的情感聯繫。海外華人亦深刻理解傳統中餐的口味和文化，使彼等更欣賞正宗的中餐。其次，中餐在多樣化和口味方面具有廣泛的吸引力。中餐以其獨特的口味和多樣選擇吸引全球的美食愛好者，中餐被視為全球美味的代表之一。此外，部分成功的中式快餐連鎖品牌已經在海外嶄露頭角。該等中餐連鎖品牌已經證明了中餐在國際市場上有巨大的增長潛力、鼓舞更多業者積極開拓海外市場，並進一步推動中餐國際化。概括而言，在對中餐需求高的海外市場有大量發展空間。於2022年，全球中餐市場的總規模達到人民幣54,764億元，其中海外地區為該市場貢獻約人民幣20,600億元或約37.6%的市場規模。

競爭格局

中國大眾便民中式餐飲市場可分為客單價人民幣50元以下及客單價介乎人民幣50元至人民幣100元的細分子市場。於2022年，按收入計，大眾便民中式餐飲市場客單價介乎人民幣50元至人民幣100元的市場規模佔大眾便民中式餐飲市場總額約62%。按截至2023年9月30日止九個月的門店收入計，「小菜園」在客單價介乎人民幣50元至人民幣100元的中國大眾便民中式餐飲市場的所有品牌中排名第一。

下表載列中國大眾便民中式餐飲（客單價介乎人民幣50元至人民幣100元）前五大品牌（按門店收入計）。

排名	品牌	截至2023年9月30日止九個月 門店收入 ⁽¹⁾ (人民幣十億元)	截至2023年9月30日止九個月 市場份額 ⁽¹⁾ (%)
1	小菜園	3.4	0.2%
2	品牌A	3.3	0.2%
3	品牌B	2.7	0.2%
4	品牌C	2.2	0.1%
5	品牌D	1.9	0.1%
	前五大	13.5	0.8%
	其他	1,672.8	99.2%
	合計	1,686.3	100%

資料來源：弗若斯特沙利文

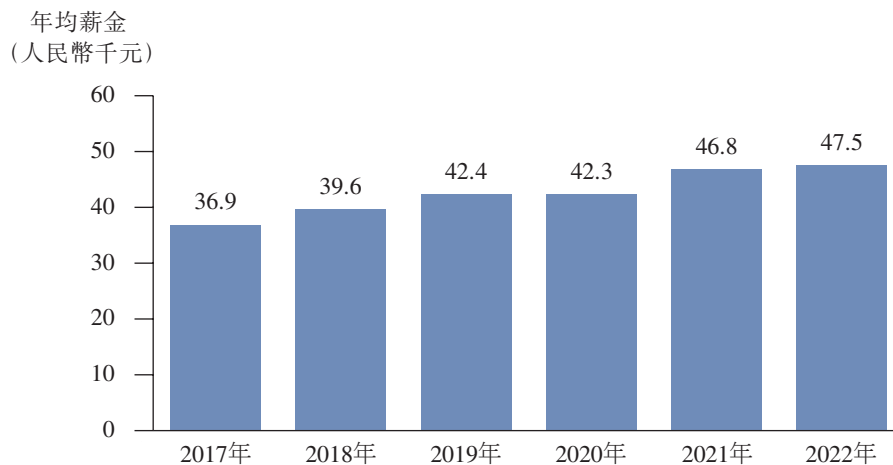
行業概覽

附註：(1) 門店收入指來自門店的門店總收入，包括來自堂食顧客及外賣業務顧客產生的收入；(2) 品牌A為一家香港聯交所上市公司旗下主要品牌，該公司於2019年成立，總部位於中國廣東廣州市。該品牌在中國設有400多家門店；(3) 品牌B為一家非上市公司旗下主要品牌，該公司於2015年成立，總部位於中國浙江杭州市。該品牌在中國設有200多家門店；(4) 品牌C為一家香港聯交所上市公司旗下主要品牌，該公司於2008年成立，總部位於中國北京市。該品牌在中國設有800多家門店；(5) 品牌D為一家非上市公司旗下主要品牌，該公司於2002年成立，總部位於中國浙江杭州市。該品牌在中國設有100多家門店。

中國餐飲業的成本分析

隨著中國經濟的增長，中國餐飲業僱員的年收入於2017年至2022年穩定增長。由於經濟增長、可支配收入提高，預期勞動力成本在未來五年將會增加。展望未來，預期中國餐飲業僱員的年均薪金將隨著中國名義國內生產總值增長而增加。

下表列出了2017年至2022年中國餐飲業僱員年均薪金。

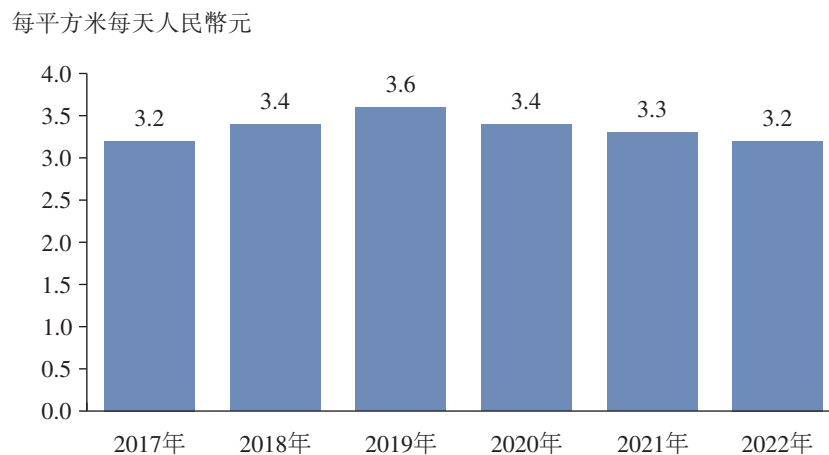


資料來源：國家統計局、弗若斯特沙利文

附註：年薪金指住宿及餐飲市場私營僱員年均薪金。

零售物業租金成本被視為中國餐飲公司主要成本之一。於2017年至2022年，中國零售物業平均租金為每平方米每天人民幣3.2元，複合年增長率為-0.3%。

下表列出了2017年至2022年中國零售物業平均租金。



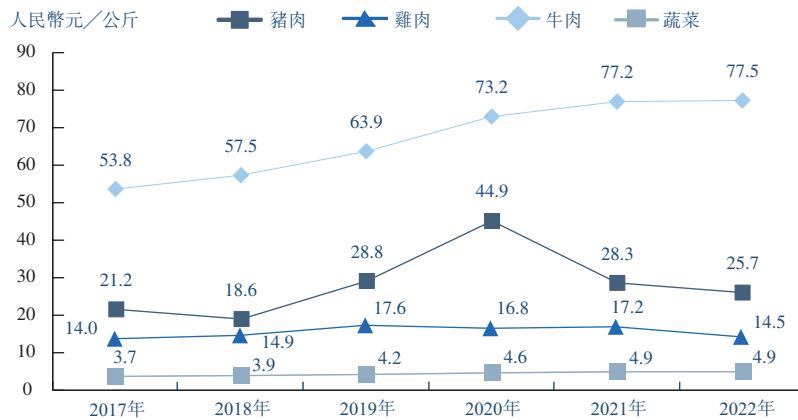
資料來源：國家統計局、弗若斯特沙利文

行業概覽

餐飲公司購買的食材通常包括豬肉、牛肉、雞肉及蔬菜。近年來，該等食材的平均價格大部分呈增長趨勢。例如，牛肉的平均價格由2017年的每公斤人民幣53.8元增加至2022年的每公斤人民幣77.5元，主要是因為中國消費者不斷增長的需求。

隨著收入水平增長及個人健康意識提高，預期食材原料平均價格於可見未來增長。

下表列出了2017年至2022年中國食材原料平均價格。



資料來源：國家統計局、弗若斯特沙利文

附註：(1)此處價格指批發價；(2)蔬菜平均批發價為中國28種蔬菜的平均批發價。

中國大眾便民中式餐飲市場的進入壁壘

品牌知名度

一般情況下，品牌知名度與口味、食品安全、服務質量和就餐環境等高度相關，此外，顧客對品牌的忠誠度也直接受其就餐體驗的影響。在這種情況下，品牌成熟的餐廳公司更有可能受到更多消費者歡迎，擴大市場份額。對於行業新進入者，短期內建立品牌知名度可能需要投入大量資源。

供應鏈管理

餐飲服務的質量與食材的新鮮度和質量密切相關。供應鏈管理能力對於餐飲公司來說至關重要，例如以有利價格從可靠的供應商採購健康、新鮮的優質食材、有效的庫存管理和高效的物流安排。中國大多數領先的餐飲公司已經開始構建和加強自己的供應鏈基礎設施，因此對於供應鏈管理經驗較少的行業新進入者而言，可能無法有效地與其他企業競爭。

食品安全

食品安全已成為中國餐飲行業的首要問題之一。在過往數年，消費者及政府尤其關注食品安全問題。消費者對食材質量和食品製備過程提出更高要求。中國政府頒佈了嚴格的食品安全法律及法規以及眾多指導和規範食品安全問題的措施。所有市場參與者均須對確保食品安全付出更多努力。隨著經營經驗的積累，中國領先的餐飲公司能有效管理其食品安全檢查過程，而行業新市場參與者將難以在初期全面及時遵守所有監管和行業標準。

行業概覽

餐廳創新與研發投資

中國餐飲企業要想保持市場競爭力，滿足不斷發展和多樣化的市場需求，菜品研發和餐廳管理方面的創新非常重要。新技術在改善就餐體驗及優化門店運營方面發揮重大作用，因此，投資技術基礎設施並採用新技術的餐飲公司通常能夠精簡運營、降低成本並實現規模經濟及最終為堂食顧客及外賣顧客提供全面體驗。先進的技術提高了標準化水平，為擁有大量技術投資和強大運營能力的公司提供了競爭優勢，確保了長期成功。創新和研發投資可能是該行業新進入者的進入壁壘，因為他們可能會發現在短期內難以推進及優化其技術。

現代化、標準化、數字化、智能化及工業化

首先，現代化和工業化推動餐飲業採用高度自動化的生產流程，包括烹飪、清潔和運輸，以提高效率並降低成本。未能應用最新技術及設備的新進入者將難以在生產效率方面與現有企業競爭。其次，標準化要求餐飲企業建立統一的制度和流程。這需要系統性的管理和培訓，並必須投入大量的時間和資源。標準化包括為菜餚和服務流程作出準備、員工培訓以及確保每家餐廳提供相同的用餐體驗。最後，數字化和智能化意味著餐飲企業需要不斷創新，應用技術提升客戶體驗和運營效率。這包括訂單系統的數字化管理、供應鏈及智能廚房設備。這些方面的提升對客戶關係管理、營銷及新產品開發等領域的市場參與者提出了更高的要求。因此，現代化、標準化、數字化、智能化及工業化對餐飲公司至關重要，尤其是想在中國餐飲市場建立據點的新進入者。

中國大眾便民中式餐飲市場消費者調查

我們於2023年11月委託弗若斯特沙利文對「小菜園」經營所在省份的1,800名消費者進行了線上調查，以便從消費者的角度更好地了解中國大眾便民中式餐飲市場。受訪消費者於受訪前六個月內曾食用大眾便民中式餐飲至少一次。以下是弗若斯特沙利文進行的消費者調查的詳細內容：

- 「小菜園」的品牌知名度在客單價人民幣50元至人民幣100元的大眾便民中式餐飲市場的品牌認知度中排名第一。
- 於所有受訪者中，92.4%的受訪者對在「小菜園」門店的體驗感到滿意，96.5%的受訪者願意再次消費。
- 受訪者表示，在選擇大眾便民中式餐館時，最重要的考慮因素是食物的味道，70.6%的消費者認為這是最重要的因素。排在前五位的因素分別是：菜品口味好、食材優質、菜品口味一致、就餐環境舒適、上菜快、服務好且反應及時。
- 消費者選擇「小菜園」的主要原因，是口味好吃穩定、食材優質、飯菜現炒現製、舒適的用餐環境等。