2024年2月2日 星期五
E-mail:tougao_cfs365@126.com
首都食品安全

餐饮收入首破5万亿元 烟火气撬动消费新活力

国家统计局日前发布的最新数据显示，2023年餐饮收入达52890亿元，同比增长20.4%。无论是咖啡、奶茶，还是飘香的火锅、快餐，餐饮行业美食众多，行业增势喜人的原因有哪些？适应消费需求，又将呈现哪些新的发展趋势？

行业收入突破5万亿元

国家统计局最新数据显示，2023年社会消费品零售总额471495亿元，比上年增长7.2%。其中，餐饮收入达52890亿元，同比增长20.4%。限额以上单位餐饮收入13356亿元，同比上升20.9%。

中国烹饪协会结合往年数据分析显示，2023年1—12月，全国餐饮收入、限上餐饮收入增速分别比上年同期上升26.7个、26.8个百分点，餐饮收入增幅领先社会消费品零售总额增幅13.2个百分点，全年餐饮收入突破5.2万亿元，创历史新高。纵观2023年全年，1—2月餐饮市场复苏回暖，3月以后餐饮收入增幅始终保持两位数增长，其中二季度、四季度表现尤为亮眼，餐饮收入增幅分别达到31.7%、24.3%。

中国饭店协会认为，2023年餐饮总收入首次突破5万亿元，符合协会预期，即便对比疫情前2019年的全年餐饮收入46721亿元，2023年餐饮收入增长仍超过13%，表现亮眼。餐饮作为消费的重要组成部分，2023年全年增速领跑其他行业，标志着我国餐饮业复苏明显，发展信心稳固增强。据了解，2018年全国餐饮收入首次突破4万亿元，达到42716亿元，到2023年突破5万亿元，仅用了5年时间。

中国食品产业分析师朱丹蓬表示，餐饮行业是2023年整个快消品行业里恢复最快的一个赛道。整体来看，行业创新升级迭代的速度和质量都在提高，餐饮行业优胜劣汰不断提速。

香颂资本执行董事沈萌则认为，2023年餐饮行业收入增长率高是因为2022年的基数较低，而长时间的餐饮需求被压制后，在2023年出现恢复性增长。

多重因素促行业复苏

餐饮行业是最能体现烟火气的行业，虽在疫情期间遭遇困境，收入几经波动，但目前仍不断刷新产业规模与增速。“这一成绩的取得与国家政策支持、行业标准不断提升，以及餐饮企业自身的创新和转型密不可分。尤其是餐饮企业在食品安全、服务质量、品牌建设等方面的投入和改进，为消费者提供了更加安全、健康、便捷的餐饮服务，增强了消费者的消费信心和消费意愿。”中国烹饪协会会长杨柳表示。

中国烹饪协会认为，2023年随着生产生活有序恢复，促消费政策持续发力，各地积极开展文旅+美食、夜经济、展演+美食等促消费活动，推动了餐饮行业的快速复苏，行业发展信心进一步恢复，充分体现了餐饮经济韧性强、潜力大、活力足等特点。

2023年餐饮市场呈现出新的特点，诸如消费者更加务实和理性，不再为单纯的高端品牌和浮夸的营销宣传买单，餐饮消费市场更加关注“质价比”。中国烹饪协会数据显示，2023年春节、“五一”、中秋国庆假期餐饮市场客流量增幅都高于营收增幅，餐饮消费刚需增加明显。

中国饭店协会认为，疫情后社区餐饮发展及餐饮市场下沉趋势明显，大众化餐饮成为餐饮业发展的主流方向，餐饮行业连锁化、数字化、产业化、标准化、绿色化等方面的高质量发展为餐饮“万店时代”筑起牢固的根基。

以数字化为例，当前餐饮行业正积极拥抱这一趋势，如新茶饮采用小程序点单、品牌餐饮设立外卖店等。中国企业资本联盟副理事长柏文喜表示，目前餐饮行业数字化趋势尽显，通过线上平台进行宣传、预订和点餐，提升用户体验和服务质量，已成为餐饮业增加收入、降低成本、提升效率的重要支撑。

当前，消费者对餐饮品质和体验需求也在提升。美团《2023外卖服务健康消费机会点洞察》报告显示，消费者对健康饮食认知的前三位分别是“荤素搭配，营养均衡”“天然新鲜，无有害添加”和“富含蛋、奶、鱼虾等优质蛋白”。

柏文喜表示，健康饮食正在成为一种趋势，人们对食品安全和健康的要求越来越高，许多餐饮企业积极践行减油、减盐、减糖等营养健康理念，推出健康饮食菜单，通过不断升级设施、服务和品质，吸引更多消费者。

“好吃+吃好”成买单动力

进入2024年，餐饮行业复苏的脚步并未停歇。元旦假期，在居民出行、旅游热情高涨等因素带动下，新茶饮、火锅、烘焙等各品类食品迎来“开门红”。当前，正值年夜饭预订高峰。美团、大众点评数据显示，截至1月21日，农历大年三十至初八的旅游消费（含酒店民宿、景点门票、交通等）预订量较去年增长约7倍。

朱丹蓬认为，年夜饭预订火爆是经济逐步恢复的重要标志，是消费信心、消费意愿、消费能力逐步回暖的具体表现。

餐饮行业强势复苏的背后，行业竞争也在加剧。企查查数据显示，截至2023年12月21日，国内餐饮企业注吊销数量超过126.5万家，是2022年全年餐饮企业注吊销数量的两倍多，餐饮行业优胜劣汰在不断提速。

沈萌认为，餐饮需求的刚性特征必然促使行业性增长，微观上竞争加剧也同样突出，加上经营成本上涨，餐饮业收益能力或许会出现下滑。以火锅赛道为例，艾媒咨询数据显示，预计到2025年火锅行业市场规模将增长到6689亿元，但增速将从2019年的10%降为2025年的4.3%。

为了应对这一情况，餐饮企业一方面大打价格战，另一方面不断创新增加品类和服务内容，诸如远程选餐、在线下单，从低脂、轻食到“餐饮+展演”“餐饮+IP”……

中国烹饪协会认为，餐饮业品质性价比时代来临，“好吃+吃好”才是消费者买单的动力。消费者对于品质的需求是持续的，行业竞争门槛将不断提高。

一家大型连锁餐饮企业负责人表示，对于顾客而言，餐饮企业产品稳定性比美味性更重要。当消费环境转向理性务实时，从业者只有认真做餐饮，保持对餐饮高品质的追求，才能找到穿越周期的钥匙。

朱丹蓬表示，目前我国餐饮行业进入“反向发展”的阶段。随着一二线城市增长空间放缓，众多餐饮品牌开始向三四线城市下沉，占领新的市场。2024年餐饮行业的火爆还将持续，特别是在一些重要节假日，假日经济将进一步释放消费红利。

杨柳认为，2024年餐饮业在数字化转型、预制食品、跨界融合、个性化服务、国际化发展、社区餐饮和下沉市场等方面涌动着新机遇。餐饮企业应不断创新，提高服务质量，关注消费需求变化，及时调整经营策略。

北京年货节进社区 老字号年货美食齐聚

本报讯 董兆瑞 近日，2024北京年货节“龘龘”新春美食嘉年华年货美食进社区活动在西城区广外街道红莲幸福家养老中心举办。马凯餐厅、护国寺小吃、柳泉居等餐饮品牌为社区居民带来了一场京味儿十足的年货饕餮盛宴。

此次年货美食进社区活动是2024北京年货节餐饮板块的落地活动之一，汇集北京餐饮老字号企业、年货礼盒、时令美食，为大众提供消费指引，促进春节期间消费增长。活动由北京市商务局指导，北京市餐饮行业协会、西城区商务局、西城区饮食行业协会、西城区广安门外街道办事处共同主办。

笔者在现场看到，护国寺小吃在现场展卖的豆汁儿和焦圈儿、柳泉居的豆沙包、马凯餐厅的年货礼盒等，受到了市民的欢迎。市民徐阿姨选购了年货熟食和一些北京特色小吃，有为儿女买的，也有自己留着吃的。她表示：“这个活动一次性聚集了很多老字号，都是老北京人熟知的品牌，能够就近一站式采购很方便。”

据了解，北京年货节是北京消费季重点打造的覆盖全市范围的促消费活动，“龘龘”新春美食嘉年华是其中重要组成部分。新春美食嘉年华将围绕除夕、元宵等多个节日节点，联动全市十余重点商圈、百企千店开展系列活动，如推出年夜饭榜单系列活动、发布年味美食消费地图等，系列活动将持续至2024年2月底。

黑珍珠餐厅指南出炉 38家北京餐厅上榜

本报讯 张天元 近日，“2024黑珍珠餐厅指南”在江苏无锡正式发布，共有全球30个城市的341家餐厅上榜。其中，北京38家上榜餐厅中，包含一线城市唯一一家升钻中餐厅，成精致中餐发展新高地。新开城市方面，福州共有2家餐厅上榜，南昌2家。

从今年的榜单看来，质价比成为新趋势。据介绍，一线城市出现更多质价比新上榜餐厅，也预示着黑珍珠进入高质量发展阶段，将惠及更多消费者。美团高级副总裁张川也表示，消费者对美食的追求会让精致餐饮持续增长，黑珍珠也将步入高质量发展阶段。未来，黑珍珠将坚持长期主义，倡导更多黑珍珠餐厅通过“回归”塑造质价比更高的美食，服务更多消费者。

同时，2024年是黑珍珠餐厅指南的第七年发布，今年起黑珍珠还将增设“年度菜品奖”，鼓励菜品研发创新和本土食材的推广。榜单评审方面，为了确保公平公正，今年起黑珍珠再次优化评审体系，评委总人数增加了26.8%，按照五年任期加速轮换。不同类型的评委，探访一家餐厅会从更多角度考量，从而进一步提升榜单的可信性。