

九月份中国餐饮业表现指数报告

中国烹饪协会发布的中国餐饮业表现指数(CRPI)由现状指数和预期指数两大维度、10项指标构成,通过所构建的模型运算,用以反映餐饮业整体经营状态,揭示未来发展趋势。自2024年8月开始,每月发布上一个月的指数报告。本项目数据采集及问卷调查在每月底进行,充分考虑抽取样本的可代表性,兼顾规模特征、业态分布、地区分布等因素的影响,利用中国烹饪协会及合作单位的会员系统优势,借助线上及线下渠道调查,并严格审核回收数据的有效性,本次共回收有效调查问卷2285份。

餐饮业增长放缓呈现收缩态势

9月份餐饮业的表现指数42.20,环比下降1.05,低于中性水平7.80,行业整体态势处于收缩状态。虽然即将迎来国庆中秋假期,预期指数54.56,环比上升10.27,但是现状指数降低至29.84,同比降低12.36,造成了表现指数的进一步下探,反映出行业9月经营面临着巨大的下行压力,需要引起关注。

9月份餐饮业经营面临巨大压力

9月份餐饮业现状指数为29.84,环比下降12.36,已连续14个月低于中性水平。其中,门店销售额指数为25.09,盈利指数为25.91,用工规模指数为39.45。客流量指数为28.92,环比分别下降14.25、14.68、5.73、14.79。所有指标的大幅下降,反映出近期行业整体遭遇困境。当前,居民消费趋于理性,门店销售与客流提升动力仍显不足。暑假假期的结束,客流量进一步下降,加剧了行业的经营压力。同时,平台间的补贴竞争在一定程度上扰动了餐饮市场价格体系,使部分企业盈利空间受到挤压。集中整治违规吃喝在个别地区执行中层层加码,客观上也对部分正常消费的释放带来影响。在多重压力交织之下,餐饮业修复节奏放缓。

10月份餐饮业经营预期积极向好

10月餐饮业预期指数为54.56,较上月上升10.27,重新站上中性水平。其中,门店销售额预期指数为56.56、盈利预期指数为57.31、用工规模预期指数为49.31、客流量预期指数为57.38,环比分别上升12.96、14.50、9.20、14.22,除了用工规模接近中性水平外,其他指数均高于中性水平,显示企业对国庆中秋假期经营较为乐观,但用工规模更趋谨慎。

10月投资预期指数为52.27,季度预期指数为60.42,环比分别上升0.50、0.61,分别高于中性水平2.27、10.42。投资预期已接近边界值,表明企业在短期扩张上趋于保守;而季度预期仍高出近10点,反映出市场主体对行业中长期发展保持信心。

不同规模表现差异性分析

9月份,不同规模门店的餐饮业表现指数均低于中性水平。限额以上门店的餐饮业表现指数为44.49,环比下降0.50,其中现状指数为29.43,环比下

降22.93,主要由于9月大门店出现了客流量的急速下降,客流量现状指数为25.63,环比下降30.31,大门店面临消费市场活力不足的问题,需要及时调整经营策略;预期指数为59.56,环比上升21.94,显示出大门店对国庆中秋假期的经营信心明显增强。

限额以下门店的餐饮业表现指数为41.44,环比下降1.22,现状指数为29.98,环比下降8.84,显示出小门店面临的经营难度正在逐步加大;预期指数为52.90,环比上升6.39。值得注意的是,虽然预期指数已高于中性水平,但用工规模预期指数为46.97,低于中性水平3.03,显示小门店在用工方面持谨慎态度。

各业态表现差异性分析

9月份各业态表现指数均出现大幅下降,西式正餐、西式快餐、饮品和烘焙甜点低于中性水平10个百分点以上,行业延续收缩态势。

具体来看,仅休闲餐和烘焙甜点的现状指数有小幅回暖,其他业态经营现状依旧低迷。除了西式快餐和饮品业态预期指数低于中性水平外,其他业态预期指数高于中性水平,特别是烧烤和火锅业态,预期指数已高于60,显示出对节日消费寄予了较强信心。

从指数总体看,9月份餐饮业表现指数为42.20,环比下降1.05,低于中性水平7.80,行业整体处于收缩状态。

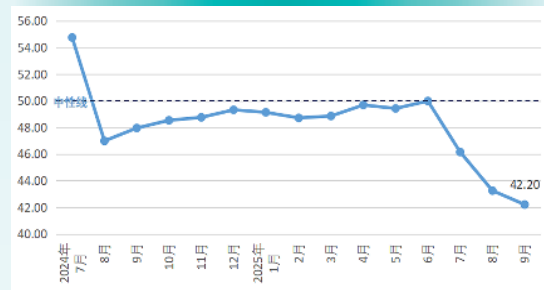
从指数维度看,9月份餐饮业现状指数低于中性水平20.16,预期指数高于中性水平4.56,显示行业9月经营形势不乐观,但对即将到来的国庆中秋假期抱有信心。

从规模特征看,在14个月的时间里,规模以上门店的表现指数虽然波动更大,但超过一半的月份高于中性水平,自今年6月开始出现持续下滑,7月跌破中性水平,9月下探至44.49。相比之下,规模以下门店走势相对平缓,长期徘徊在略低于中性水平的位置,9月下探至41.44。需要关注的是,9月大门店与小门店的现状指数均低于30,显示行业整体面临很大的经营压力。

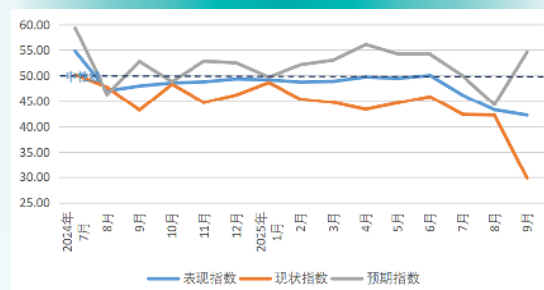
从不同业态角度看,西式正餐、西式快餐、饮品和烘焙甜点表现指数低于中性水平10个百分点以上,所有业态现状指数均低于中性水平10个百分点以上,整体业态未见明显回升趋势,修复节奏放缓。

从投资预期指数与季度预期指数看,尽管餐饮业长期处于持续收缩状态,但投资预期指数与季度预期指数已连续15个月高于中性水平。这显示出企业对于餐饮行业长期发展仍有信心。(治殊)

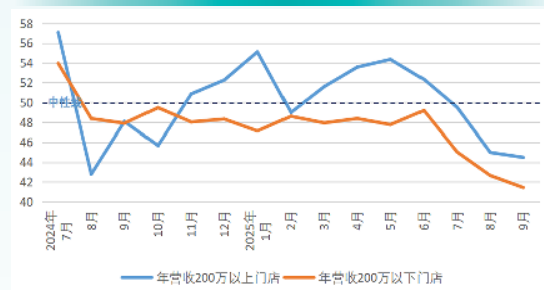
中国餐饮业表现指数



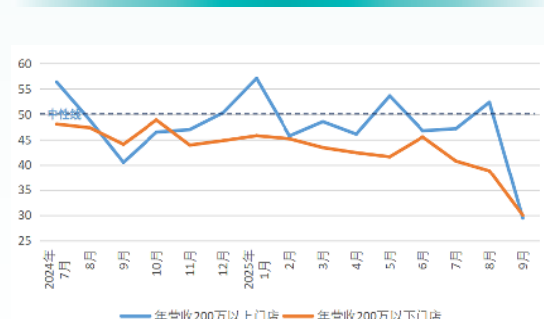
中国餐饮业表现指数整体趋势



不同规模餐饮业表现指数趋势



不同规模餐饮业现状指数趋势



高邮美食文化推广活动在北京举办

本报讯 杨成 近日,“‘京’常相会‘邮’滋‘邮’味”高邮农产品进北京暨高邮美食文化推广活动在北京新发地农产品批发市场国际农产品会展中心成功举办。

作为全国农产品流通领域的“晴雨表”,新发地农产品批发市场承担着北京80%以上的农产品供应,其市场辐射力与消费带动力为各地优质农产品提供了广阔舞台。近年来,高邮已形成高邮鸭蛋、高邮大虾、高邮大米3个百亿级产业和高邮湖大闸蟹、高邮黄羽肉鸡、扬州鹅3个特色产业。高邮农产品多次入选国家级重点推介名录,目前共有中国地理标志商标农产品16件、国家地理标志农产品3个,品牌影响力持续攀升。此次高邮主动“走出去”,正是瞄准新发地农产品批发市

场这一核心流通枢纽,希望通过精准对接打通产销链路,让“高邮好味道”真正装进北京的“菜篮子”“米袋子”“鱼盘子”。

高邮市委副书记李伟在全面推介高邮经济发展及特色农业后表示,此次活动是以高邮农产品和美食为媒介,精准链接北京资源,借助好北京市新发地市场“菜篮子”市场占有率高的优势,通过其农产品“集采集配”系统,推动高邮农产品不断走进北京市民餐桌,进驻在京企事业单位和高校食堂,从而有力拓展高邮农产品销售渠道,为高邮农业增效和农民增收作出积极贡献。同时,以高邮美食等具象化的城市符号,将高邮城市形象植入北京市民和北京高校学生心中,实现城市知名度和美誉度的提升,为高邮城市品牌塑造注入

持久动能,为高邮引入资源打下基础。他诚邀大家到高邮品鉴双黄鸭蛋、高邮大虾、大闸蟹等特色美食,感受千年文脉与现代农业的交融,以农为媒,共谋发展。

北京新发地市场常务副总顾兆学表示,新发地将充分发挥市场的渠道、平台优势,为高邮农产品开辟“绿色通道”,通过线上线下联动推广、场景化体验等方式,让“高邮味道”深入北京消费者心中,真正实现“高邮产、新发地销、百姓享”的共赢。

北京高邮企业商会会长顾庆伟代表商会致辞。他说:“在北京能品尝到家乡的美食,我们感到很亲切、很幸福。他表示,将继续发挥桥梁纽带作用,推动更多高邮企业、高邮品牌融入北京市场,动员

更多在京邮商参与高邮农业发展,助力高邮‘土特产’变成区域经济的‘金名片’”。

高邮市委常委、副市长郭永庆向新发地市场授予“高邮市优质农产品供销合作基地”牌匾;高邮副市长周启泉、杨芹芹向高邮农业发展战略合作顾问龚新奇、戴明锋、赵霞、颜建群颁发聘书。

现场还进行了多项合作签约,其中高邮市邮农甄选有限公司与北京市新发地市场江苏馆签约,高邮市虾业公司与京东集团签订农特产品电商推广合作协议。高邮鸭集团负责人和王鲜记负责人分别分享高邮鸭蛋、高邮湖大闸蟹品牌故事。“高邮大虾”“高邮鸭蛋”“少游宴”“汪氏家宴”等一系列当地农产品和美食展出。