

2020

中国餐饮业年度报告

2019 财政年度

Financial Year 2019



www.news.cn

N 新华网
NEWS
www.xinhuanet.com

2020中国餐饮业年度报告

2020 CHINA RESTAURANT INDUSTRY SURVEY REPORT

2019财政年度
Financial Year 2019

发布单位

中国饭店协会

联合发布单位

新华网

2020.9

编 委 会

主 编：陈新华

副 主 编：张翔

数据收集：金勇、张宪红、李剑锋、何娟、邢程、那柏伦、侯鼎原

报告撰写：张翔、宋小溪、付连英、刘梦雪

更多信息，请联系：

中国饭店协会

地址：北京市西城区车公庄大街9号五栋大楼A2座601 邮编100044

电话：010-88365877

传真：010-88365891

网址：www.chinahotel.org.cn

邮箱：179717290@qq.com



《中国餐饮业年度报告》自 2009 年发布以来，受到国家商务部、各地商务主管部门、餐饮企业和新闻媒体的高度关注，已成为中国餐饮行业最真实的统计研究资料，为行业培育品牌、树立标杆和企业上市服务发挥了重要作用。

该报告以国内 24 个省区市的 100 家企业或集团数据为基础，涉及门店总数 25507 个，涉及品牌总数 359 个，其中连锁企业占比 95%，2019 年营业收入超过 2000 万的企业占比 88%，2019 年营业收入超过 1 个亿的企业占比 68%。报告涉及的业态包括正餐、火锅、团餐、快餐小吃、西餐休闲以及日料等，通过八大维度、超过 80 个细分指标深入剖析行业发展情况，全面、细致地反应了当前餐饮行业发展的现状特征；结合政治、经济、社会、文化、环境发展特征以及行业发展内在需求对行业发展趋势做出预判；从行业高质量发展以及企业创新发展的角度提出了相关发展建议。

长远来看，此次疫情加速了饭店餐饮行业升级，主要表现为：一是头部效应增强，品牌化企业迎来新的机遇。有品牌、有温度、有品质的头部企业影响力将进一步加大，这也将成为行业的新常态。经济内循环下，老字号、文化特色餐饮将持续快速发展，快餐、团餐、火锅、小吃等业态的头部企业效应进一步体现，将通过产品和服务的创新、以及模式的整合，进一步改写产业生态圈；二是数字化赋能产业升级，新零售、新外卖、餐饮电商迎来最佳成长期。餐饮业在新的消费市场下的数字化智能化转型、产业链一体化、跨界新产品融合、文化融合、渠道创新、直播带货等新模式，从根本上提高餐饮行业劳动生产率；三是绿色餐饮、节约餐饮成为国家政策支持热点。疫情防控常态化下，消费者餐饮消费将把卫生、安全放在首位。近日习总书记对制止餐饮浪费行为作出重要指示，全国餐饮企业深入贯彻落实，节约餐饮、绿色餐饮、绿色宴席、绿色食堂、分餐服务、打包服务、绿色管家服务、光盘行动将是“十四五”行业升级的重要任务。

本次报告发布，一方面是对疫情前 2019 中国餐饮业的全面记录，作为我们衡量疫后餐饮业恢复发展的基准标杆。另一方面也对疫情期间及疫后餐饮业发展进行了分析和预测，希望能够进一步加强对餐饮业高质量发展的指引。

最后，感谢所有支持和参与本年度《中国餐饮业年度报告》的地方协会和餐饮企业对此意义深远的研究的支持，正是由于这些兄弟协会和优秀企业的大力支持，本研究才得以成功面世。

韩明

中国饭店协会会长

联合调查及支持单位

- | | | | |
|----|-------------------|-------|----------------|
| 1 | 北京烹饪协会 | 42 | 南昌市餐饮（烹饪）行业协会 |
| 2 | 北京市餐饮行业协会 | 43 | 上饶市饭店酒店业协会 |
| 3 | 上海市餐饮烹饪行业协会 | 44 | 山东省餐饮与住宿行业协会 |
| 4 | 天津烹饪协会 | 45 | 山东省烹饪协会 |
| 5 | 天津市餐饮行业协会 | 46 | 济南市饭店业协会 |
| 6 | 重庆市餐饮行业协会 | 47 | 青岛市餐饮行业协会 |
| 7 | 重庆市餐饮商会 | 48 | 淄博市饭店烹饪协会 |
| 8 | 重庆市火锅协会 | 49 | 河南省餐饮与饭店行业协会 |
| 9 | 重庆市烹饪协会 | 50 | 河南省豫菜文化研究会 |
| 10 | 河北省饭店烹饪餐饮行业协会 | 51 | 洛阳市餐饮与饭店行业协会 |
| 11 | 保定市烹饪餐饮饭店行业协会 | 52 | 湖北省烹饪酒店行业协会 |
| 12 | 廊坊市饭店餐饮（团餐）烹饪行业协会 | 53 | 武汉餐饮业协会 |
| 13 | 山西省饭店业商会 | 54 | 湖南省餐饮行业协会 |
| 14 | 山西省烹饪餐饮饭店行业协会 | 55 | 广东省餐饮服务行业协会 |
| 15 | 太原市烹饪餐饮业协会 | 56 | 广东省烹饪协会 |
| 16 | 内蒙古自治区餐饮与饭店行业协会 | 57 | 广州市饮食行业商会 |
| 17 | 辽宁省餐饮烹饪行业协会 | 58 | 深圳市饮食服务行业协会 |
| 18 | 辽宁省饭店餐饮协会 | 59 | 深圳市餐饮商会 |
| 19 | 大连市饭店协会 | 60 | 珠海市餐饮协会 |
| 20 | 吉林省饭店餐饮烹饪协会 | 61 | 广西烹饪餐饮行业协会 |
| 21 | 吉林省食品协会 | 62 | 海南省酒店与餐饮行业协会 |
| 22 | 黑龙江省餐饮烹饪行业协会 | 63 | 海南省烹饪协会 |
| 23 | 哈尔滨市饭店烹饪协会 | 64 | 儋州市餐饮烹饪协会 |
| 24 | 江苏省餐饮行业协会 | 65 | 四川省饭店与餐饮娱乐行业协会 |
| 25 | 江苏省烹饪协会 | 66 | 四川省烹饪协会 |
| 26 | 南京餐饮商会 | 67 | 四川省火锅协会 |
| 27 | 苏州市烹饪协会 | 68 | 贵州省餐饮行业商会 |
| 28 | 无锡市餐饮烹饪行业协会 | 69 | 贵州省黔菜文化研究会 |
| 29 | 常州市烹饪餐饮行业协会 | 70 | 云南省餐饮与美食行业协会 |
| 30 | 连云港市旅游饭店业协会 | 71 | 云南省烹饪协会 |
| 31 | 浙江省餐饮行业协会 | 72 | 西藏自治区烹饪餐饮饭店业协会 |
| 32 | 杭州市餐饮旅店行业协会 | 73 | 陕西省烹饪餐饮行业协会 |
| 33 | 温州市饭店餐饮烹饪行业协会 | 74 | 西安饭店与餐饮行业协会 |
| 34 | 宁波市餐饮业与烹饪协会 | 75 | 甘肃省饭店协会 |
| 35 | 安徽省餐饮行业协会 | 76 | 宁夏餐饮饭店协会 |
| 36 | 安徽省烹饪协会 | 77 | 青海省饭店烹饪协会 |
| 37 | 安徽省饭店业协会 | 78 | 青海省饭店协会 |
| 38 | 合肥市餐饮（烹饪）行业协会 | 79 | 新疆维吾尔自治区饭店协会 |
| 39 | 福州市餐饮烹饪行业协会 | | |
| 40 | 厦门市餐饮行业协会 | | 等饭店餐饮烹饪饮食行业协会 |
| 41 | 江西省烹饪餐饮饭店行业协会 | | |

关于此报告

1、本报告主要是对2019年行业发展新的形势做出的调查分析，力求准确反映2019年我国餐饮业发展现状和2020餐饮业发展方向。本文对于2019年现状的分析是基于2019财年行业餐饮企业调研数据得出，企业家信心指数以及对于未来的趋势判断是新冠疫情爆发之后，考虑到疫情影响而做出的趋势研判。

2、本报告第一部分主要依据中国饭店协会对全国范围内百余家典型企业调查数据进行的定量和定性分析，由于中国饭店协会调查的餐饮业企业（单位）范围每年发生变化，为保证本年数据与上年可比，计算各项指标同比增长速度所采用的同期数与本期的企业（单位）统计范围相一致，和上年公布的数据存在口径差异。

3、鉴于典型企业统计方法的局限性，考虑到行业经营单位的分散性、差异性，该结果可能存在误差。

4、该报告目的在于反映行业数字化、绿色化、品牌化、产业化的变动趋势，为企业经营决策、以及相关投资或政策决策提供参考。

5、此版本是2020年9月15日的修订版本，最终排名及数据以此版本为准。

目 录

联合调查及支持单位	4
关于此报告	5
第一篇 2019餐饮行业各地区及各业态领跑者发布	8
一、2020国内各地区餐饮收入（2019财年）	9
（一）2020中国各省市市区餐饮收入排行	9
（二）2020“丝绸之路”主要省市市区餐饮收入排行	10
（三）2020“21世纪海上丝绸之路”主要省市市区餐饮收入排行	10
（四）2020“京津冀”主要省市市区餐饮收入排行	10
（五）2020“长江经济带”主要省市市区餐饮收入排行	11
二、2020餐饮行业各业态领跑者（2019财年）	12
（一）2020中国正餐企业TOP50	12
（二）2020中国火锅企业TOP20	13
（三）2020中国快餐小吃企业TOP10	14
（四）2020中国团餐企业TOP10	14
（五）2020中国休闲餐饮企业TOP10	14
第二篇 2020餐饮行业整体经营状况分析	15
一、调研企业基本情况	16
（一）调研企业数量及规模	16
（二）调研企业地理分布	16
（三）调研企业业态分布	17
二、规模分析	18
（一）资产规模大幅攀升，非流动资产引领增长	18
（二）门店持续扩张，50家以下门店仍是主流	18
（三）品牌数量持续增长，增幅收窄	19
（四）营业面积持续扩大，涨幅放缓	19
（五）整体员工数量持续扩大，流失率小幅下降	20
（六）拥有中央厨房和养殖基地企业整体占比下降，马太效应明显	21
三、收益成本分析	22
（一）营业收入持续较快增长，外卖销售额占比提速增加	22
（二）三高问题依然存在，人力成本颇具压力	23
（三）规模增长远超效益提高，消费升级持续	27
四、现代化程度分析	30
（一）连锁化发展进程加速，重资产布局依然明显	30
（二）移动支付成为主要支付方式，占比持续扩大	30
（三）绿色餐厅宣贯力度增强，理念转变助力提速发展	31
五、财务数据分析	32
（一）偿还能力	32
（二）运营能力	32
（三）盈利质量	33
（四）发展能力	33
六、企业社会责任分析	34
七、战略发展分析	35
（一）品牌化发展最受关注，自有平台打造及数智化发展紧随其后	35
（二）行业面临调整与重启，更多餐饮人布局新投资和新品牌	35
（三）受新冠疫情影响，营收预期下降	36
八、各业态指标对比汇总	37
（一）规模相关指标汇总	37
（二）营收相关指标汇总	37
（三）成本相关指标汇总	38
（四）效益相关指标汇总	39
（五）现代化程度相关指标汇总	39
（六）财务相关指标汇总	40
九、2019年餐饮行业发展状态分析	41
（一）消费与投资双增长，行业规模持续扩大	41
（二）大规模减税降费，增添餐饮企业发展后劲	41
（三）绿色餐饮大力推进，餐企探索供给侧改革路径	42
（四）外卖持续大幅增长，为行业发展注入新动能	42
（五）成本压力持续增大，餐企寻求创新突破	42
（六）老字号业绩冰火两重天，新零售助力创新发展	43
十、2020年餐饮行业发展趋势分析	44
（一）餐饮行业稳中向好的趋势不会改变，重建消费信心、适应新消费模式是行业发展关键	44
（二）品牌引领发展，品类深耕和精细化管理成为高质量转型重要方式	44
（三）“互联网+”、数字化智慧化发展成为行业发展新动能	45
（四）行业对高素质技能型人才需求将进一步加大	45
（五）行业由规模发展向高质量发展迈进，产业化进程不断加速	46
（六）新零售成为餐饮企业创新发展新契机	46
十一、餐饮行业发展建议	48
（一）培养一批具有国际竞争力的一流龙头企业	48
（二）确立“生态位”思维，创新“小而美”商业模式	48
（三）回归“产品质量”本源，增加产品附加值	48
（四）培养企业社会责任感，加强品牌建设	48

目 录

（五）在绿色发展中找需求，在矛盾转换中寻机遇	49
（六）深度挖掘数据作为生产要素的重要作用，实现精细化运营	49
（七）加快高素质技术技能型人才培养，为行业发展注入新动能	50
（八）针对新业态、新趋势，加强行业标准化建设	50
第三篇 2020餐饮业上市公司经营分析	51
一、上市公司营收利润统计汇总	52
二、主板企业	53
（一）全聚德	53
（二）西安饮食	53
（三）广州酒家	54
（四）ST云网	54
（五）同庆楼	55
三、香港及海外上市公司	56
（一）百盛集团	56
（二）味千中国	56
（三）呷哺呷哺	57
（四）国际天食	57
（五）唐宫中国	57
（六）海底捞	58
（七）九毛九	58
（八）中国新华教育	59
四、新三板企业	60
（一）洛阳餐旅	60
（二）百富餐饮	60
（三）优格花园	60
（四）红鼎豆捞	60
（五）华鼎团膳	61
（六）伊秀股份	61
（七）新五心	61
（八）小尾羊	62
（九）幸运时间	62
（十）小六饮食	62
（十一）新丰小吃	63
（十二）紫罗兰	63
（十二）望湘园	63
（十三）蓝鼎餐饮	63
第四篇 2020餐饮企业家信心指数分析	64
一、餐饮企业家信心指数编制与计算方法	65
（一）信心指数编制方法	65
（二）信心指数计算方法	65
二、数据收集情况	66
三、信心指数整体分析	66
第五篇 优秀企业案例	68
一、广州酒家集团餐饮管理有限公司——“堂食+外卖+新零售”三位一体	69
（一）“餐饮+食品”双轮驱动	69
（二）全面转型新零售	69
（三）堂食、外卖、新零售互动发展	69
二、古南都集团——坚持道路自信	71
（一）提前启动社区营销计划	71
（二）开展经营转向	71
（三）坚持高质量发展	71
三、北京华天饮食集团公司——依托品类创新与渠道创新转危为机	72
（一）疫情期间“不关店、不断货、不涨价”	72
（二）防控疫情服务民生两手抓两手硬	72
（三）推动企业加速转型升级	73
四、丰收日集团——拥抱新技术拓展新空间	75
（一）疫情带来的影响	75
（二）创新举措	75
（三）启示	76
五、山东凯瑞商业集团——实现餐饮智能化	77
（一）成为先行者	77
（二）推出智能餐厅品牌	77
（三）将智能化作为发展重要方向	77
附件	78
中共中央 国务院关于营造更好发展环境支持民营企业改革发展的意见	78
中华人民共和国食品安全法实施条例	83
国务院办公厅关于加快发展流通促进商业消费的意见	93
国务院办公厅关于促进平台经济规范健康发展的指导意见	100
国务院关于促进乡村产业振兴的指导意见	105
国务院关于实施健康中国行动的意见	111
国务院办公厅关于印发职业技能提升行动方案（2019—2021年）的通知	116

第一篇 2019餐饮行业各地区及各业态领跑者发布

中国饭店协会、新华网



一、2020 国内各地区餐饮收入（2019 财年）

（一）2020 中国各省市餐饮收入排行

表 1 2020 中国各省市餐饮收入统计表

序号	省份	餐饮收入（亿元）	同比增长（%）	GDP 收入（亿元）	GDP 同比增长（%）	备注
1	山东	¥4,430.46	10.90%	¥71,065.50	-7.06%	
2	广东	¥4,307.23	11.00%	¥107,671.07	10.68%	
3	江苏	¥3,728.95	8.70%	¥99,631.53	7.60%	含住宿
4	河南	¥3,243.70	12.60%	¥54,259.20	12.91%	
5	四川	¥3,155.30	12.40%	¥46,615.82	14.60%	
6	浙江	¥2,972.00	9.40%	¥62,352.00	10.95%	
7	河北	¥2,947.53	11.20%	¥35,104.50	-2.52%	
8	湖南	¥2,146.50	11.70%	¥39,752.12	9.13%	
9	湖北	¥1,896.25	8.50%	¥45,828.31	16.61%	
10	辽宁	¥1,776.70	7.50%	¥24,909.50	-1.60%	
11	福建	¥1,578.38	10.30%	¥42,395.00	18.41%	
12	重庆	¥1,498.04	13.60%	¥23,605.77	15.92%	
13	安徽	¥1,476.90	11.90%	¥37,144.00	23.69%	
14	黑龙江	¥1,206.51	6.30%	¥13,612.70	-16.88%	
15	北京	¥1,204.50	6.10%	¥35,371.30	16.66%	
16	上海	¥1,190.25	4.30%	¥38,155.32	16.75%	含住宿
17	内蒙古	¥1,157.99	4.90%	¥17,212.50	-0.44%	
18	云南	¥1,122.87	11.00%	¥23,223.75	29.88%	
19	天津	¥1,122.00	10.00%	¥14,104.25	-25.05%	含住宿
20	江西	¥1,095.40	15.50%	¥24,757.50	12.61%	
21	吉林	¥1,045.43	3.20%	¥11,726.80	-22.21%	
22	陕西	¥1,044.41	10.30%	¥25,793.17	5.54%	
23	广西	¥889.47	8.30%	¥21,237.14	4.35%	
24	山西	¥666.90	8.90%	¥17,026.68	1.24%	
25	新疆	¥482.60	8.60%	¥13,597.11	11.46%	
26	贵州	¥451.63	11.90%	¥16,769.34	13.26%	
27	甘肃	¥450.30	9.10%	¥8,718.30	5.73%	
28	海南	¥311.91	5.00%	¥5,309.94	9.87%	
29	宁夏	¥179.77	8.10%	¥3,748.48	1.17%	
30	西藏	¥110.04	10.00%	¥1,697.80	14.90%	
31	青海	¥63.00	6.50%	¥2,965.95	3.52%	

(二) 2020 “丝绸之路”主要省市区餐饮收入排行

表 2 2020 “丝绸之路”主要省市区餐饮收入统计表

序号	省份	餐饮收入 (亿元)	同比增长 (%)	GDP 收入 (亿元)	GDP 同比增长 (%)
1	四川	¥3,155.30	12.40%	¥46,615.82	14.60%
2	重庆	¥1,498.04	13.60%	¥23,605.77	15.92%
3	内蒙古	¥1,157.99	4.90%	¥17,212.50	-0.44%
4	云南	¥1,122.87	11.00%	¥23,223.75	29.88%
5	陕西	¥1,044.41	10.30%	¥25,793.17	5.54%
6	新疆	¥482.60	8.60%	¥13,597.11	11.46%
7	甘肃	¥451.63	11.90%	¥16,769.34	13.26%
8	宁夏	¥179.77	8.10%	¥3,748.48	1.17%
9	青海	¥63.00	6.50%	¥2,965.95	3.52%

(三) 2020 “21 世纪海上丝绸之路”主要省市区餐饮收入排行

表 3 2020 “21 世纪海上丝绸之路”主要省市区餐饮收入统计表

序号	省份	餐饮收入 (亿元)	同比增长 (%)	GDP 收入 (亿元)	GDP 同比增长 (%)	备注
1	山东	¥4,430.46	10.90%	¥71,065.50	-7.06%	
2	广东	¥4,307.23	11.00%	¥107,671.07	10.68%	
3	江苏	¥3,728.95	8.70%	¥99,631.53	7.60%	含住宿
4	浙江	¥2,972.00	9.40%	¥62,352.00	10.95%	
5	福建	¥1,578.38	10.30%	¥42,395.00	18.41%	
6	上海	¥1,190.25	4.30%	¥38,155.32	16.75%	含住宿
7	天津	¥1,122.00	10.00%	¥14,104.25	-25.05%	含住宿
8	广西	¥889.47	8.30%	¥21,237.14	4.35%	
9	海南	¥311.91	5.00%	¥5,309.94	9.87%	

(四) 2020 “京津冀”主要省市餐饮收入排行

表 4 2020 “京津冀”主要省市餐饮收入统计表

序号	省份	餐饮收入 (亿元)	同比增长 (%)	GDP 收入 (亿元)	GDP 同比增长 (%)	备注
1	河北	¥2,947.53	11.20%	¥35,104.50	-2.52%	
2	北京	¥1,204.50	6.10%	¥35,371.30	16.66%	
3	天津	¥1,122.00	10.00%	¥14,104.25	-25.05%	含住宿

(五) 2020 “长江经济带”主要省市餐饮收入排行

表 5 2020 “长江经济带”主要省市餐饮收入统计表

序号	省份	餐饮收入 (亿元)	同比增长 (%)	GDP 收入 (亿元)	GDP 同比增长 (%)	备注
1	江苏	¥3,728.95	8.70%	¥99,631.53	7.60%	含住宿
2	四川	¥3,155.30	12.40%	¥46,615.82	14.60%	
3	浙江	¥2,972.00	9.40%	¥62,352.00	10.95%	
4	湖南	¥2,146.50	11.70%	¥39,752.12	9.13%	
5	湖北	¥1,896.25	8.50%	¥45,828.31	16.61%	
6	重庆	¥1,498.04	13.60%	¥23,605.77	15.92%	
7	安徽	¥1,476.90	11.90%	¥37,144.00	23.69%	
8	上海	¥1,190.25	4.30%	¥38,155.32	16.75%	含住宿
9	云南	¥1,122.87	11.00%	¥23,223.75	29.88%	
10	江西	¥1,095.40	15.50%	¥24,757.50	12.61%	
11	贵州	¥451.63	11.90%	¥16,769.34	13.26%	

二、2020 餐饮行业各业态领跑者（2019 财年）

（一）2020 中国正餐企业 TOP50

表 6 2019 中国正餐企业 TOP50 企业列表¹

序号	企业
1	杭州饮食服务集团有限公司
2	山东凯瑞商业集团
3	北京华天饮食集团公司
4	广州酒家集团股份有限公司
5	上海杏花楼（集团）股份有限公司
6	重庆陶然居饮食文化（集团）股份有限公司
7	山东蓝海酒店集团
8	内蒙古西贝餐饮集团有限公司
9	九毛九国际控股有限公司
10	南京大惠企业发展有限公司
11	宁波白金汉爵酒店投资有限公司
12	丰收日（集团）股份有限公司
13	眉州东坡餐饮管理（北京）有限公司
14	外婆家餐饮集团有限公司
15	上海顺风餐饮集团股份有限公司
16	中国全聚德（集团）股份有限公司
17	唐宫（中国）控股有限公司
18	安徽同庆楼集团
19	宁波石浦酒店管理发展有限公司
20	南京古南都投资发展集团有限公司
21	新荣记餐饮服务公司
22	舒友集团有限公司
23	广州岭南国际酒店管理有限公司
24	国际天食集团有限公司
25	湖南徐记酒店管理有限公司
26	上海避风塘美食有限公司
27	旺顺阁（北京）投资管理有限公司
28	江苏小厨娘餐饮管理有限公司
29	长沙饮食集团有限公司
30	望湘园（上海）餐饮管理股份有限公司
31	狗不理集团股份有限公司
32	福建悦港琴湾餐饮管理有限公司
33	西安饮食股份有限公司

¹ 经广泛征求社会专业人士意见，此为修订版。

序号	企业
34	山东舜和酒店集团有限公司
35	武汉湖锦酒楼管理有限公司
36	烟台百纳餐饮有限公司
38	哈尔滨东方众合餐饮有限责任公司
39	耀华饮食集团
40	金海华餐饮发展有限公司
41	云南云海肴餐饮管理有限公司
42	半岛餐饮管理集团有限公司
43	北京金鼎轩酒楼有限责任公司
44	北京便宜坊烤鸭集团有限公司
45	四平李连贵饮食服务股份有限公司
46	杭州楼外楼实业集团股份有限公司
47	武汉艳阳天商贸发展有限公司
48	沈阳新创餐饮管理有限公司
49	北京市胜利玉林烤鸭店有限责任公司
50	安徽岸香国际控股集团有限公司

(二) 2020 中国火锅企业 TOP20

表 7 2020 中国火锅企业 TOP20 企业列表

序号	企业
1	四川海底捞餐饮股份有限公司
2	呷哺呷哺餐饮管理有限公司
3	成都小龙坎餐饮管理有限公司
4	重庆刘一手餐饮管理有限公司
5	重庆德庄饮食连锁有限公司
6	四川香天下餐饮管理集团有限公司
7	北京黄记煌餐饮管理有限责任公司
8	捞王（上海）餐饮管理有限公司
9	浙江凯旋门澳门豆捞控股集团有限公司
10	成都蜀大侠餐饮管理有限公司
11	上海左庭右院企业管理有限公司
12	成都大龙燚餐饮管理有限公司
13	上海龙辉餐饮管理有限公司
14	巴奴毛肚火锅
15	内蒙古小尾羊餐饮连锁有限公司
16	重庆五斗米饮食文化有限公司
17	北京东来顺集团有限责任公司
18	重庆秦妈餐饮管理有限公司
19	四川谭公餐饮管理有限公司
20	重庆朝天门餐饮控股集团有限公司

(三) 2020 中国快餐小吃企业 TOP10

表 8 2020 中国快餐小吃企业 TOP10 企业列表

序号	企业
1	上海杨国福企业管理（集团）有限公司
2	黑龙江省张亮餐饮有限公司
3	安徽老乡鸡餐饮有限公司
4	真功夫餐饮管理有限公司
5	味千（中国）控股有限公司
6	北京庆丰餐饮管理有限公司
7	浙江五芳斋实业股份有限公司
8	老娘舅餐饮有限公司
9	乡村基（重庆）投资有限公司
10	常州丽华快餐集团有限公司

(四) 2020 中国团餐企业 TOP10

表 9 2020 中国团餐企业 TOP10 企业列表

序号	企业
1	河北千喜鹤饮食股份有限公司
2	北京金丰餐饮有限公司
3	深圳市德保膳食管理有限公司
4	东莞市鸿骏膳食管理有限公司
5	快客利（北京）集团有限公司
6	北京健力源餐饮管理有限公司
7	蜀王优芙得餐饮服务服务有限公司
8	广东好来客集团有限公司
9	北京振达餐饮管理有限公司
10	上海麦金地集团股份有限公司

(五) 2020 中国休闲餐饮企业 TOP10

表 10 2019 中国休闲餐饮企业 TOP10 企业列表

序号	企业
1	厦门豪客来餐饮有限公司
2	江苏水天堂餐饮管理有限公司
3	济南嘉和世纪酒店管理有限公司
4	厦门豪享来餐饮娱乐有限公司
5	武汉市半秋山餐饮管理有限公司
6	广州一级棒餐饮管理有限公司
7	北京将太无二餐饮有限责任公司
8	广州至尊披萨餐饮管理有限公司
9	上海赤坂亭餐饮投资管理有限公司
10	北京江户前餐饮有限公司

第二篇 2020餐饮行业整体经营状况分析

中国饭店协会、新华网

一、调研企业基本情况

（一）调研企业数量及规模

本次调研的餐饮企业共计 100 家，涉及门店总数 25507 个，涉及品牌总数 359 个，其中连锁企业占比 95%，2019 年营业收入超过 2000 万的企业占比 88%，2019 年营业收入超过 1 个亿的企业占比 68%，内资民营企业占比 80%，国有 / 国有控股企业占比 13%，港澳台资企业占比 4%，外商企业占比 3%。调研数据能够一定程度上反映餐饮行业大中型企业发展状况，具有一定的典型性和代表性。由于中国饭店协会调查的餐饮企业（单位）范围每年发生变化，为保证本年数据与上年可比，计算各项指标同比增长速度所采用的同期数与本期的企业（单位）统计范围相一致，和上年公布的数据存在口径差异。

（二）调研企业地理分布

1、省份分布

调研企业实现华北、华中、华东、华南、西南全覆盖，总部分布在全国 24 个省、自治区、直辖市，如图所示。

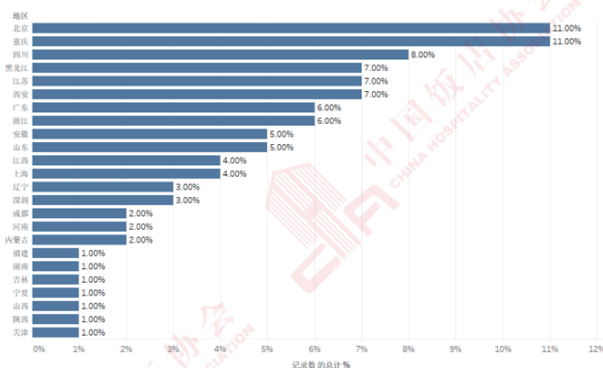


图 2.1 调研企业各省份分布图

2、门店主要分部

调研企业中布局内地一线城市的企业占比 54%，布局内地二线城市的企业占比 63%，布局内地三线以下城市的企业占比 35%，布局港澳台地区的企业占比 3%，布局海外的企业占比 7%。

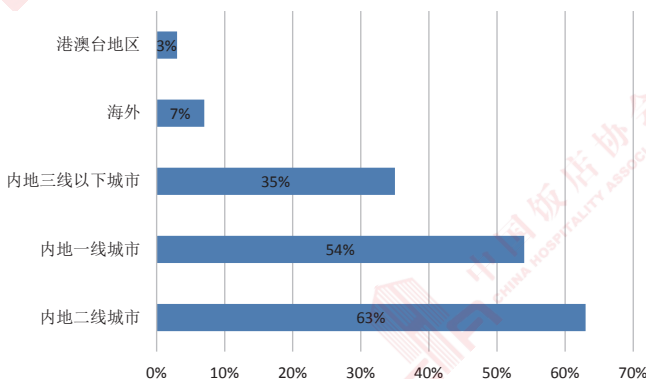


图 2.2 调研企业门店布局分布图

3、门店选址

调研企业中65%的企业布局街边店,53%的企业布局商场店,33%的企业布局社区店,16%的企业门店选址涉及到院校、医院、政府机关、企事业单位、写字楼、机场、高速服务区、旅游景区等地区。

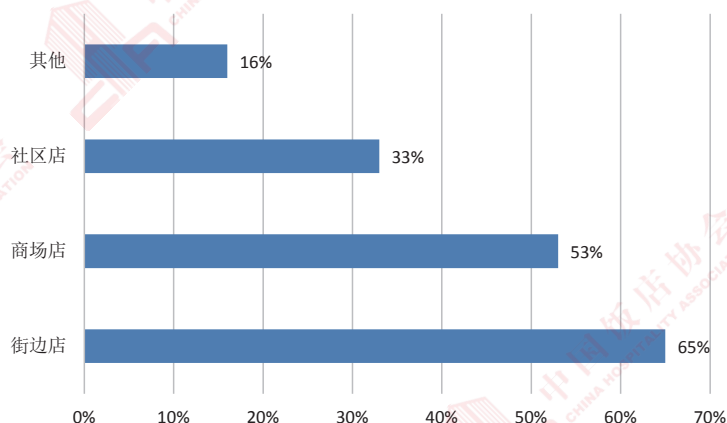


图 2.3 调研企业门店选址分布图

(三) 调研企业业态分布²

调研企业中,各业态占比如图所示,正餐企业占比38%,火锅企业占比30%,快餐小吃企业占比13%,团餐企业占比9%,日料企业占比7%,西餐休闲餐饮企业占比3%。

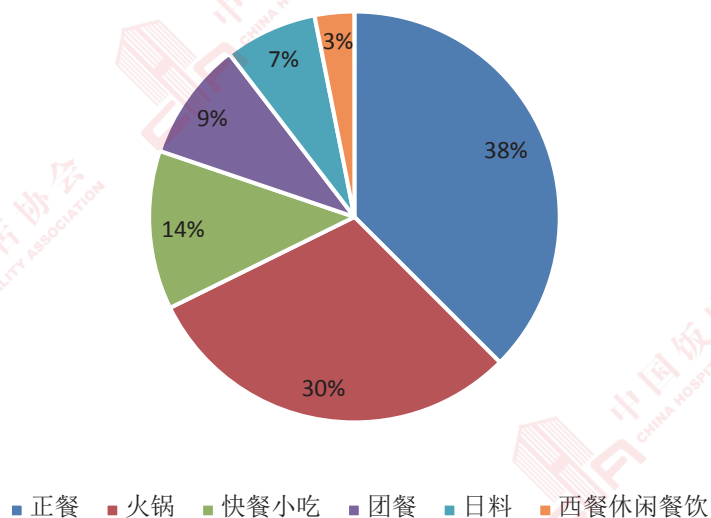


图 2.4 调研企业业态分布图

² 涉及多业态的企业以其主要经营业态作为其业态划分标准。

二、规模分析

（一）资产规模大幅攀升，非流动资产引领增长

调研显示 2019 年度无论是总资产还是流动资产、非流动资产都有较大程度攀升，其中非流动资产涨幅较大，达到 24.7%。

表 2.1 资产规模统计表

指标	中值（元）	均值（元）	同比变动均值
2019 年度总资产	54,145,609	332,928,320	18.4%
2019 年度流动资产	45,000,000	200,171,805	15.6%
2019 年度非流动资产	28,470,000	161,997,530	24.7%

（二）门店持续扩张，50 家以下门店仍是主流

1、门店数量及变动

大部分企业门店数都有所增长，门店同比变动中值为 8.6%，同比变动均值为 17.8%。

表 2.2 门店规模统计表

指标	数值
门店数均值	262.96 个
门店数中位数	45 个
门店数 1/4 位值	9 个
门店数 3/4 位值	186 个
门店同比变动均值	17.8%
门店同比变动中值	8.60%

2、不同门店数量的企业分布

调研企业中，拥有 50 家以下门店的企业占比 52%，拥有 50-99 家门店企业占比 11%，拥有 100-199 家门店企业占比 13%，200-299 家门店企业占比 1%，300-399 家门店企业占比 7%，拥有 400-499 家门店企业占比 4%，拥有 500 家以上门店企业占比 12%。

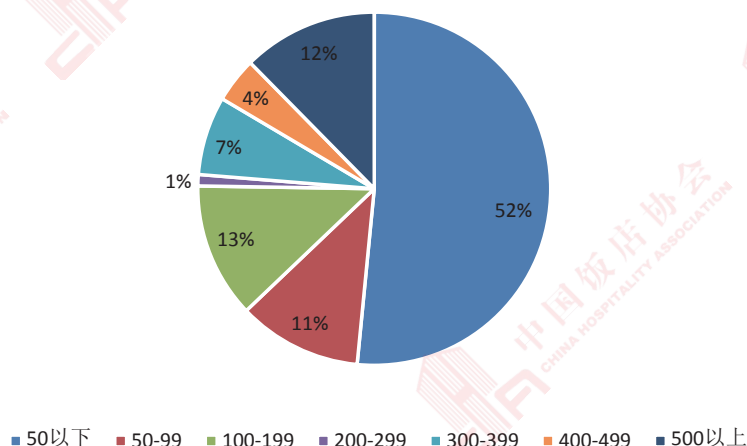


图 2.5 拥有不同门店数的企业分布图

（三）品牌数量持续增长，增幅收窄

1、品牌数量及变动

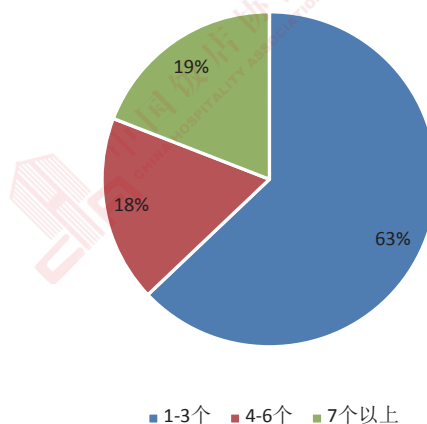
调研企业平均拥有品牌数 4.03 个，品牌数量中值为 2 个。品牌数同比增长 9%，增幅同比下降 5.5 个百分点，超半数企业维持或减少品牌数量。

表 2.3 品牌数量统计表

指标	数值
品牌数均值	4.03 个
品牌数中位数值	2 个
品牌数 1/4 位值	1 个
品牌数 3/4 位值	5 个
品牌数同比变动均值	9%
品牌数同比变动中值	0

2、品牌数量分布

调研企业中拥有 1-3 个品牌的企业占比 63%，4-6 个品牌的企业占比 18%，7 个以上品牌的企业占比 19%。



2.6 拥有不同品牌数量的企业分布图

（四）营业面积持续扩大，涨幅放缓

调研企业营业面积同比变动均值为 12.7%，涨幅同比下降 21 个百分点；营业面积同比变动中值为 5%，涨幅同比下降 3.9 个百分点。

表 2.4 营业面积统计表

指标	数值
营业面积均值	75,370 平方米
营业面积中位数值	24,450 平方米
营业面积 1/4 位值	5,550 平方米
营业面积 3/4 位值	84,824 平方米
营业面积同比变动均值	12.7%
营业面积同比变动中值	5%

（五）整体员工数量持续扩大，流失率小幅下降

1、员工总数及变动

调研企业员工总数同比增长9.90%，涨幅收窄4.70个百分点。单店员工数均值为42人，中位数值位30人。

表 2.5 员工数量统计表

指标	数值
员工总数均值	3,963 人
员工总数中位数值	1,076 人
员工总数 1/4 位值	334 人
员工总数 3/4 位值	3,848 人
员工总数同比变动均值	9.90%
员工总数同比变动中值	5%
单店员工数均值	42 人
单店员工数中位数值	30 人

2、一线员工及管理人员所占比例

所调研企业中各企业人员占比结构相差不大，一线员工占比均值为82.60%，中位数为85%；管理员工占比均值为13.85%，中位数为11.16%。一线人员与管理人员比值均值为9.59:1。

表 2.6 一线员工占比统计表

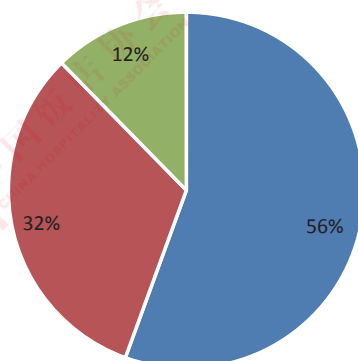
指标	一线员工占比	管理人员占比
均值	82.60%	13.85%
中位数值	85%	11.16%
1/4 位值	80%	8.15%
3/4 位值	91%	18.50%

3、员工流失率

调研企业员工流失率均值为14.79%，较上年同期有小幅下降，降幅为1.21个百分点。人员流失率在12%以下的企业占比56%，基本与去年持平。

表 2.8 员工流失率统计表

指标	数值
员工流失率均值	14.79%
员工流失率中位数值	10%
员工流失率 1/4 位值	5.60%
员工流失率 3/4 位值	20%



■ 12%以下 ■ 12%-30% ■ 30%以上

图 2.7 员工流失率分布图

（六）拥有中央厨房和养殖基地企业整体占比下降，马太效应明显

1、中央厨房分析

调研的 100 家企业中，拥有中央厨房的企业占比 43%，同比下降 4.89 个百分点。拥有 1 个中央厨房的企业占比 32%，同比降低 6.73 个百分点；拥有 2 个中央厨房的企业占比 2%，同比下降 9.9 个百分点；拥有 3 个中央厨房的企业占比 5%，同比上升 2.4 个百分点；拥有 4 个及以上中央厨房的企业占比 3%，同比上升 1.81 个百分点。

表 2.9 中央厨房数量统计表

指标	数值
中央厨房数量均值	0.67
中央厨房数量中位数值	0
中央厨房数量 1/4 位值	0
中央厨房数量 3/4 位值	1

2、养殖基地分析

调研企业中拥有种养殖基地的企业占比 15%，同比下降 7.30 个百分点。拥有 1 个养殖基地的企业占比 8%，同比下降 4.68 个百分点；拥有 2 个种养殖基地的企业占比 2%，拥有 3 个养殖基地的企业占比 1%，拥有 4 个及以上种养殖基地的企业占比 4%，拥有两个以上种养殖基地的企业同比增加 6.14 个百分点。

表 2.10 养殖基地数量统计表

指标	数值
养殖基地数量均值	0.35
养殖基地数量中位数值	0
养殖基地数量 1/4 位值	0
养殖基地数量 3/4 位值	0

三、收益成本分析

(一) 营业收入持续较快增长，外卖销售额占比提速增加

1、营业收入

大部分企业营业收入保持较快增长，调研企业营业收入同比增长均值为 11.60%，中值为 8.20%。

表 2.11 营业收入统计表

指标	数值
营业收入均值	8.24 亿元
营业收入中位数值	2.62 亿元
营业收入 1/4 位值	0.76 亿元
营业收入 3/4 位值	8.84 亿元
营业收入变动均值	11.60%
营业收入变动中值	8.20%

2、酒水饮料销售额占比

3/4 调研企业酒水饮料销售占营业额比例不足 12%，与去年同期相比，酒水饮料销售额占比有小幅提升，同比增幅均值为 2.7%。

表 2.12 酒水饮料销售额占比统计表

指标	数值
酒水饮料销售额占比均值	9.43%
酒水饮料销售额占比中位数值	9.45%
酒水饮料销售额占比 1/4 位值	3.70%
酒水饮料销售额占比 3/4 位值	12%
酒水饮料销售额同比变动均值	2.7%
酒水饮料销售额同比变动中值	0

3、外卖销售额占比

整体而言，调研企业外卖销售额占比不高，3/4 企业中外卖销售额占比不足 10%，但外卖销售额同比增加较快，高于去年同期 5.8 个百分点。

表 2.13 外卖销售额占比统计表

指标	数值
外卖销售额占比均值	7.75%
外卖销售额占比中位数值	4.10%
外卖销售额占比 1/4 位值	0.56%
外卖销售额占比 3/4 位值	10%
外卖销售额同比变动均值	12.7%
外卖销售额同比变动中值	1%

4、电商销售额占比

调研企业中电商销售额占比普遍较低，增幅较为缓慢，电商销售额占比均值为 5.22%，同比增长值为 2.4%。

表 2.14 电商销售额占比统计表

指标	数值
电商销售额占比均值	5.22%
电商销售额占比中位数值	0
电商销售额占比 1/4 位值	0
电商销售额占比 3/4 位值	5%
电商销售额同比变动均值	2.4%
电商销售额同比变动中值	0

(二) 三高问题依然存在，人力成本颇具压力

1、原料进货成本占营业收入比例及其变动

调研企业中原料进货成本占营业收入比例较高，均值为 41.87%，中值为 40%，同时以 2.1% 的增速小幅增长。

表 2.15 原料进货成本占营业收入比例统计表

指标	数值
原料进货成本占营业收入比例均值	41.87%
原料进货成本占营业收入比例中位数值	40%
原料进货成本占营业收入比例 1/4 位值	35%
原料进货成本占营业收入比例 3/4 位值	48%
原料进货成本同比变动均值	2.1%
原料进货成本同比变动中值	1%

2、房租及物业成本占营业收入比例及其变动

调研企业中房租及物业成本占营业收入比例均值为 11.77%，中值为 10%，并以 3.39% 的速度小幅增长。

表 2.16 房租及物业成本占营业收入比例统计表

指标	数值
房租及物业成本占营业收入比例均值	11.77%
房租及物业成本占营业收入比例中位数值	10%
房租及物业成本占营业收入比例 1/4 位值	6%
房租及物业成本占营业收入比例 3/4 位值	16%
房租及物业成本同比变动均值	3.39%
房租及物业成本同比变动中值	1%

3、人力成本占营业收入比例及其变动

餐饮行业属于劳动密集型行业，一直以来人力成本居高不下，调研企业中人力成本占营业收入比例均值为 21.35%，中值为 20.63%，并且仍在以 3.69% 的涨幅持续增长。

表 2.17 人力成本占营业收入比例统计表

指标	数值
人力成本占营业收入比例均值	21.35%
人力成本占营业收入比例中位数值	20.63%
人力成本占营业收入比例 1/4 位值	16.30%
人力成本占营业收入比例 3/4 位值	25%
人力成本同比变动均值	3.69%
人力成本同比变动中值	2%

4、能源成本占营业收入比例及其变动

调研企业中有 31.50% 的企业能源成本占营业收入比例有所下降，20.55% 企业能源成本占营业收入比例维持不变，49.32% 的企业能源成本占营业收入比例有所增加。能源成本占比均值和中值均为 4%，并以 0.94% 的速度小幅增加。

表 2.18 能源成本占营业收入比例统计表

指标	数值
能源成本占营业收入比例均值	4%
能源成本占营业收入比例中位数值	4%
能源成本占营业收入比例 1/4 位值	2.60%
能源成本占营业收入比例 3/4 位值	5%
能源成本同比变动均值	0.94%
能源成本同比变动中值	0

5、外卖平台提成占外卖营业额比例

调研企业外卖平台提成占外卖营业额比例均值为 10.15%，中值为 12%，较上年同期变动均值为 4.76%。

表 2.19 外卖平台提成占外卖营业额比例统计表

指标	数值
外卖平台提成占外卖营业额比例均值	10.15%
外卖平台提成占外卖营业额比例中位数值	12%
外卖平台提成同比变动均值	4.76%
外卖平台提成同比变动中值	0

6、三项费用占营业收入比例及其变动

调研显示三项费用合计占比较高，占比均值达到 21.27%，其中销售费用最高占比均值为 16.14%；其次是管理费用，占比均值为 7.21%；最后是财务费用，占比均值为 1.06%。

表 2.20 三项费用占营业收入比例统计表

指标	数值
销售费用占营业额比例均值	16.14%
销售费用占营业额比例中位数值	8%
销售费用占营业额比例 1/4 位值	2%
销售费用占营业额比例 3/4 位值	26.29%
销售费用同比变动均值	2.77%
销售费用同比变动中值	0.88%

表 2.21 管理费用占营业额比例统计表

指标	数值
管理费用占营业额比例均值	7.21%
管理费用占营业额比例中位数值	4.67%
管理费用占营业额比例 1/4 位值	2%
管理费用占营业额比例 3/4 位值	11%
管理费用同比变动均值	1.09%
管理费用同比变动中值	0.10%

表 2.22 财务费用占营业额比例统计表

指标	数值
财务费用占营业额比例均值	1.06%
财务费用占营业额比例中位数值	0.50%
财务费用占营业额比例 1/4 位值	0.20%
财务费用占营业额比例 3/4 位值	1%
财务费用同比变动均值	-1.5%
财务费用同比变动中值	0

表 2.23 三项费用合计占营业额比例统计表

指标	数值
三项费用合计占营业额比例均值	21.27%
三项费用合计占营业额比例中位数值	14%
三项费用合计占营业额比例 1/4 位值	4.84%
三项费用合计占营业额比例 3/4 位值	34.91%
三项费用合计同比变动均值	1.93%
三项费用合计同比变动中值	0.31%

7、各项税费合计占营业收入比例及其变动

调研企业各项税费合计占营业收入比例均值为 3.24%，中值为 2.56%，同比变动均值为 0.14%，较上年同期增幅下降 0.53 个百分点。

表 2.24 各项税费合计占营业收入比例统计表

指标	数值
税费合计占营业收入比例均值	3.24%
税费合计占营业收入比例中位数值	2.56%
税费合计占营业收入比例 1/4 位值	1%
税费合计占营业收入比例 3/4 位值	4%
税费合计同比变动均值	0.14%
税费合计同比变动中值	0

8、各项成本费用占营业收入比例及其变动

调研显示，占比最高的三项成本依然是原材料进货成本、人力成本以及三项费用，其中原料进货成本占比最高；增长速度最快的依然是原料进货成本、房租及物业以及人力成本，其中人力成本增长最快。

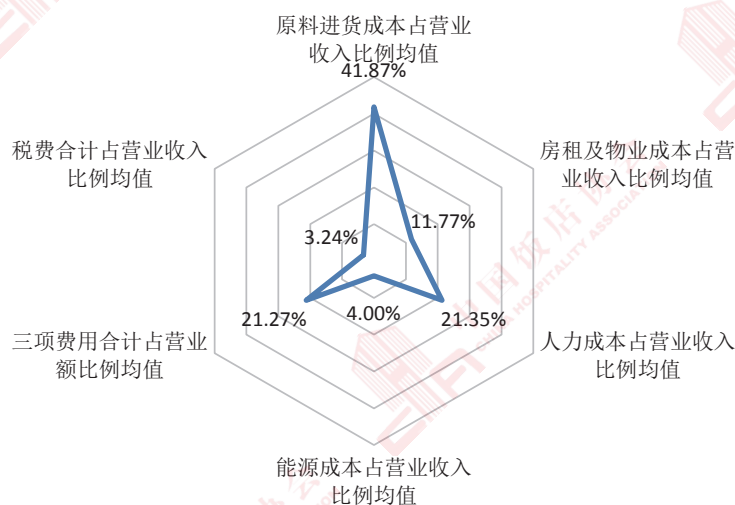


图 2.8 各项成本费用占营业收入比例分布图

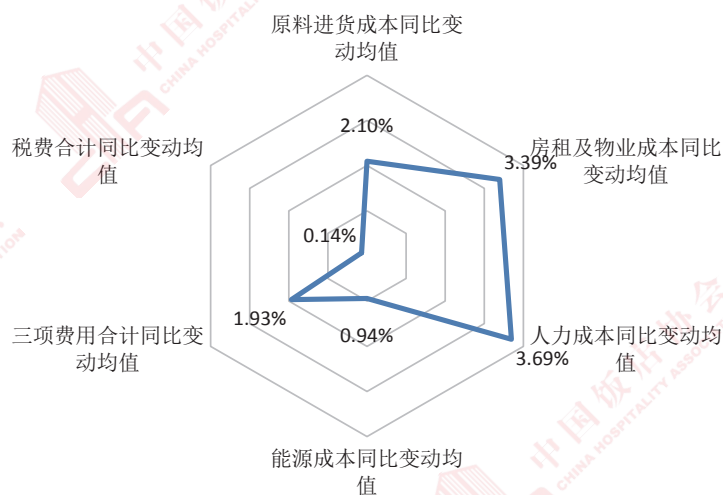


图 2.9 各项成本费用占营业收入比例同比变动分布图

（三）规模增长远超效益提高，消费升级持续

1、每餐位营收

调研企业每餐位营收均值为 5.02 万元，中位数值位 3.63 万元，同比有小幅增长，涨幅为 1.7%。

表 2.25 每餐位营收统计表

指标	数值
每餐位营收均值	50,248 元
每餐位营收中位数值	36,272 元
每餐位营收 1/4 位值	20,179 元
每餐位营收 3/4 位值	67,889 元
每餐位营收同比变动均值	1.7%
每餐位营收同比变动中值	1.6%

2、人均劳效

调研企业人均劳效均值为 24.04 万元，中位数值为 20.93 万元，同比增长 3.7%。

表 2.26 人均劳效统计表

指标	数值
人均劳效均值	240,402
人均劳效中位数值	209,333
人均劳效 1/4 位值	138,727
人均劳效 3/4 位值	307,692
人均劳效同比变动均值	3.7%
人均劳效同比变动中值	3.1%

3、毛利率及其变动

调研企业毛利率均值为 50.08%，中位数值位 56%，同比上升 1.8%。

表 2.27 毛利率统计表

指标	数值
毛利率均值	50.08%
毛利率中位数值	56%
毛利率 1/4 位值	43%
毛利率 3/4 位值	61%
毛利率同比变动均值	1.8%
毛利率同比变动中值	0

4、净利率及其变动

调研企业净利率均值为 10.46%，中值为 10.03%，同比上涨 0.2%。

表 2.28 净利率统计表

指标	数值
净利率均值	10.46%
净利率中位数值	10.03%
净利率 1/4 位值	5%
净利率 3/4 位值	16.80%
净利率同比变动均值	0.2%
净利率同比变动中值	0

5、平均翻台率

调研企业的平均翻台率均值为 2.97 次 / 天，中位数值为 2.50 次 / 天，同比上涨 1.52%。

表 2.29 平均翻台率统计表

指标	数值
平均翻台率均值	2.97 次 / 天
平均翻台率中位数值	2.50 次 / 天
平均翻台率 1/4 位值	1.53 次 / 天
平均翻台率 3/4 位值	3.08 次 / 天
平均翻台率同比变动均值	1.52%
平均翻台率同比变动中值	0

6、门店数量变动

调研显示，企业门店数量增长较快，门店变动均值为 17.80%，有 1/4 的企业涨幅超过 25%。

表 2.30 门店数量统计表

指标	数值
门店数量变动均值	17.80%
门店数量变动中位数值	8.6%
门店数量变动 1/4 位值	0.1%
门店数量变动 3/4 位值	25%

7、员工工资

整体而言餐饮行业一线员工工资较低，一线员工工资均值为 3940 元，同比涨幅为 5.96%。管理人员工资均值为 7894 元，同比涨幅 5.90%。

表 2.31 员工工资统计表

指标	数值
一线员工工资均值	3,940
一线员工工资中位数值	3,800
一线员工工资 1/4 位值	3,500
一线员工工资 3/4 位值	4,500
一线员工工资同比变动均值	5.96%
一线员工工资同比变动中值	5%

表 2.32 管理人员工资统计表

指标	数值
管理人员工资均值	7,894
管理人员工资中位数值	6,500
管理人员工资 1/4 位值	5,112
管理人员工资 3/4 位值	8,865
管理人员工资同比变动均值	5.90%
管理人员工资同比变动中值	5%

8、人均消费

调研显示，餐饮行业将大众消费定义在 70.10 元左右，将中档人均消费定义在 131.50 元左右，将高档人均消费定义在 265.85 元，并且无论是哪个档次的消费其消费额度都有所增长，大众消费、中档消费和高档消费同比增长分别为 5.06%、6.7%、6.9%。

表 2.33 大众人均消费统计表

指标	数值
大众人均消费均值	70.10
大众人均消费中位数值	70
大众人均消费 1/4 位值	40
大众人均消费 3/4 位值	86.50
大众人均消费同比变动均值	5.06%
大众人均消费同比变动中值	5%

表 2.34 中档人均消费统计表

指标	数值
中档人均消费均值	131.5
中档人均消费中位数值	108.5
中档人均消费 1/4 位值	80.5
中档人均消费 3/4 位值	150
中档人均消费同比变动均值	6.7%
中档人均消费同比变动中值	5%

表 2.35 高档人均消费统计表

指标	数值
高档人均消费均值	265.85
高档人均消费中位数值	180
高档人均消费 1/4 位值	132.5
高档人均消费 3/4 位值	257.5
高档人均消费同比变动均值	6.9%
高档人均消费同比变动中值	2%

四、现代化程度分析

（一）连锁化发展进程加速，重资产布局依然明显

1、直营店数量及变动

直营店同比增长迅速，但两级分化较为明显。直营店同比增长均值为 21.2%，中值为 4.2%。直营增长率排名前十的企业增长率均值为 90.8%，中值为 85.7%。直营店增长率排名最后十位的企业增长率为 -19.03%，中位数为 13.66%。

表 2.36 直营店数量统计表

指标	数值
直营店数量均值	50.77 家
直营店数量中位数值	13 家
直营店数量 1/4 位值	6 家
直营店数量 3/4 位值	38 家
直营店数量同比增加数量均值	10 家
直营店数量同比增加数量中值	2 家
直营店数量同比变动率均值	21.2%
直营店数量同比变动率中值	4.2%

2、加盟店数量及变动

调研中，48% 的企业拥有加盟店，3% 的企业 2019 年实现加盟店从无到有的突破。加盟店增长的绝对数量远远超过直营店，但是由于其基数较大，其同比增长速度低于直营店增长速度为 7.4%。加盟增长率排名前十的企业增长率均值为 61.5%，中值为 48.9%。加盟店增长率排名最后十位的企业增长率为 -12.5%，中位数为 0。

表 2.37 加盟店数量统计表

指标	数值
加盟店数量均值	159.32 家
加盟店数量中位数值	7.5 家
加盟店数量 1/4 位值	0
加盟店数量 3/4 位值	115.25
加盟店数量同比增加数量均值	21
加盟店数量同比增加数量中值	0
加盟店数量同比变动率均值	7.4%
加盟店数量同比变动率中值	0

（二）移动支付成为主要支付方式，占比持续扩大

移动支付占比持续扩大，调研企业移动支付占比均值为 66.33%，中值为 70%。

表 2.38 移动支付比例统计表

指标	数值
移动支付占比均值	66.33%
移动支付占比中位数值	70%
移动支付占比 1/4 位值	50%
移动支付占比 3/4 位值	84.5%

(三) 绿色餐厅宣贯力度增强，理念转变助力提速发展

绿色餐厅宣贯力度持续增强，部分企业在绿色餐厅创建上持续发力，调研企业拥有绿色饭厅数量同比变动均值为 20.6%，中值为 3.9%。

表 2.39 绿色餐厅统计表

指标	数值
绿色餐厅数量均值	29.6 个
绿色餐厅数量中位数值	1 个
绿色餐厅数量 1/4 位值	0 个
绿色餐厅数量 3/4 位值	11 个
绿色餐厅较上年增长数量均值	6 个
绿色餐厅较上年增长数量中值	0 个
绿色餐厅数量同比变动均值	20.6%
绿色餐厅数量同比变动中值	3.9%

五、财务数据分析

调研企业中，31%的餐饮企业流动比率大于2，74.42%的餐饮企业资产负债率低于60%；应收账款周转率达到7.8的餐饮企业占比77.78%，应收账款周转率达到15.2的餐饮企业占比69.77%，应收账款周转率达到24.3的餐饮企业占比62.79%；盈利现金比率大于1的餐饮企业占比35.63%，全部资产现金回收率大于0.06的餐饮企业占比68.60%；总资产增长率均值为18.4%，中值为10.9%，收入增长速度大于总资产增长率的餐饮企业占比20%。

整体而言，调研餐饮企业拥有较低的资产负债率，和较好的现金流动性，获取现金的能力较强，资金能够较快回流，但盈利质量不高，财务管理等内部管理有待进一步规范和完善。2019年大部分调研企业采取了资产扩张战略，资产规模扩大带来的效益增长现象尚未明显显现。

（一）偿还能力

1、流动比率

表 2.40 流动比率统计表

指标	2019 年数值	2018 年数值
流动比率均值	3.37	3.15
流动比率中位数值	1.61	1.69
流动比率 1/4 位值	0.94	1.08
流动比率 3/4 位值	3.79	3.59

2、资产负债率

表 2.41 资产负债率统计表

指标	2019 年数值	2018 年数值
资产负债率均值	44.3%	40%
资产负债率中位数值	35.3%	31.9%
资产负债率 1/4 位值	13%	12.4%
资产负债率 3/4 位值	59.4%	62.6%

（二）运营能力

1、应收账款周转

表 2.42 应收账款周转统计表

指标	应收账款周转率	应收账款周转天数
均值	55.3	26.7 天
中位数值	25.6	8.6 天
1/4 位值	7.9	2.5 天
3/4 位值	66.2	36.5 天

2、流动资产周转天数

表 2.43 流动资产周转统计表

指标	数值 (天)
流动资产周转天数均值	120.9
流动资产周转天数中位数值	87.9
流动资产周转天数 1/4 位值	25.7
流动资产周转天数 3/4 位值	143.2

(三) 盈利质量

1、盈利现金比率

表 2.44 盈利现金比率统计表

指标	数值
盈利现金比率均值	1.48
盈利现金比率中位数值	0.48
盈利现金比率 1/4 位值	0.07
盈利现金比率 3/4 位值	1.14

2、全部资产现金回收率

表 2.45 全部资产现金回收率统计表

指标	数值
全部资产现金回收率均值	0.43
全部资产现金回收率中位数值	0.11
全部资产现金回收率 1/4 位值	0.03
全部资产现金回收率 3/4 位值	0.32

(四) 发展能力

1、总资产增长率

表 2.46 总资产增长率统计表

指标	数值
总资产增长率均值	19.1%
总资产增长率中位数值	10.9%
总资产增长率 1/4 位值	-0.6%
总资产增长率 3/4 位值	33.6%

六、企业社会责任分析

企业承担更多的社会责任是餐饮行业高质量发展的内在要求，同时也是餐饮企业发展到一定阶段后，社会对于企业以及企业对于自身发展的必然要求。更多的社会责任意味着企业能够实现自身成长，满足股东、员工和企业自身发展需求；意味着行业标准逐渐完善和健全，企业能够严格遵守国家法律法规要求，依据行业标准为消费者提供诚实可信的商品和服务；意味着发挥市场主体作用，参与到全民健康建设中，为社会提供安全健康服务。

本次调研选取了制定食品质量标准制度、倡导节约消费行为、采取有效措施减少一次性碗筷使用、拥有安全事故应急预案、建立安全生产管理体系、开展安全生产教育及培训、倡导使用公勺公筷或双筷制、采用节能环保设备这八个指标作为企业社会责任的测量维度，通过行业内企业互评方式获得评价分值结果。如表 2.47 所示，行业普遍认为餐饮企业目前在制定食品质量标准制度、倡导节约消费以及采取有效措施减少一次性碗筷使用上是表现良好的，但是在采用节能环保设备、公勺公筷使用以及安全生产培训等方面还需要进一步提高。

表 2.47 企业社会责任评价表

序号	指标	分值
1	制定食品质量标准制度	4.14
2	倡导节约消费行为	4.04
3	采取有效措施减少一次性碗筷使用	4.02
4	拥有安全事故应急预案	3.98
5	建立安全生产管理体系	3.98
6	开展安全生产教育及培训	3.95
7	倡导使用公勺公筷或双筷制	3.91
8	采用节能环保设备	3.89

七、战略发展分析

（一）品牌化发展最受关注，自有平台打造及数智化发展紧随其后

调研中，70%的餐饮企业将品牌化发展作为自身企业最重要的发展战略；59%的餐饮企业认为不应过分依赖外界平台，应注重自有平台打造以及私域流量构建；58%的餐饮企业认为数字化智能化发展是行业提质增效的有效路径，同时新冠疫情也加速了行业数智化发展进程，因此要将数智化发展作为企业重要发展方向；新冠疫情将一定程度上改变消费者的消费行为习惯，从而加速行业外卖业务的繁荣发展，有56%的餐饮企业将外卖业务作为发展方向。同时绿色安全健康发展、供应链发展以及新零售业务也是众多企业选择的发展方向。

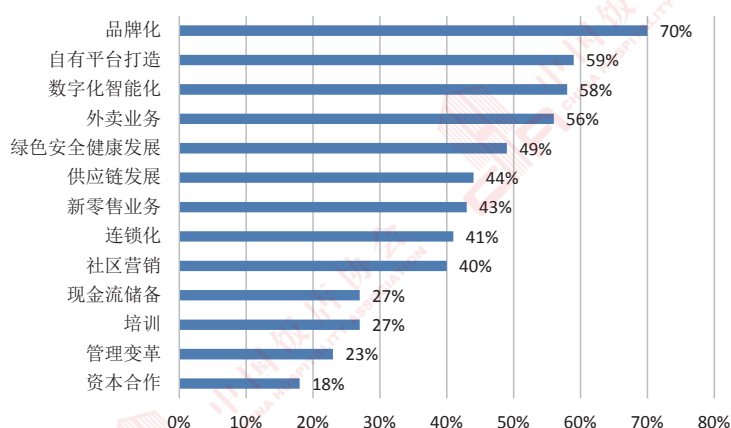


图 2.10 企业关注发展方向统计图

（二）行业面临调整与重启，更多餐饮人布局新投资和新品牌

新冠疫情之后，餐饮行业面临新一轮调整和重启，一些小、弱餐饮企业在疫情寒冬中黯然离场，部分步子迈得过大的企业采取了收缩策略，一些依据市场发展趋势提前稳健布局的企业熬过融冰期实现了逆周期成长。更多的餐饮企业人依然斗志昂扬，积极调整，寻求市场新机遇，61%的调研企业选择了新投资意向，58%的餐饮企业选择新品牌计划。

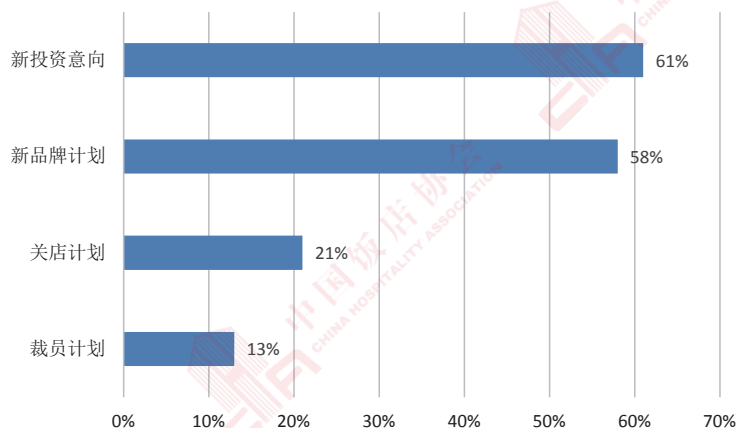


图 2.11 企业行动决策统计图

（三）受新冠疫情影响，营收预期下降

受新冠疫情以及国际形势影响，营业收入预期均值为-17.05%，营业利润预期均值为-27.09%。60% 餐饮企业认为 2020 年餐饮收入会下降，15% 餐饮企业认为 2020 餐饮收入会持平，25% 餐饮企业认为餐饮收入会逆势增长。预计利润会减少的企业占比 61%，预计利润持平的企业占比 13%，预计利润增加的企业占比 26%。

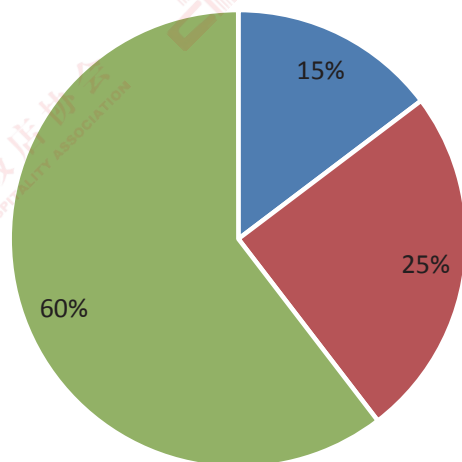


图 2.12 2020 企业营业收入预期统计图

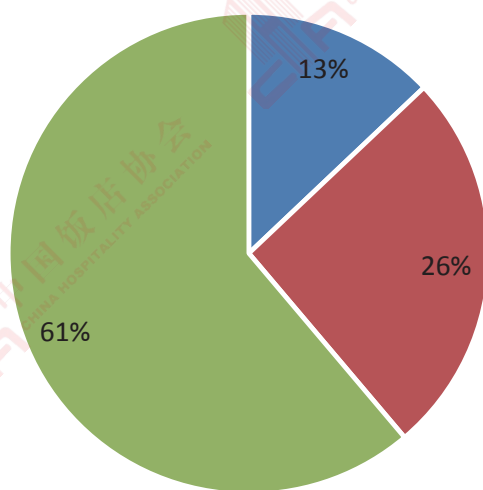


图 2.13 2020 企业营业利润预期统计图

八、各业态指标对比汇总

(一) 规模相关指标汇总

本次调研选取总资产同比变动、流动资产同比变动、非流动资产同比变动、门店数量、门店数量同比变动、品牌数量、品牌数量同比变动、营业面积、营业面积同比变动、员工数量、员工数量同比变动、单店员工数、一线员工占比、管理人员占比、员工流失率、中央厨房数量、养殖基地数量等指标作反映餐饮行业各业态规模情况。

表 2.48 餐饮各业态规模相关指标统计汇总表

序号	规模相关指标	正餐	火锅	快餐小吃	团餐	西餐休闲、日料
1	总资产同比变动	0.23%	11.56%	16.87%	30.38%	38.60%
2	流动资产同比变动	2.02%	15.60%	5.51%	26.51%	32.00%
3	非流动资产同比变动	24.60%	16.60%	19.10%	24.58%	26.90%
4	门店数量(个)	45.11	289.04	335.67	212.44	11.7
5	门店数量同比变动	31.40%	17.40%	15.50%	22.84%	28.10%
6	品牌数量(个)	4.24	3.5	2.9	2.5	1.38
7	品牌数量同比变动	7.12%	17.30%	4.97%	0.00%	0.00%
8	营业面积(平方米)	34,336	126,588	38,217	107,533	3,827
9	营业面积同比变动	6.87%	6.30%	6.63%	21.48%	40%
10	员工数量(人)	1,427	7,169	4,755	4,165	327
11	员工数量同比变动	2.64%	7.10%	7.27%	11.35%	32.50%
12	单店员工数(人)	67	26	14	24	41
13	一线员工占比	82.57%	81.72%	81.21%	89.50%	80.44%
14	管理人员占比	13.66%	14.59%	13.30%	10.50%	15.80%
15	员工流失率	13.34%	22%	12.82%	20.53%	19.58%
16	中央厨房数量(个)	0.39	0.97	0.83	1.5	0.5
17	养殖基地数量(个)	0.17	0.45	0.25	2	0

数据来源：中国饭店协会调研数据

(二) 营收相关指标汇总

本次调研选取营业收入、营业收入同比变动、食品加工销售额占比、食品加工销售额同比变动、酒水饮料销售额占比、酒水饮料销售额同比变动、外卖销售额占比、外卖销售额同比变动、电商销售额占比、电商销售额同比变动等指标反映餐饮行业各业态营收情况。

表 2.49 餐饮各业态营收相关指标统计汇总表

序号	营收相关指标	正餐	火锅	快餐小吃	团餐	西餐休闲、日料
1	营业收入(亿元)	5.17	13.27	8.34	8.96	0.79
2	营业收入同比变动	7.45%	8.95%	11.84%	19.82%	17.99%
3	食品加工销售额占比	51.82%	68.57%	63.07%	94.91%	80.73%
4	食品加工销售额同比变动	3.17%	4.73%	11.18%	18.39%	3.59%

序号	营收相关指标	正餐	火锅	快餐小吃	团餐	西餐休闲、日料
5	酒水饮料销售额占比	8.47%	11.32%	9.67%	1.43%	12.58%
6	酒水饮料销售额同比变动	8.30%	-6.15%	1.50%	4.72%	1.80%
7	外卖销售额占比	6.35%	3.71%	21.41%	1.67%	11.67%
8	外卖销售额同比变动	20.20%	14.60%	6.75%	9.40%	1.50%
9	电商销售额占比	6.03%	5.25%	5.92%	1.52%	1.88%
10	电商销售额同比变动	3.91%	2.60%	0.63%	4.41%	0.00%

数据来源：中国饭店协会调研数据

（三）成本相关指标汇总

本次调研选取原料进货成本占比、原料进货成本同比变动、房租及物业成本占比、房租及物业成本同比变动、人力成本占比、人力成本同比变动、能源成本占比、能源成本同比变动、外卖平台提成占外卖营业额比例、销售费用占比、销售费用同比变动、管理费用占比、管理费用同比变动、财务费用占比、财务费用同比变动、三项费用合计占比、三项费用合计同比变动、税费合计占比、税费合计同比变动等指标反映餐饮行业各业态成本相关情况。

表 2.50 餐饮各业态成本相关指标统计汇总表

序号	成本相关指标	正餐	火锅	快餐小吃	团餐	西餐休闲、日料
1	原料进货成本占比	40.63%	40.11%	41.82%	55.75%	36.54%
2	原料进货成本同比变动	1.84%	2.19%	4.61%	-0.74%	1.28%
3	房租及物业成本占比	11.39%	11.85%	13.24%	4.62%	13.79%
4	房租及物业成本同比变动	3.26%	2.41%	2.69%	2.29%	0.96%
5	人力成本占比	24.63%	16.67%	20.72%	26.99%	19.34%
6	人力成本同比变动	4.98%	2.31%	4.54%	3.40%	1.36%
7	能源成本占比	4.22%	3.52%	5.01%	4.33%	3.40%
8	能源成本同比变动	3.30%	0.15%	-1.20%	-0.06%	0.29%
9	外卖平台提成占外卖营业额比例	13.06%	11.39%	10.27%	0.82%	8.44%
10	销售费用占比	19.39%	12.64%	17.58%	13.06%	11.80%
11	销售费用同比变动	3.46%	2.49%	0.12%	2.16%	1.68%
12	管理费用占比	8.08%	5.31%	7.80%	6.04%	9.45%
13	管理费用同比变动	1.47%	0.18%	2.65%	-0.33%	1.41%
14	财务费用占比	0.68%	0.91%	1.82%	0.72%	0.62%
15	财务费用同比变动	-3.70%	-0.10%	-1.89%	-0.06%	1.00%
16	三项费用合计占比	25.49%	16.85%	22.66%	17.53%	19.14%
17	三项费用合计同比变动	2.56%	1.61%	0.57%	0.33%	1.43%
18	税费合计占比	3.56%	3.60%	2.83%	1.60%	2.39%
19	税费合计同比变动	-0.39%	-1.37%	0.61%	-0.22%	-0.12%

数据来源：中国饭店协会调研数据

(四) 效益相关指标汇总

本次调研选取每餐位营收、每餐位营收同比变动、人均劳效、人均劳效同比变动、毛利率、毛利率同比变动、净利率、净利率同比变动、平均翻台率、平均翻台率同比变动、门店数量变动、一线员工工资、一线员工工资同比变动、管理人员工资、管理人员工资同比变动、大众人均消费、大众人均消费同比变动、大众消费人次同比变动、中档人均消费、中档人均消费同比变动、中档消费人次同比变动、高档人均消费、高档人均消费同比变动、高档消费人次同比变动等指标反映餐饮行业各业态效益相关情况。

表 2.50 餐饮各业态效益相关指标统计汇总表

序号	效益相关指标	正餐	火锅	快餐小吃	团餐	西餐休闲、日料
1	每餐位营收	46,290	47,445	36,714	10,463	82,938
2	每餐位营收同比变动	0.68%	2.73%	3.93%	0.14%	0.00%
3	人均劳效	246,333	221,697	184,646	280,088	252,904
4	人均劳效同比变动	3.02%	4.07%	8.21%	10.61%	13.04%
5	毛利率	47.42%	56.46%	52.9	31.32%	51.86%
6	毛利率同比变动	0.28%	0.87%	0.09%	0.06%	2.68%
7	净利率	6.18%	13.73%	11.12%	3.81%	11.13%
8	净利率同比变动	-1.25%	-2.94%	1.24%	0.33%	1.16%
9	平均翻台率(次/天)	2.09	2.25	8.57	3.44	3.45
10	平均翻台率同比变动	0.26%	-0.12%	13.02%	1.53%	0.33%
11	门店数量变动	14.60%	17.40%	15.50%	22.84%	8.77%
12	一线员工工资	3,962	3,746	3,998	4,029	4,413
13	一线员工工资同比变动	5.04%	6.92%	5.12%	7.27%	9.62%
14	管理人员工资(元/月)	8,446	6,918	8,344	7,644	7,638
15	管理人员工资同比变动	2.94%	8.66%	4.32%	7.28%	10.59%
16	大众人均消费(元)	79.1	81.6	28.5	15.5	75
17	大众人均消费同比变动	4.60%	5.81%	5.61%	1.75%	7.72%
18	大众消费人次同比变动	1.53%	8.98%	5.56%	14.54%	10%
19	中档人均消费(元)	144.3	118.3	—	36.38	207.6
20	中档人均消费同比变动	4.44%	4.09%	—	5%	7.49%
21	中档消费人次同比变动	0.19%	2.99%	—	8.49%	-16.50%
22	高档人均消费(元)	271.78	239.86	—	103.5	537.5
23	高档人均消费同比变动	5.54%	-1.65%	—	-1.22%	26.67%
24	高档消费人次同比变动	-1.17%	-3.53%	—	5.04%	3.32%

数据来源：中国饭店协会调研数据

(五) 现代化程度相关指标汇总

本次调研采用直营店数量、直营店数量同比变动、加盟店数量、加盟店数量同比变动、移动支付占比、绿色餐厅数量、绿色餐厅数量同比变动等指标反映餐饮行业各业态现代化

程度相关情况。

表 2.51 餐饮各业态现代化程度相关指标统计汇总表

序号	现代化程度相关指标	正餐	火锅	快餐小吃	团餐	西餐休闲、日料
1	直营店数量（个）	25.46	23.37	178.36	113.71	13.38
2	直营店数量同比变动	13.40%	18.60%	3.71%	14.43%	14.80%
3	加盟店数量（个）	26.52	256.96	402.13	0	—
4	加盟店数量同比变动	2.40%	8.63%	20.68%	0.00%	—
5	移动支付占比	62.66%	73.55%	75.27%	44.32%	68.33%
6	绿色餐厅数量（个）	8.28	25.28	3	13.4	11.8
7	绿色餐厅数量同比变动	34.10%	13.62%	25.74%	28.97%	17.36%

数据来源：中国饭店协会调研数据

（六）财务相关指标汇总

本次调研采用流动比率、资产负债率、应收账款周转率、应收账款周转天数、流动资产周转天数、盈利现金比率、全部资产现金回收率、总资产增长率等指标反映餐饮行业各业态财务相关指标。

表 2.52 餐饮各业态财务相关指标统计汇总表

序号	财务相关指标	正餐	火锅	快餐小吃	团餐	西餐休闲、日料
1	流动比率	1.61	2.45	1.35	2.92	2.34
2	资产负债率	61.80%	34.70%	38.21%	41.95%	22.67%
3	应收账款周转率	26.52	49.2	28.27	34.5	29.79
4	应收账款周转天数（天）	20.76	20.9	13.48	30.54	23.12
5	流动资产周转天数（天）	168.8	51.4	91.9	79.7	104
6	盈利现金比率	1.25	1.18	1.12	1.047	1.59
7	全部资产现金回收率	0.13	0.43	0.15	0.1	0.35
8	总资产增长率	0.23%	11.56%	16.87%	33.69%	37.20%

数据来源：中国饭店协会调研数据

九、2019 年餐饮行业发展状态分析

（一）消费与投资双增长，行业规模持续扩大

2019 年全国餐饮收入达到 46721 亿元，同比增长 9.4%。其中，全国限额以上单位餐饮收入 9445 亿元，同比增长 7.1%，餐饮行业规模持续扩大并保持较快增长。2019 年行业企业家信心指数大幅攀升，中国饭店协会 2019 年企业信心指数调查显示，2019 年企业外部信心指数达到 176.6（该指数在 2017 年、2018 年分别是 155.7 和 159.8），企业内部信心指数达到 171.4（该指数在 2017 年、2018 年分别是 148.8 和 158.0）。行业规模持续扩大，企业信心大幅增长源于消费势头强劲，具体表现在投资规模快速增长。

2019 年已陆续出台一系列促进消费政策，不少地方推出了一批有针对性的促销费措施，各方齐抓共促扩消费的局面已然形成。餐饮消费的火爆还受益于消费升级。近年，我国消费升级态势明显，旅游、娱乐、休闲消费大增长，对餐饮消费有直接拉动作用。春节黄金周的消费额往往是衡量一年消费形势的重要指标。春节黄金周餐饮消费的红火，为全年餐饮消费的持续增长打下良好基础。“五一”小长假期间，多地零售餐饮消费增速超过 10%。国庆黄金周期间，餐饮消费火爆。商务部的数据显示，2019 年 10 月 1 日至 7 日，全国零售和餐饮企业实现销售额 1.52 万亿元，比去年同期增长 8.5%。中国饭店协会在各地举办的美食节庆活动，无论是在杭州举办的中国（杭州）国际美食博览会，还是在南昌举办的第二届中国美食节，都推出众多惠民消费活动，对促消费作用明显。

调研显示，2019 年行业资产规模快速扩张，调研企业总资产同比增长均值达到 18.4%，大部分中大规模企业采取以规模扩张引领增长战略，通过门店扩张快速抢占市场份额。调研企业中，门店数量同比变动中值为 8.6%，同比变动均值为 17.8%，部分企业门店增长迅速，1/4 调研企业门店增长速度超过 25%。2018 年拥有 50 家以下门店企业占比 69%，2019 年该数额已经减少至 52%。同时，营业面积持续增长，其增长均值为 12.7%。

（二）大规模减税降费，增添餐饮企业发展后劲

2019 年，我国减税降费规模前所未有。国家税务总局数据显示，2019 年全年累计新增减税降费超过 2 万亿元，占 GDP 比重超过 2%，拉动全年 GDP 增长 0.8 个百分点，所有行业税负均不同程度下降。其中个人所得税改革和增值税改革分别是减税降费的“先手棋”和“主攻点”。

2019 年减税降费规模之大前所未有，几乎涉及所有企业和个人，全社会普遍受益，对激发主体活力、经济转型发展、产业结构调整升级、居民家庭生活改善等方面发挥了重要作用。餐饮行业小微企业多。减费降税政策中，实施小微企业普惠性税收减免政策，能让不少餐饮企业受益。这对于由于劳动力价格、原料价格尤其是猪肉价格上涨而面临困难的餐企来说是及时雨。深化增值税改革，能促进大型餐饮企业增强研发新品的动力，从而能增强企业发展的后劲。而个人所得税改革，能增加居民的收入，增强居民消费能力，能

促进餐饮消费，间接促进餐饮行业增长。

（三）绿色餐饮大力推进，餐企探索供给侧改革路径

2018年5月21日，商务部等9部门联合发布《关于推动绿色餐饮发展的若干意见》，2019年作为政策落实年，行业在垃圾分类、科学配餐上都有了新的规范与突破。2019年4月26日，《住房和城乡建设部等部门关于在全国地级及以上城市全面开展生活垃圾分类工作的通知》印发。7月1日起，号称“史上最严”的垃圾分类条例——《上海生活垃圾管理条例》正式实施，其他省市逐步开展。年底，“垃圾分类”入选2019年中国媒体十大流行语。

在科学配餐方面，2019年7月15日，国务院印发《国务院关于实施健康中国行动的意见》，明确指出要设立合理膳食专项行动。餐饮企业关注政策重点，配制营养定餐，让外出就餐向营养均衡方向发展。在食安溯源方面，中国饭店协会搭建绿色平台，协会组织会员赴黑龙江省哈尔滨市、江西省南昌市、山东省威海市、天津市宁河区等地区采购绿色标准化食材。

餐饮企业通过绿色发展产生了喜人的“化学反应”。贯彻垃圾分类政策不仅没有影响到企业的正常运营，反而对企业创收起到了积极作用。在科学配餐合理膳食方面，营养定餐在科学配比满足消费者多元需求的情况下，提高客单价，让企业增收。而绿色源头直采不仅保证食材可追溯，还通过减少中间环节让企业以优质价格获得长期货源。餐饮业积极贯彻落实绿色发展道路并探索到供给侧结构改革突破口。

（四）外卖持续大幅增长，为行业发展注入新动能

据美团数据显示，2019年外卖产业规模已达到6535.7亿元，同比增长39.3%，外卖产业持续大幅增长。

传统餐饮业面临房租价格上涨、服务人员匮乏、材料成本攀升、消费者消费习惯变化带来的诸多困境。外卖给传统餐饮业带来颠覆性影响。外卖业态出现后，逐步引导着各餐饮企业向“店铺小型化、菜品精致化”的方向发展，打破了房租的限制，提高了产出值，更多地产生边际效益，这在很大程度上降低了餐饮企业的成本。

伴随技术发展和消费升级的双驱动，我国外卖产业正从餐饮行业的“线上渠道”升级为人们日常生活中不可或缺的消费场景，除了餐饮，现在外卖的配送服务还囊括了商超、医药、鲜花等类目，形成了独特的社区经济圈。这将为餐饮和零售行业带来新的时代红利。

（五）成本压力持续增大，餐企寻求创新突破

餐饮企业的“三高”问题依然明显，原料进货成本、人力成本以及三项费用成本是成本中占比最高的三项，原料进货成本、人力成本以及房租及物业成本是增长最快的三项。2019年猪肉价格飙升，猪肉是许多餐饮企业的重要原材料，猪肉价格的飞速上涨给餐饮企业的经营带来了巨大压力。

2019年55.70%的调研企业原料进货成本占比同比出现上涨,25%调研企业原料进货成本占比同比上涨超过3%。但压力也是创新的动力。尽管在这轮由猪肉涨价引发的食材涨价风波中,有些小餐饮企业抗风险能力差,经不住考验,退出了市场。但更多餐饮企业因时而变,通过创新应对挑战。有的餐饮企业积极调整产品结构,积极研创鸡肉、鱼肉新菜品,来应对猪肉价格上涨压力。有的餐饮企业,在供应链端寻求方案,取消供应链中间方,降低成本,或建立全球采购网络,对冲单一市场波动风险。还有的企业,提高产品品质,通过高品质产品的溢价能力消化上涨的成本。

2019年77.92%的调研企业人力成本占比同比出现上涨,25%的调研企业人力成本占比同比上涨超过5%,但是仅有62.5%的餐企人均劳效出现上升。餐饮行业一直以来是一个劳动密集型产业,劳动附加值不高,员工工资较低,部分餐饮企业为了减轻人力成本压力,提高人均劳效,积极尝试新技术的探索和应用,通过内外部培训提高人员素质,通过产品和服务创新提高劳动附加值,不断探索用高素质人才和技术引领行业高质量发展的创新之路。

（六）老字号业绩冰火两重天，新零售助力创新发展

2019年全聚德和广州酒家冰火两重天的市场表现,更突显新消费时代老字号创新的重要性。

进入新消费时代,餐饮老字号通过挖掘传统文化新内涵,传承和创新技艺,焕发新的生命力。为了解决老字号传承发展过程中面临的问题,中国饭店协会大力推进老字号行业的标准制定工作,希望通过标准制定,形成行业自律,促进行业规范管理,进而提高老字号的品牌价值。

老字号企业在提升老字号的管理和营销水平、加快老字号的品牌传播方面,创新步伐加快。一些老字号企业,在产品和营销模式上创新,产品品类更加丰富、产品赋予更多文化内涵,包装更具现代气息,通过更打动消费者的营销方式得到新消费者的认可。一些餐饮老字号企业,抓住“数字化”机遇,搭建完整的数字化平台,让产品打破地域局限,触达更多新消费者。在餐饮老字号创新方面,2019年推出的“调和元年”——老字号精品集合店模式,令业界关注。这一模式,汇集诸多中华老字号品牌,从店铺形象到产品经营,都以“新零售+”和自营门店两种模式不断拓展。这一模式力争实现中餐的标准化、工厂化生产,以及产品输送到终端后工艺的高度还原。

十、2020 年餐饮行业发展趋势分析

（一）餐饮行业稳中向好的趋势不会改变，重建消费信心、适应新消费模式是行业发展关键

2013 年之后餐饮消费市场启稳回升，全国餐饮收入一直保持着超过 9% 的速度较快平稳增长。2019 年随着政府促消费政策落实以及居民可支配收入持续增长，全国社会消费品零售总额达到 411649 亿元，比上年增长 8.0%，其中除汽车以外的消费品零售额为 372260 亿元，增长 9.0%。2019 年餐饮收入同比增长 9.4%，高出社会消费品零售总额增长率 1.4 个百分点，达到 46721 亿元。同时调研显示，企业的信心指数也升至 2016 年以来最高水平，伴随着企业信心指数攀升，2019 年调研企业的总资产增长均值达到 18.4%，门店增长均值为 17.8%，品牌增长均值为 9%。

然而正在行业蓬勃发展，众多餐饮企业进行门店扩张以及品牌开拓之时，新冠疫情爆发，与 2003 年的非典疫情相比，2020 年新冠疫情无论是在地域分布范围、传播速度还是国家所采取相关防护措施的严格程度上都超过了 2003 年非典，对餐饮行业造成了巨大冲击。2020 年春节期间的平均开店率仅为 34.99%，同比下降 46.72 个百分点，客流量减少近九成，餐饮收入损失超千亿。随着疫情狙击战的深入，疫情在全国范围内逐渐得到有效控制，在历经寒冰期、融冰期之后餐饮行业逐步稳步向好，2020 年 4 月初，行业复工复产率大幅提升达到 77.84%，营业收入环比上升 8.04 个百分点，客流量环比上升 8.48 个百分点。2020 年“五一黄金周”期间餐饮企业复市率达到 85.37%，营业收入恢复至同期 56.86%，客流量达到上年同期 60.45%。2020 年第二季度客流量环比增长 42.79%，总营收环比增长 55.94%。

即便受新冠疫情影响，调研显示业界餐饮企业家对于行业发展仍抱有信心。2020 年餐饮企业家对于外部环境的现状信心指数为 158.70（满分 200），相较 2019 年有较大幅度回落，但仅略低于 2018 年现状信心指数，均高出 2016 年以及 2017 年的外部环境现状信心指数。其中，餐饮企业对于未来信心程度最高的是支持餐饮发展的技术环境以及餐饮服务政策环境。

随着国内外不确定因素增多，中国经济将加快形成“以国内大循环为主体，国内国际双循环相互促进的新发展格局”。餐饮行业的内循环系统发展关键在于行业内形成供给与需求的“推拉效应”。虽然受到疫情以及国内外不确定因素影响，餐饮行业企业对于未来发展的宏观环境依然持有较高信心，因此，目前提振消费信心是破局关键。同时，要建立需求与供给的有效推拉路径，在政府从宏观层面上提振消费信心基础上，餐饮行业需要研究新需求、新消费，提供升级产品和服务，不断拓展新业态，做好餐饮业的“业态、品态、形态、文态”四态合一，精准对接需求，推动内循环有效发展。

（二）品牌引领发展，品类深耕和精细化管理成为高质量转型重要方式

餐饮行业产业集中度较低，2019 年中国餐饮连锁化率仅为 5%，是美国连锁化率的 1/6，还有很大的成长空间。行业普遍存在产品附加值较低，客户黏度不高，生命周期短等问题。受疫情影响，2020 年 2 月底中国饭店协会调研企业中 73% 的企业复工复产率在 10% 以下，而头部大型连锁品牌餐饮企业的复工率要远远高于平均值，达到 60%。随着复工复产进一步加速，部分品牌企业依托强大的品牌客户粘性以及超前的市场布局甚至实现逆势扩张。

品牌是消费者对产品和服务的系列认知，是企业一项重要的无形资产，是企业核心价值观的表达，是与消费者所产生的一种互动与共鸣。它是企业实现差异化发展的重要方式，通过提供差异化产品获得超额利润；它具有强识别性，能够让消费者产生品牌联想和人文认同，从而增强顾客粘性；他能够让顾客认可其产品与服务价值，减少顾客产品与服务甄别交易成本，助力企业延长生命周期、破局地域拓展。

调研中有 60% 的餐饮企业意识到品牌的重要性，并将品牌发展作为企业重要发展战略。品牌发展离不开品类深耕和精细化运营，有的企业通过提供高性价比产品和服务实现消费者引流，有的企业通过大数据分析不断调整产品与市场方案，有的企业通过完善细节、新技术应用以及场景打造提升客户体验，还有的企业通过制定标准化操作流程提升产品与服务质量。品牌打造是一个系统工程，将成为餐饮行业高质量发展的重要方式。

（三）“互联网+”、数字化智慧化发展成为行业发展新动能

中国互联网络信息中心数据显示，截止至 2020 年 3 月，我国网民规模已经达到 9.04 亿，互联网普及率达到 64.5%，网络购物用户规模达到 7.1 亿，交易规模达到 10.63 万亿，同比增长 16.5%。随着“互联网+”与产业发展进一步融合，我国数字经济规模已经超过 31.3 万亿元。

2020 年政府工作报告中指出，要全面推进“互联网+”，打造数字经济优势。2019 年是 5G 元年，2020 年将是 5G 的深化之年，人工智能、5G 等新一代信息技术在服务企业的创新应用将进一步提升餐饮行业现代化水平。

一直以来餐饮行业属于传统行业，数字化程度普遍较低，然而新冠疫情之下一些提前实现“互联网+”、数字化布局的餐饮企业表现出了良好的抗风险能力和市场恢复能力。有的餐饮企业通过社区营销布局以及私域流量运营，锁定老客户，开拓外卖服务；有的餐饮企业通过新技术应用和新场景打造，实现自助服务、无接触外带和配送，适应消费新需求；有的餐饮企业通过发展线上新零售业务，实现食品工业化发展探索疫情常态化下的餐饮破局之路。“互联网+”与产业的融合发展以及数字化智慧化发展将成为行业发展新动能。

（四）行业对高素质技能型人才需求将进一步加大

《国家中长期人才发展规划纲要》中指出，2020 年我国人才发展的总体目标是：培养和造就规模宏大、结构优化、布局合理、素质优良的人才队伍，确立国家人才竞争比较

优势，进入世界人才强国行列，为在本世纪中叶基本实现社会主义现代化奠定人才基础。近年来，我国餐饮行业发展态势明显，主要体现以连锁经营、品牌培育、技术创新、管理科学化为代表的现代餐饮企业，逐步替代以手工随意性生产、单店作坊式经营、经验性管理为特征的传统餐饮企业。行业的现代化发展对人员素质的提高提出了进一步要求。

中国饭店协会 2020 年 6 月发布的《2020 饭店餐饮行业人力资源现状报告》显示，餐饮企业普遍反映院校毕业生的实际操作能力与现实岗位需求还是存在一定差距，岗位技能培训是饭店餐饮企业培训员工的首要内容。餐饮行业是一个实践性很强的行业，行业中存在行业实践先于理论发展和教学的现象，因此如何将行业发展现实需要及时与院校人才培养相衔接成为做好行业人才培养的关键点。调研中有 69.23 的企业认为目前院校最需要做的是增加对于行业的熟悉程度，了解行业需求和信息；62.18 的企业认为企业学校应该要加强职业指导，增强学生职业认同感；53.85 的企业认为学校要强化学生实操能力；43.59 的企业认为学校要强化高校教师的职业化培训。调整行业人才结构，为行业培养适应行业发展的高素质技能型人才将是驱动行业创新发展的重要动力，同时也是餐饮企业提高人均劳效、提质增效，破局发展的内在需要。

（五）行业由规模发展向高质量发展迈进，产业化进程不断加速

1978 年我国餐饮业的营业收入为 54.8 亿元，2019 年的餐饮收入为 46721 亿元是 1978 年的 853 倍，改革开放以来餐饮行业的营业收入和资产规模不断扩大，并一直保持较高速度增长，2013 年受政策影响回落之后又迅速调整结构，2016 年增长率高达 16%，后逐步保持较为稳定增长。调研显示，调研企业 2019 年总资产增加均值为 18.4%，门店增加均值为 17%，营业面积增加均值为 12.7%，但是收入增长速度大于总资产增长率的餐饮企业仅占比 20%。行业规模持续扩大之后，运行效率以及质量提升所带来的内涵式增长将成为行业发展的重要方向。

一直以来，餐饮行业是市场化发展的排头兵，经过几十年的发展，餐饮行业已经发展成为一个具有高度竞争性的行业，搭乘整体餐饮消费需求不断释放的快车，享受了整体产业规模不断扩张的红利，但是餐饮产业中小、散、弱的现象依然普遍存在，大多数餐饮企业经营方式较为传统，组织结构和盈利模式较为单一，专业服务和质量管理能力不高，具有国际影响力的知名品牌有待进一步培育。后规模阶段，餐饮企业将在高质量发展中寻求更多突破，将通过不断提高供应链的把控能力以及一体化发展应对食材成本上涨问题；通过标准化、规范化管理提高风险应对能力；通过品质提升以及产品创新提高产品附加值，增强市场议价能力；通过现代化管理方式以及新技术应用提升自身在产业链中的地位，提升市场竞争力。

（六）新零售成为餐饮企业创新发展新契机

疫情之前，大部分餐饮企业仅仅经营堂食，疫情爆发过程中，餐饮企业并没有坐以待毙，而是积极开展自救行动，中国饭店协会 2020 年 3 月份的市场调研中有 74.18% 的企

业开展了外卖业务，环比上升了 45.18 个百分点。与此同时，新零售业务异军突起，新零售业务作为堂食、外卖之外的第三种自救路径，在疫情冲击下发挥了明显的逆势驱动优势，新零售业务是传统餐饮业与零售业的融合创新，能够更好满足消费升级下基于“便利”与“品质”的新消费需求，是新一代电商兴起下的必然产物，无论是从零售端向餐饮端侵袭还是餐饮端向零售端渗透都表明未来餐饮与零售的融合势不可挡。

疫情中，广州酒家利用其“前店后厂”的优势，通过“餐饮 + 食品”两轮驱动战略，加快食品工业化发展。丰收日等部分大型企业通过建设供应链产业园区实现包装食品、即食便当和半成品的一体化运转。同和居饭庄、知味观、杏花楼等老字号品牌纷纷开发半成品菜售卖。半成品菜能够满足“懒人经济”的发展要求，同时因为消费半成品菜的消费者往往具有较低的消费价格弹性，对价格不敏感和对菜品品质要求较高，从而能够成为餐饮企业发展的蓝海市场。近年，各大餐饮企业不断加强科研攻关投入，在技术上不断提升半成品菜的口感，让越来越多的消费者愿意接纳并逐渐习惯半成品菜的消费。目前我国半成品菜占冻品市场 20% 左右，而在饮食习惯类似的日本则占到 60%。这意味着半成品菜在未来将拥有巨大的成长空间。新零售业务的发展意味着餐饮行业将在供应链、产品研发以及销售平台等多领域实现开拓创新，也将为餐饮行业发展带来新契机。

十一、餐饮行业发展建议

（一）培养一批具有国际竞争力的一流龙头企业

在行业中要培养一批具有国际竞争力的一流龙头企业，他们在多个经济周期中能够保持企业增长和发展的稳定性，具有良好的风险防范能力、卓越的管理能力、持续创造价值的的能力以及良好的市场前瞻能力。在规模、盈利能力、品牌影响力、创新能力、社会责任、绿色发展等方面表现优秀。能够积极参与行业标准制定，引领行业发展，能够有效整合行业资源，实现行业新企业、新品牌、新技术、新业态的孵化，推动行业商业模式创新、管理创新、技术创新和制度创新。

（二）确立“生态位”思维，创新“小而美”商业模式

从企业产品布局来说，“小而美”意味着产品细分，意味着单品爆款，意味着在某一领域的持续深耕；从企业的战略选择来说，意味着轻资产布局，意味着蓝海战略，意味着创新思维。小而美的企业不追求“大而全”，不张罗“广撒网”、不盲目“铺摊子”，应该拥有餐饮生态圈生态位思维，能够以平台为依托，融入平台生态系统中，确定好自身在餐饮生态系统中的生态位，通过强 IP 获得品牌认知和认可，通过精准对接需求实现企业价值，通过产业链上的有效资源互换降低生产成本，通过内部的精细化管理提高效益，在互利中共生，在共生中成长。

（三）回归“产品质量”本源，增加产品附加值

产品质量是餐饮行业高质量发展的核心基础，是餐饮行业高质量发展的“1”，创新营销、流量打造、网点布局、品牌扩张都是“1”后面的“0”，所有的“0”只有跟在“1”的后面才有意义，不然就只是“0”而已。通过技术创新、管理能力提升，不断降低经营成本，提高经营效率，提高产品附加值，提升自身在产业价值链中的地位。

（四）培养企业社会责任感，加强品牌建设

社会责任感是个人或组织对于社会上其他人的伦理关怀。任何个人和组织都不可能孤立地存在，其与外界一定是存在开放的物质循环与交流。世界上一流的企业一定是一个颇具社会责任感的企业，社会责任感也是企业家精神的重要内涵。社会责任感将会给企业赋予新的内涵和意义，同时也是社会核心价值观的内化和体现。疫情中众多餐饮企业积极开展自救，开展稳岗稳员行动，为社会提供更多、更加稳定的岗位；积极开展抗疫救援行动，向受灾更严重的地区提供物资、捐款和力所能及的帮助；为抗疫人员提供餐饮服务，为社区人员做好物资供应；在经营中倡导绿色消费，制止浪费。这些都是社会责任感的体现，也是餐饮人新时代精神的体现。同时，疫情也更加深化了人们对于食品安全和饮食健康的认识，提醒每一位餐饮人要将食品安全和饮食健康当做事关餐饮企业生死存亡的一件大事来抓。调研中有 60% 的企业选择将品牌发展战略作为未来发展的重要战略，然而品牌建设

的核心是文化价值观的建设，餐饮企业要将社会责任感融入到品牌核心文化建设中，从而渗透到原材料采购、产品设计生产、质量控制、制度保障、人员培训、营销宣传等各个环节。拥有社会责任感的品牌才是有温度的品牌，才是有感情能够与消费者共情的品牌，才是具有持久生命力能在历史长河中乘风破浪的品牌。

（五）在绿色发展中找需求，在矛盾转换中寻机遇

行业转型绿色发展模式需要在“节约、环保、安全、健康”取得突破。目前，厉行节约、制止浪费是餐饮企业逆周期发展的必然要求，如何合理安排宴席流程和餐台数量，通过数字化管理实现合理采购，通过合理利用中央厨房减少原材料浪费，加强基地建设减少食材前端浪费，合理进行菜单设计，实时预约制及产品重量等相关信息披露减少消费浪费，采用节能环保设备降低能耗，设立绿色管家，开展分餐服务、打包服务、“光盘行动”都是餐饮企业认真落实“节约”理念的重要抓手。“安全”理念体现在餐饮生产和消费的各个环节，例如不少中大型企业开展前向一体化发展，建立种养殖基地，在原材料采购上保证食品安全。一些不具备前向一体化的企业通过新技术应用、设立台账等方式严格执行源头可追溯。有的企业依托到店自提、放心厨房、公勺公筷、“无接触”服务、加强现场管理等方式提供安全消费产品。饮食健康是健康中国战略的重要内容，不少企业在“健康”菜品上下功夫，有的企业邀请营养专家和烹饪大师集中研发能够提高免疫力的健康菜品，有的企业提升冷链配送技术，在半成品中不添加防腐剂，0-4℃冷藏贮存，24小时内送达顾客。依据绿色发展中的新需求实现产品和服务创新是提高企业竞争力的必然选择。

餐饮行业是生活服务业中的重要组成部分，服务群众、服务社会是餐饮行业的重要社会属性。当前社会的主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。目前我国的各区域以及城市群之间出现阶梯式发展，不同发展层次的区域必然会产生不同层次的多样化、特色化需求，目前餐饮行业一线和准一线城市竞争相当激烈，品类细分和强品牌建立是在一线城市和准一线城市避开红海厮杀，拓展蓝海市场的关键路径。不少餐饮企业依托品牌和供应链优势在二线城市开疆辟土并取得很好效果。目前，我国的城镇化率已突破 60%，未来城镇化率将进一步提高，预计 2035 年将达到 70%，接近发达国家水平，那么随着城镇化进程进一步加快，三线、四线及以上城市消费需求将进一步被激发，餐饮企业突破地域限制，实现市场及渠道下沉布局将会面临更多机会。

（六）深度挖掘数据作为生产要素的重要作用，实现精细化运营

《中共中央 国务院关于构建更加完善的要素市场化配置的体制机制的意见》中将数据列为了除土地、劳动力、资本、技术之外的第五大生产要素，并明确指出要加快培育数据要素市场，不断提升社会数据资源价值，加强数据整合和安全保护。

餐饮行业数字化发展应体现在大数据应用上，通过大数据分析实现餐饮企业的精细化运营。依托大数据分析，餐饮企业可以分析区域人流特征和需求结构实现店铺的精准选址；把握各大商圈产品结构、品牌分布以及消费结构，结合自身产品特点实现精准市场定位；

通过大数据智能化匹配实现错峰营销,提高劳效和坪效,向时间要效益;通过线上线下结合、爆品引流、经营形态的多样化和复合化发展,向空间要效益;通过消费者点评和及时反馈不断提升产品品质;通过消费者精准画像精准把握市场需求,合理搭配产品,提供多样化套餐产品,推动中餐标准化发展提高产品边际效益。

(七) 加快高素质技术技能型人才培养,为行业发展注入新动能

餐饮行业必须要在人才培养上下大功夫,加强人才培养,产学研结合、校企结合,积极发展中、高职业教育和应用型本科教育,规范职业能力评价体系,着力培养符合社会需求的高素质技术技能型餐饮人才。

随着消费升级、服务升级,餐饮行业的用人标准也同步升级,为更好优化行业人力资源结构,引领行业职业教育发展,餐饮企业应积极开展职业水平等级评价,提升餐饮行业服务现代化程度,提升培训重视程度,鼓励线上培训,提高行业人力资源利用效率。行业应加强校企合作,不断提升职业院校以及应用型本科学生的职业技能水平,为行业可持续发展提供优秀人才动能。

(八) 针对新业态、新趋势,加强行业标准化建设

餐饮行业的标准化是在行业内或各细分业态中依据社会发展需求及自身产业发展特点,在原料采购、产品生产、服务提供、人员要求、技术支撑、质量监管等方面建立统一的规则,以便企业内各部门、产业链各环节能够有效沟通和协同,产生经济效益、社会效益和环境效益的一个过程。行业的标准化有利于进一步降低交易成本,实现规模经济 and 高质量发展。

目前,餐饮行业标准存在门类不齐全、标准科学性及其适用度有待提高、标准宣贯力度有待提高等诸多方面问题。随着行业进一步发展,行业中新业态、新经营方式层出不穷,行业需要针对新业态以及各种融合业态的特点不断完善和设立相关标准,提高市场规范程度,引领行业健康高质量发展。餐饮龙头企业和领军企业应积极参与到标准制定中,经过严谨调研、科学分析和充分论证,让标准更具科学性、适用性和可推广性,让标准在一定团体范围内得到广泛认同和实践优化,让能解决关键问题、具有行业引领性的优质标准上升为行业标准和国家标准,通过建立科学的行业标准体系推动行业标准化发展。

第三篇 2020餐饮业上市公司经营分析

中国饭店协会、新华网

一、上市公司营收利润统计汇总

表 1 上市公司营收利润统计表 (单位: 元人民币)

板块	序号	企业	营业收入		净利润	
			金额	同比增减	金额	同比变动
主板企业	1	全聚德	¥1,566,318,940.67	-11.87%	¥44,627,861.62	-38.90%
	2	西安饮食	¥500,457,531.65	0.89%	(¥47,150,837.67)	-597.91%
	3	广州酒家	¥3,028,699,725.72	19.38%	¥384,133,694.57	0.06%
	4	同庆楼	¥1,462,790,000.00	-1.78%	¥197,593,500.00	-1.35%
	5	ST 云网	¥93,083,737.22	14.00%	(¥35,741,473.31)	-545.09%
香港及海外上市公司	6	百盛集团	¥5,026,000,000.00	3.70%	¥474,000,000.00	179.30%
	7	味千中国	2,565,102,000	7.90%	156,471,222	-71.60%
	8	呷哺呷哺	¥6,030,200,000.00	27.40%	¥396,000,000.00	-37.70%
	9	国际天食	¥1,228,857,000.00	-17.90%	(¥163,260,000.00)	增亏 105.1%
	10	唐宫中国	¥1,495,100,000.00	0.20%	¥91,283,000.00	-20.74%
	11	海底捞	¥26,556,000,000.00	56.50%	¥2,345,000,000.00	42.50%
	12	九毛九	¥2,690,000,000.00	42.00%	¥220,000,000.00	175%
	13	新华教育	¥553,000,000.00	15.80%	¥296,000,000.00	14.40%
新三板企业	14	洛阳餐旅	¥105,032,801.74	-26.54%	(¥12,696,117.84)	
	15	百富餐饮	240,932,786	-7.23%	5,258,644	51.54%
	16	优格花园	¥111,956.11	-92.97%	(¥3,105,382.83)	67.40%
	17	红鼎豆捞	¥135,206,666.25	-4.37%	¥5,184,442.09	562.27%
	18	华鼎团膳	¥449,807,127.76	22.13%	¥30,465,975.58	16.84%
	19	伊秀股份	¥120,186,792.31	-12.36%	¥2,229,742.38	47.74%
	20	新五心	¥67,790,818.61	1.18%	¥2,669,882.31	
	21	小尾羊	¥258,943,562.32	6.98%	¥15,306,311.71	8.73%
	22	幸运时间	¥19,545,122.86	-14.51%	(¥1,080,393.37)	-878.32%
	23	小六饮食	364,564,470	17.85%	¥10,461,664.00	-32.91%
	24	新丰小吃	¥189,731,832.70	13.51%	¥9,479,733.17	-10.84%
	25	紫罗兰	¥36,699,115.85	-23.77%	(¥307,296.14)	-138.66%
	26	望湘园	¥766,487,789.39	-14.99%	(¥39,891,663.61)	-338.66%
	27	蓝鼎饮食	¥61,895,700.13	13.87%	¥778,683.32	-56.33%

数据来源: 各企业 2019 财年企业年报

二、主板企业³

(一) 全聚德

1、2019 年企业年报

公司 2019 年度营业收入为 156,631.89 万元，利润总额为 7,032.63 万元，归属于上市公司股东的净利润为 4,462.79 万元，基本每股收益为 0.1447 元，加权平均净资产收益率为 3.00%，公司餐饮业务全年接待宾客 658.92 万人次。受餐饮行业，尤其是中式正餐竞争加剧影响，公司年度接待人次同比减少，导致公司 2019 年度营业收入和利润水平同比出现下滑。报告期内，公司新开直营门店 5 家，分别是全聚德大兴国际机场店、湘潭店、长春店、成都店及长春四川饭店；新开特许加盟门店 2 家，分别是丰泽园工体店、丰泽园南礼士路店；截至 2019 年 12 月 31 日，公司餐饮门店共计 118 家，包括直营门店 48 家，加盟门店 70 家（含海外特许加盟开业门店 7 家），食品加工企业 2 家。

2、2020 年上半年企业年报

2020 年上半年，公司实现营业收入 31,260.92 万元，归属于上市公司股东的净利润为 -14,842.67 万元，基本每股收益为 -0.4812 元，加权平均净资产收益率为 -10.42%。公司主营业务为餐饮服务及食品加工、销售业务，旗下拥有“全聚德”、“仿膳”、“丰泽园”、“四川饭店”等品牌。报告期末在北京、上海、杭州、长春等地拥有餐饮门店共计 117 家，其中全聚德品牌门店 109 家，仿膳品牌门店 1 家，丰泽园品牌门店 5 家，四川饭店品牌门店 2 家，已形成了以全聚德品牌为龙头，多品牌协同发展的态势。食品加工、销售业务主要为鸭坯及其它产品的研发、生产与销售。目前已形成以真空包装原味烤鸭、入味烤鸭等为代表的预包装产品，以鸭休闲零食产品、鸭肉酥、蛋黄酥等为特色的即食休闲类产品以及日常主食等系列产品。

(二) 西安饮食

1、2019 年企业年报

2019 年公司实现营业收入 500,457,531.65 元，同比增长 0.89%；归属于上市公司股东的净利润 -47,150,837.67 元，同比下降 597.91%；扣非后归属于上市公司股东的净利润 -49,389,152.32 元，同比下降 304.81%；按公司期末总股本计算，基本每股收益 -0.0945 元，同比下降 597.37%；总资产 1,103,595,553.38 元，较年初减少 13.33%。

报告期内，公司从事的主要业务未发生重大变化。公司拥有西安饭庄、同盛祥饭庄、老孙家饭庄、德发长酒店、西安烤鸭店、春发生饭店、永宁国际美术馆、大香港酒楼、常宁宫会议培训中心、大业食品公司等 15 家分公司、15 家子公司，诸多家经营网点，且多为具有百年历史的老店、老店、名店、特色店和“中华老字号”，已成为陕西省和西安市最具代表性的对外接待“窗口”。公司主要经营上述分（子）公司供应的凉菜、热菜、面

³ 资料来源于企业对外公布的 2019 年企业年报和 2020 年上半年企业半年报。

食、牛羊肉泡馍、葫芦头泡馍、水饺、烤鸭、汤羹等陕西风味特色菜肴、小吃、清真食品，以及粤菜等。经营模式为菜品的原辅材料采购、粗加工、炉灶加工、餐厅服务、顾客消费等餐饮服务和饮食供应模式。

2、2020 年上半年企业年报

报告期内，公司现拥有 16 家分公司、16 家子公司，所属西安 饭庄、老孙家、白云章、德发长、同盛祥、西安烤鸭店、东亚饭店、春发生、桃李村、五一饭店、聚丰园等 11 家特色品牌名 店均为国家商务部认定的“中华老字号”。

报告期内，公司外卖上线门店 28 家，实现外卖收入 1817 万元，较去年同期增长 44.46%。受疫情影响，营业收入 1.29 亿元，同比下降 50.76%。

（三）广州酒家

1、2019 年企业年报

报告期内，公司营业收入 30.29 亿元，同比增长 19.38%；归属于上市公司股东的净利润 3.84 亿元，同比增长 0.06%；每股收益 0.9508 元。其中，公司食品制造业务实现销售收入 22.91 亿元，同比增长 21.07%；餐饮业务实现销售收入 6.67 亿元，同比增长 10.95%。

广州酒家集团股份有限公司（以下称“广州酒家”或“公司”）始创于 1935 年，是深具岭南 特色的大型食品制造及餐饮服务集团，享有“食在广州第一家”的美誉。公司通过多年发展，形成了独特的“食品 + 餐饮”双主业经营模式，依托餐饮业务品牌影响力，不断将食品板块规模做大做强，已建立研发、生产、渠道等方面竞争优势。报告期内，公司食品板块主要包括月饼、速冻以及腊味、饼酥、西点等品类，在广东广州、梅州、茂名及湖南湘潭等地设有食品生产基地，拥有“广州酒家”、“利口福”、“秋之风”、“粮丰园”、“陶陶居”等多个著名品牌，旗下拥有利口福食品零售门店超 200 家（含加盟店），产品畅销各地。公司餐饮板块现有直营门店 20 家，在秉承传统粤菜精华的基础上，不断创新和发展，培育多样化菜系满足市场多元化消费需求，树立岭南饮食龙头行业地位。

2、2020 年上半年企业年报

报告期内，公司实现营业收入 9.7 亿元，同比增长 1.93%。其中，餐饮业务营业收入为 1.69 亿元，同比下降 49.83%；食品业务营业收入为 7.85 亿元，同比增长 31.72%。公司归属于上市公司股东的净利润 1,139.31 万元；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 1,604.74 万元。

（四）ST 云网

1、2019 年企业年报

报告期内，公司主营业务为餐饮团膳，经营模式主要是为项目发包方（如：企事业单位、学校、部队等）人员提供集体餐饮管理、集体餐饮服务获得业务收入。

报告期内，公司实现营业收入 9,308.37 万元，较上年同期增长 14%，主要原因系拓展

了团膳新项目；实现归属上市公司股东的净利润为 -3,574.15 万元，同比下降 545.09%，主要系公司本年根据诉讼案件计提预计负债 1,653.55 万元，而上年同期公司转让债权和核销预收会员卡增加收 3045.15 万元；归属于母公司所有者的扣除非经常性损益的净利润 -1,918.73 万元，同比亏损下降 14.36%，减亏 321.79 万元，主要系公司积极拓展团膳业务，并严格控制各项费用支出，持续优化业务流程，合理调整人员编制及薪酬，公司整体经营状况较上年同期有所好转；经营活动产生的现金流量净额为 -1,692.10 万元，同比减少 189.72%，主要系公司上年同期转让债权资产收到现金影响所致。

2、2020 年上半年企业年报

报告期内，公司实现营业收入 4,261.00 万元，较上年同期增长 7.72%；公司实现归属上市公司股东的净利润为 -396.36 万元，较上年同期亏损减少 63.17%。公司于 2020 年 5 月实施股权激励计划之授予权益事宜，摊销股份支付费用 485.93 万元，剔除股份支付费用因素影响，则公司本报告期盈利 89.57 万元。

（五）同庆楼

1、2019 企业年报

2019 年同庆楼营业收入为 14.63 亿元，同比下降 1.78%，净利润 1.98 亿元，同比下降 1.35%。

2、2020 年上半年企业年报

2020 年上半年，面对突如其来的新型冠状病毒肺炎疫情，餐饮业受到了巨大冲击。公司旗下门店于 2020 年元月底全部停业，为应对疫情，公司在做好防疫工作的前提下，创新经营方式，利用“同庆楼”中华老字号的品牌优势及多年来在餐饮服务中积累的渠道优势，通过食品加工中心（中央厨房）加大半成品、食品的研发、开辟线上商城销售渠道，努力增收节支。5 月份以来，随着国内疫情防控取得阶段性成果，各级政府大力推进企业复工复产，公司业务逐渐恢复至去年同期水平。受疫情影响，报告期内，公司整体业绩较去年同期明显下降，实现营业收入 4.71 亿元，同比下降 36.07%；实现归属于上市公司股东的净利润 7993.63 万元，同比下降 28.37%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 7020.48 万元，同比下降 27.91%。公司主要聚焦大众聚餐和宴会服务。

三、香港及海外上市公司⁴

(一) 百盛集团

1、2019 年企业年报

报告期内，经营总收益 50.26 亿元，同比增长 3.7%。经营利润为 4.74 亿元，同比增长 179.3%。母公司拥有人应占净亏损 2.22 亿元。

报告期内，录得销售所得款项总额为人民币 141.81 亿元，较去年下降 6.7%，主要由于 2019 年度关闭业绩表现欠佳的门店及同店销售下降。2019 年同店销售下降 3.9%。

2、2020 年上半年企业年报

期内经营收益总额为人民币 19.64 亿元，较去年同期的人民币 25.88 亿元减少 24.1%。期内同店销售下降 31.4%。期内销售所得款项总额（含增值税）为人民币 48.96 亿元，较去年同期下降 34.7%。期内经营利润为人民币 97.2 百万元，较去年同期的人民币 357.1 百万元减少人民币 259.9 百万元或 72.8%。期内母公司权益持有人应占亏损为人民币 189.4 百万元，而去年同期录得利润人民币 23.9 百万元。

(二) 味千中国

1、2019 年企业年报

2019 年公司营收 25.65 亿元，同比增长 7.9%；归母净利润 1.56 亿元，同比下滑 71.6%。

截至 2019 年 12 月 31 日，该集团拥有 799 家餐厅，较上年同期 766 家增加 33 家。形成遍布全国的零售网络，分部在中国逾 176 个城市及 31 个省份及直辖市。

集团营业额较去年同期上升 7.9%，经营利润率由 9.7% 下降至 4.7%，主要是由于 (1) 应用对于 2019 年 1 月 1 日起的财政年度生效的香港财务报告准则第 16 号「租赁」对费用的影响；(2) 猪肉等食材价格在二零一九年内相比于 2018 年上涨。按营业额百分比计算，食材成本由 24.6% 上升至 27.7%；人工成本由 25.6% 升至 26.5%；按照香港财务报告准则第 16 号，租金成本是 4%，经调整后的租金成本由 14.7% 下降至 14.4%；其他营运成本由 18.8% 上升至 20.9%。

2019 年，鉴于外卖需求不断增长，占餐饮业的比重持续提高。集团的外卖营业额由 2018 年底的人民币 2.11 亿元增加约 52% 至 2019 年底的人民币 3.21 亿元，外卖业务占外卖餐厅营业额比例由 2018 年的 9.5% 增加至 2019 年的 13.4%。

2、2020 年上半年企业年报

期内，营业额为人民币 6.92 亿元（二零一九年：人民币 12.24 亿元）；集团核心业务亏损达人民币 1.23 亿元（二零一九年：溢利人民币 6300 万元）；毛利率为 70.6%（二零一九年：73.1%）；公司股东应占亏损为人民币 1.09 亿元（二零一九年：溢利人民币

⁴ 资料来源于企业对外公布的 2019 年企业年报和 2020 年上半年企业半年报。

8700 万元)；截至 2020 年 6 月 30 日，餐厅总数目为 734 间。

(三) 呷哺呷哺

1、2019 年企业年报

2019 年呷哺呷哺实现收入 60.3 亿元，同比增长 27.4%；公司拥有人应占年内利润总额 2.88 亿元，同比减少 37.7%。经调整后净利润为 3.96 亿元，同比下降 16.6%。

截至 2019 年 12 月 31 日，集团新开张 189 间呷哺呷哺餐厅及 54 间凑凑餐厅。集团拥有及经营 1022 间呷哺呷哺餐厅。

2、2020 年上半年企业年报

呷哺呷哺上半年实现收入 19.22 亿元，同比减少 29.1%；税前净亏损 3.11 亿元；归属股东净亏损 2.55 亿元；经调整亏损 1.92 亿元。

上半年新开业 31 间呷哺呷哺餐厅及 5 间凑凑餐厅；截至 2020 年 6 月 30 日，公司总计 1010 间呷哺呷哺餐厅，其中 1 线城市 364 间，二线城市 405 间。总计 107 间凑凑餐厅，其中一线城市 57 间，二线城市 51 间。

(四) 国际天食

1、2019 年企业年报

截至 2019 年 12 月 31 日，年度实现收益人民币 12.29 亿元，同比下降 17.9%；毛利 8.57 亿元，同比下降 19.8%；母公司拥有人应占净亏损 1.64 亿元，同比扩大 116.32%；每股基本和摊薄亏损 7.5 分。

业绩下降主要原因为公司为优化资产结构关闭调整门店产生的关店成本和资产拨备等一次性成本 5580 万元，采则国际财务报告准则第 16 号增加租赁负债的利息支出 1140 万元以及门店同店销售下降 15% 带来的毛利减少。

2、2020 年上半年企业年报

截至 2020 年 6 月 30 日，集团收益为 2.52 亿元，相较去年同期的 6.69 亿元，减少 4.17 亿元，减幅为 62.3%。

2020 年上半年，关闭 24 家门店，退出 3 座城市，将餐厅业务聚焦在上海、香港、北京等核心城市。

2020 年上半年疫情期间，在集团控制各项成本节流的同时，同时紧抓产品的优化升级。小南国品牌新菜单在 7 月 16 日及时上线，新菜单升级更新超过 20% 的新产品。随着新菜单的推出，大陆小南国品牌的 8 月份同比销售已恢复到去年同期水平。2020 年上半年品牌商品销售对比去年同期增长 24%。

(五) 唐宫中国

1、2019 年企业年报

实现收益约 14.95 亿人民币，同比微增 0.2%；毛利 9.38 亿，同比下跌 0.3%；公司

拥有人应占年内溢利同比大跌 20.7% 至 0.91 亿。

截至 2019 年 12 月 31 日，唐宫中国共有 45 家自有餐厅、14 家特许经营餐厅以及 14 家合营餐厅，涵盖唐宫一号、唐宫小聚（需求面积：500–800 平方米、已进驻 4 家购物中心）、唐宫茶点、胡椒厨房等品牌。集团会员数同比上一年增长超过 168%。外卖收益同比 2018 年增加 18.8%，占集团整体收益的百分比从 2018 年的 5.9% 增加至 7%。

2、2020 年上半年企业年报

受疫情影响，集团于 2020 年初主动配合政府的防控工作，于 1 月底至 3 月中暂停大部分门店的堂食业务及调整部分门店的营业时间及营运模式，致客流量于各地区均显著减少，收益对比去年同期大幅下降。2020 年 1 月 1 日至 6 月 30 日期间，集团整体收益录得人民币 410.5 百万元，对比去年同期的人民币 758.8 百万元减少 45.9%。受此影响，公司拥有人于本期间应占亏损录得人民币 66.5 百万元（2019 年溢利：人民币 51.2 百万元），毛利率下降至 60.0%（2019 年：63.1%）。

（六）海底捞

1、2019 年企业年报

公司 2019 年收入达 265.56 亿元，同比增长 56.5%；归母净利润 23.45 亿元，同比增长 42.5%，实现营收、净利双增长。海底捞收入主要由海底捞餐厅经营、其他餐厅经营、外卖业务、调味品及食材销售构成。其中，海底捞餐厅经营占总收入的 96.3%，为公司主要收入来源，金额从 2018 年的 164.91 亿元大幅上升到 2019 年的 255.88 亿元，增幅 55.2%，主要归功于 2019 年新开的 308 间海底捞餐厅。

2、2020 年上半年企业年报

海底捞餐厅的经营收入为公司主要收入来源，于截至 2020 年 6 月 30 日止，六个月贡献公司总收入的比例为 93.7%。受疫情影响，营业收入从截至 2019 年 6 月 30 日止六个月的人民币 11,331.4 百万元下降到 2020 年同期的人民币 9,150.7 百万元，下降了 19.2%。海底捞餐厅的六个月期间的平均翻台率从 2019 年同期的 4.8 次/天减少到 3.3 次/天。海底捞餐厅的顾客人均消费从截至 2019 年 6 月 30 日止六个月的人民币 104.4 元上升到 2020 年同期的人民币 112.8 元。外卖业务收入从截至 2019 年 6 月 30 日止六个月的人民币 183.2 百万元上升到 2020 年同期的人民币 409.6 百万元，增长了 123.7%，主要由于外卖订单数量增加。

（七）九毛九

1、2019 年企业年报

2019 年，九毛九实现营收 26.9 亿元，同比增长 42.0%，净利润 2.2 亿元，同比增长 175%。其中餐厅经营收入贡献 90.1% 达到 24.4 亿元，外卖贡献 8% 达到 2.1 亿元。营收增长主因在于餐厅网络的大幅扩张，公司全年调整后纯净利润达到 2.17 亿元，同比上升 174.7%。

2、2020 年上半年企业年报

受疫情影响，企业收入由截至 2019 年 6 月 30 日止六个月的人民币 1,237.1 百万元下降 23.2% 至 2020 年同期的人民币 949.5 百万元，经营利润由截至 2019 年 6 月 30 日止六个月的人民币 241.4 百万元下降 96.7% 至 2020 年同期的人民币 8.1 百万元。企业自 2020 年 1 月 26 日起暂停营运所有位于中国的餐厅（包括自营及加盟餐厅），若干餐厅自 2020 年 3 月 18 日起已恢复营运，截至 2020 年 5 月 10 日，所有餐厅均已恢复营运。

（八）中国新华教育

1、2019 年企业年报

期内，新华教育总收益 5.53 亿元，增长 15.8%，主营业务收入 4.38 亿元，增长 13.4%。调整后净利润为 2.96 亿元增长 14.4%。收入增长主要因为在校学生人数和平均学费的增加。公司拥有现金及现金等价物约 14 亿元，资金储备充裕。

2、2020 年上半年企业年报

截至 2020 年 6 月 30 日，集团在校生人数约 43,923 人，其中全日制在校生人数约 39,879 人，较去年同期增加 6.4%。集团学校 2020/2021 学年获得批准的招生计划为 11,164 人（不包括继续教育课程及中等职业教育），同比增加约 7%。其中本科招生计划为 10,764 人，同比增加 19%。集团学校进一步拓展新校区建设，以增加学校容量，目前新校区均已开工建设，预计全部建成后，将至少新增 4 万名学生容量。

四、新三板企业⁵

（一）洛阳餐旅

报告期内，行业内的经营划分趋向细化，专业小而精和政府对公职人员及家庭各种宴会数量的限制等因素对餐饮行业宴会市场的影响，加之公司旗下子公司湘鄂汇、水席园、幸福礼堂、全聚德等店由于受政府基础建设的路桥建设高架立交的施工围挡，导致客人无法到店消费，对公司的经营业绩受到较大的影响。公司一方面加强与外部融资机构的紧密合作，为公司下一步发展提供资金支持；另一方面积极考察国内外餐饮行业宴会发展趋势，逐步调整、完善、整合公司婚庆及宴会市场功能，扩大服务功能范围，为下一步改善公司业绩结构做充分的准备；同时对公司未来的旅游要素业态全面发展做出充分的调研和筹划，逐步为公司旅游全产业链的发展打下基础。

报告期内，公司营业收入 10,503.28 万元，比上年同期下降 26.54 %，主要原因系一是各种宴会比去年同期减少，婚宴的桌数比去年同期也有所下降；二是餐饮行业的竞争日趋激烈，导致营业收入有所降低；三是湘鄂汇、水席园、幸福礼堂、全聚德等店因政府基础建设施工围栏直接导致本期经营营业额大幅下滑。

（二）百富餐饮

公司处于西式快餐连锁行业，主营西式快餐业务，汉堡、烤鸡、烤鸡腿鸡翅、烤肉串、炸薯条、玉米果果、蛋挞、可乐奶茶与各式冷饮热饮等。公司客户为终端消费者，集中在 10-35 岁的青少年，以学生、职业白领和年轻家庭为主。将新疆特色餐饮文化融合于西式快餐中，打造新型的、专业的国内连锁餐饮企业。公司“以直营店为主、以加盟店为辅”。

报告期内，公司实现营业收入 240,932,786.07 元，同比下降 7.23%，主要是受市政建设、棚户区改造、商圈转移等、流动人口减少等因素的影响。截至报告期末，公司扣除非经常性损益后净利润为 5,125,609.20 元，同比降低 53.32%。

（三）优格花园

公司立足于餐饮行业，专门从事第三代冰淇淋的销售及为创业投资者提供创业整体服务。公司的主要产品与服务为销售酸奶冰淇淋及其他附属产品、为创业投资者提供整套创业服务。

报告期内，公司实现营业收入 111,956.11 元，较去年降低 92.97%；营业成本 280,504.29 元，较去年同期降低 79.95%；实现净利润 -3,105,382.83 元，较去年同期增加 67.40%；公司总资产 3,429,190.55 元，较去年同期降低 60.47%。

（四）红鼎豆捞

公司采取连锁直营商业模式发展的海鲜火锅餐饮企业。在经营模式上，定位于中、高端餐饮消费人群，主要面对商务宴请、朋友聚会、小型家宴的消费群体；在产品的设计开发上，

⁵ 资源来源于各企业对外公布的 2019 年企业年报。

注重健康膳食理念，汤底“低糖、少盐、无油”，原汁原味无勾兑；在营销模式上，立足线下社交体验，结合新媒体进行线上、线下相融合的品牌推广、营销策划、会员获取；在店面发展布局上，立足湖北省武汉市，覆盖省会级城市圈为主要拓展方向；在客户开发与积累上，通过会员营销获取稳定优质客源，丰富会员消费需求的同时做好会员经济拓展。

报告期内，公司实现营业收入 135,206,666.25 元，同比下降 4.37%；营业利润为 8,511,530.16 元，同比增长 63.95%；净利润 5,184,442.09 元，同比增长 562.27%，扣除非经常性损益后的净利润计算加权平均净资产收益率 14%，基本每股收益 0.12 元；截止 2019 年 12 月 31 日公司总资产为 101,645,795.47 元，同比增长 9.98%。营业收入同比下降 617 万元，下降比率 4.37%，分析原因主要如下两方面所致：1、闭店。2019 年度关闭店面影响收入减少 1391 万元，新开店面增加收入 1007 万元，综合影响收入下降 384 万元。2、个别老店如汉街店下滑。

（五）华鼎团膳

公司为各类企业事业单位、学校、社会团体提供团体供餐、食材销售服务，服务的方式主要通过采购、生产及销售一体化。公司的商业模式的特点主要是：（1）进行中央采购和集中加工方式；（2）市场定位于各类机构团体客户。

报告期内，公司实现营业收入 44,980.71 万元，同比增长 22.13%；净利润 3,091.31 万元，同比增长 17.67%；实现归属于挂牌公司股东的净利润 3,046.60 万元，同比增长 16.84%；截止 2019 年 12 月 31 日，公司总资产为 25,031.59 万元，同比增长 31.25%；经营活动产生的现金流量净额 1,803.78 万元，筹资活动产生的现金流量净额 334.19 万元。

（六）伊秀股份

公司作为日式餐饮服务连锁企业，主要提供以伊秀寿司品牌为代表的日式料理及简餐服务。截至 2019 年末公司实现营业收入 116504554.43 元，净利润 2241415.55 元，经营活动现金流量净额 4553480.44 元，每股收益 0.11 元。营业收入同比下降比例为 7.95%。

公司顺应互联网发展趋势，通过微信平台、大众点评网扩大知名度，推出团购，闪惠、支付宝口碑、微信、美团、饿了么、百度等在线支付服务引导顾客消费，完善支付流程。与此同时，公司通过推出 CRM 会员管理系统培养大量忠实客户，通过会员系统对顾客消费行为进行分析；利用大数据对顾客进行精确定位和精准营销，发掘深层价值。

（七）新五心

公司目前主要采取以食堂经营管理、商业连锁经营、农产品加工配送为发展重点的商业模式。

报告期内，公司餐饮服务收入较 2018 年增长了 7,381,537.70 元、比较上年同期增长 16.03%，主要原因为 2019 年武汉市严格管理校园周边的食品安全，部分学校采取全员食堂就餐的封闭管理；项目的扩展，2019 年增加了京东物流园送餐项目、施耐德公司送餐项

目、中阳明公司食堂项目、承接了部分军运会送餐项目。公司商品零售收入较 2018 年减少了 45.21%，主要原因为：武汉市教育局出台《学校食品安全与营养健康管理规定》，根据第二十条要求从 2019 年 4 月 1 日起，中小学、幼儿园一般不得在校内设置小卖部、超市等食品经营场所。合同到期后，学校未与该公司续签经营合同。

（八）小尾羊

公司是餐饮行业中的火锅类餐饮企业，主营业务为餐饮经营、餐饮加盟、餐饮咨询服务及物流销售。门店拓展方面，以欢乐牧场业态为发展重点，在华北、华东区域重点布局直营店；加强了对加盟店的监督管理，对不符合公司运营规范的加盟店进行了清理和整顿，压缩了国内的加盟业务；开创了与优质加盟商、客户合作，共同投资开设公司旗下品牌餐饮店，纳入公司门店管理体系的合作店模式，逐步将重点放在输出管理、输出品牌、输出产品方面，大大降低了公司连锁经营风险。供应链方面，对供应链系统进行了升级，利用信息化手段，应用云计算、大数据、移动互联网技术，实现了餐饮线上线下一体化、精准会员营销和餐饮业务财务一体化，强化了供应链体系的监控管理，提升了供应链整体运营效率；通过建立北方区域中央厨房，实现了产品的标准化，降低了采购和生产成本。

截止 2019 年 12 月 31 日，公司资产总额 29,761.74 万元，较上年年末增加 20.47%；负债总额 16,234.08 万元，较上年末增加 28.32%；净资产总额 13,527.66 万元，较上年末增加 12.23 %。报告期内，公司实现营业收入 25894.36 万元，同比增长 6.98 %，实现净利润 1530.63 万元，同比增长 8.73 %。

（九）幸运时间

幸运时间主营业务是大中型美食广场的餐饮管理服务，主要客户是餐饮连锁品牌店（以下简称“品牌店商户”）和提供餐饮服务的小型餐饮企业或个体工商户（以下简称“档口商户”）。

2019 年公司资产总额 21,524,072.75 元，较去年同期减少 16.19%，主要原因是货币资金、应收账款、预付账款减少所致；公司负债总额 9,714,034.76 元，较去年同期下降 24.06%，主要原因是应付账款及其他应付款减少所致，公司净资产同比下降 8.38%，主要原因是未分配利润减少所致；财务状况总体变动较平衡。报告期末，公司实现营业收入 19,545,122.86 元，较去年同期下降 14.51%，主要原因是首图店的迁址，新经营场地筹备期间未经营影响了部分营收所致；经营活动产生的现金流量 -1,605,936.37 元，较去年同期下降 131.06%，主要原因是本期营业收入下降，经营流入减少所致。

（十）小六饮食

公司业务立足于餐饮行业，通过直营店为客户提供特色汤包及以家常菜为主的凉热菜，并辅以销售酒水饮品。公司的商业模式具体包括：采购模式、生产模式、研发模式、销售模式、市场推广模式和盈利模式。

报告期内，公司餐饮业务经营情况平稳。2019 年度公司新开 8 家直营店，因合同到期以及周边商圈变化，关闭 4 家门店，报告期内净增加 4 家门店。截至 2019 年 12 月 31

日，公司下辖直营门店数合计 68 家，其中西安地区 49 家，宝鸡地区 11 家，郑州地区 4 家，兰州地区 4 家。报告期内，公司实现营业收入 364,564,470.29 元，比去年同期增长 17.85%；主要是因 为公司不断拓展市场，2019 年净新增 4 家门店，营业收入稳定增长。报告期内公司扣非后净利润 10,307,930.13 元，较去年同期下降 6,240,453.39 元，主要原因为：（1）猪肉及其它肉类原材料价格上涨；（2）外卖收入增加，随之外卖平台手续费、送餐物料消耗费用增加；（3）新开设店面尚处培育期，成本费用增加。

（十一）新丰小吃

公司是以供应小笼、馄饨、粉丝汤、包子等江南经典小吃为主的中式餐饮服务连锁企业。公司采取直营和连锁加盟相结合的经营模式，通过门店直接向终端消费者提供餐饮服务。报告期内，新开业直营门店 6 家，截至 2019 年 12 月 31 日，公司已开业的直营门店 30 家。公司随着门店数量的增加，销售业绩稳步增长。2019 年度，公司实现营业收入 18,973.18 万元，同比增长 13.51%；实现净利润 947.97 万元，同比下降 10.84%。

（十二）紫罗兰

餐饮公司以中央厨房校餐及企业团餐经营为主，同时拓展外卖及团餐业务。2019 年，公司实现营业收入 3669 万元，比去年同期下降 23.77%。其中主营业务收入 3510 万元，比去年同期下降 18.72%，其他业务收入 160 万元，比去年同期下降 67.76%；主营业务成本 2312 万元，比去年同期下降 3.11%。主要原因为：（1）营业收入下降的主要原因是团膳、校餐有很多内地专业的团队进驻新疆市场，对公司的团膳和校餐业务产生冲击，加之客户群体对食材要求要求高，公司也在努力地提高专业团膳业务能力。因此造成营业收入下降。（2）2019 年公司综合毛利率为 35.47%，较上年同期下降 13.70%。主要原因为学生餐的毛利率低，属于公共教育事业，承担着更更多的社会责任。

（十二）望湘园

公司作为一家中式餐饮连锁企业，主要采用直营连锁经营的商业模式。

报告期内，公司实现营业收入为 7.66 亿元，较上期同期下降 14.99%，主要原因是策略性闭店使门店数减少，致使公司营业收入较上期同期有所下降。报告期内归属母公司的净利润 -3,989.17 万元，同比减少 338.66%，主要因为公司闭店亏损。截至 2019 年 12 月 31 日，公司品牌全国门店数共计 82 家，其中望湘园 59 家、旺池 9 家、辣些鱼 10 家、百春原 1 家、醉东 2 家、Spicymoment 1 家。各门店从区域分布来看主要集中在北上广深一线城市。

（十三）蓝鼎餐饮

公司主营业务为团膳餐饮服务，公司主要的服务对象为企业客户，为企业客户员工提供餐饮服务。2019 年度，公司实现营业收入 6189.57 万元，较上年同期增长 13.87%；归属于挂牌公司股东的净利润为 77.8 万元，同比下降 56.33%；毛利率为 11.43%，比上年同期下降 5.84 个百分点。

第四篇 2020餐饮企业家信心指数分析

中国饭店协会、新华网



一、餐饮企业家信心指数编制与计算方法

（一）信心指数编制方法

餐饮企业家信心指数是餐饮行业企业家对行业发展形势各方面进行综合判断后得出的主观评价和对未来发展的心理预期,是反映餐饮行业企业家总体信心程度及其变动的指标。与餐饮企业家信心指数相类似的行业指数报告还有企业景气指数和服务行业发展信心指数等。基于我国行业发展信心指数的编制标准,本报告所提出的餐饮企业家信心指数总指数和分指数均由“现状指数”和“预期指数”构成,反映相关行业从业者对当前的主观评价和对未来半年的心理预期,是描述当前餐饮行业发展状况,预测行业未来走势的一个先行指标。具体指标包括宏观经济环境、餐饮服务业融资环境、餐饮服务业政策环境、餐饮企业经营成本、餐饮企业盈利状况、投资意愿 6 个分指数。其中宏观经济环境、餐饮服务业融资环境、服务服务业政策环境是影响行业发展的外部环境信心要素,餐饮企业经营成本、餐饮盈利状况、投资意愿是影响行业发展的企业内部信心要素。

由此,本信心指数分立三级指标,第一级指标是餐饮行业整体乐观情况,第二级指标是外部环境信心和企业内部信心,三级指标就是上面提到的宏观经济环境、餐饮服务业融资环境、餐饮服务业政策环境、餐饮企业经营成本、餐饮企业盈利状况、投资意愿六大分指数,具体指标体系请见表 4.1。

表 4.1 餐饮企业家信心指数指标体系

一级指标	二级指标	三级指标
餐饮行业总体乐观情况	外部环境信心	宏观经济环境
		餐饮服务业融资环境
		餐饮服务业政策环境
	企业内部信心	企业经营成本
		企业盈利情况
		企业投资意愿情况

（二）信心指数计算方法

餐饮企业家信心指数取值在 0 至 200 之间,其中 0 表示非常悲观,即最没信心;200 表示非常乐观,即最有信心;当指数大于 100 时,表示餐饮企业家的信心是积极的、乐观的;当小于 100 时表示餐饮企业家的信心是消极的,是悲观的;而等于 100 则意味着餐饮企业家持一种中立的态度。

信心指数计算遵循以下步骤与方法:

- 1、通过加权平均法计算三级指标细分项的现状信心指数和未来信心指数;
- 2、通过以下公式计算三级指标的评价项目总体指数,即将现状和未来信心指数合并,评价项目总体指数 = $0.4 \times \text{现状信心指数} + 0.6 \times \text{未来信心指数}$;
- 3、结合三级指标评价项目总体指数得分和三级指标和一级指标相关系数所得的权重,

推算二级指标的现状和未来指数分值，再根据评价项目总体指数公式计算二级指标的 总体指数

4. 根据评价项目总体指数公式计算一级指标的 总体指数分值；

5. 注意：三级指标和一级指标的细分指数分值数据均为提问所得，二级指标为推算所得。

二、数据收集情况

本次调查主要以问卷调查方式对餐饮企业家进行访问，利用中国饭店协会平台手填问卷形式收集数据，调查期限为 2020 年 3 月 10 日至 2020 年 6 月 10 日。本次调查共有效访问 100 位餐饮企业中高层管理者，具有餐饮企业家身份话语权。调查餐饮企业覆盖中式正餐、西餐休闲、日本料理、火锅、团餐、快餐等多种多元业态和单业态企业；包括国有企业、外资企业和民营企业；涵盖北京、上海、广州、成都、重庆、昆明、沈阳及其他省市等地区，数据具有餐饮行业广泛性和代表性。

本问卷主要从非常乐观、比较乐观、一般、比较悲观、非常悲观五个维度衡量和评价企业家对于餐饮行业发展的信心程度。

三、信心指数整体分析

餐饮企业家对行业发展抱比较乐观态度，但与往年数据相比信心指数明显有所回落。餐饮行业总体乐观情况指数（一级指标）得分为 153.8 分，处于比较乐观区域。受访者对餐饮行业未来的信心指数得分为 154.6 分，对于现状的信心指数得分为 152.6 分。受国内外经济形势的影响，对比近五年数据，餐饮企业家对餐饮行业发展的总体乐观态度（无论是现状还是未来）比 2018 年和 2019 年的低，但是却高于 2016 年以及 2017 年的信心指数。相较 2019 年有较大程度回落，总体信心指数下降了 11.86%，现状信心指数下降了 12.65%，未来信心指数下降了 11.30%。总体信心指数比 2018 年仅降低了 3.27%。

具体见表 4.2、表 4.3 及表 4.4。

表 4.2 一级指标指数分值（N=100）

指标名称	评价项目总体指标	评价项目现状信心指数	评价项目未来信心指数
餐饮行业总体乐观情况 -2020	153.8	152.6	154.6
餐饮行业总体乐观情况 -2019	174.5	174.7	174.3
餐饮行业总体乐观情况 -2018	159.0	157.8	159.7
餐饮行业总体乐观情况 -2017	151.3	150.0	152.2
餐饮行业总体乐观情况 -2016	118.3	118.6	118.1

表 4.3 二级指标指数分值 (N=100)

指标名称	评价项目总体指标	评价项目现状信心指数	评价项目未来信心指数
外部环境信心 -2020	160.1	158.7	161.1
外部环境信心 -2019	177.3	178.5	176.6
外部环境信心 -2018	159.8	159.6	160.0
外部环境信心 -2017	155.7	153.7	157.0
外部环境信心 -2016	104.7	103.7	105.3
企业内部信心 -2019	119.8	119.2	120.3
企业内部信心 -2018	158.0	156.0	159.4
企业内部信心 -2017	148.8	147.9	149.4
企业内部信心 -2016	103.7	101.5	105.2

表 4.4 三级指标指数分值 (N=100)

二级指标	三级指标	现状	未来	综合	影响权重
外部环境信心	宏观经济环境	156.0	158.9	157.7	23.4%
	餐饮服务业融资环境	153.4	156.3	155.1	14.7%
	餐饮服务业政策环境	169.2	170.0	169.7	13.5%
企业内部信心	企业经营成本	147.3	144.4	145.6	8.2%
	企业盈利情况	138.3	142.3	140.7	19.6%
	企业投资意愿情况	152.9	154.0	153.6	20.6%

第五篇 优秀企业案例

中国饭店协会、新华网



一、广州酒家集团餐饮管理有限公司——“堂食 + 外卖 + 新零售”三位一体

（一）“餐饮 + 食品”双轮驱动

广州酒家“餐饮 + 食品”双轮驱动模式在新冠疫情爆发后显示出强大的威力。广州酒家对双轮驱动内部定义是餐饮立品牌、食品创规模。尽管受疫情的影响，广州酒家一季度仍然取得了 0.57% 的增长。2020 年一季度广州酒家的速冻食品零售有 2 亿多，同比增长了近 50%。2020 年上半年，公司实现营业收入 9.7 亿元，同比增长 1.93%。其中，餐饮业务营业收入为 1.69 亿元，同比下降 49.83%；食品业务营业收入为 7.85 亿元，同比增长 31.72%。疫情影响下，餐饮的下滑很厉害。但由于食品的大幅增长，广州酒家仍然取得增长，这是双轮驱动所达到的效果。

（二）全面转型新零售

在疫情影响下，广州酒家也面临到店客源大幅减少的困境。面对困难，广州酒家及时采取措施全面转型新零售。

首先，广州酒家全面开启外卖业务。餐饮业面临的一个很重要的问题是人均劳效低。广州酒家认为外卖是推进餐饮零售化和提升人均劳效的重要途径。张清宇谈到，疫情给广州酒家的外卖带来了额外的增长。在疫情以前广州酒家一直在推外卖，但是一直没有形成一个引爆点。疫情反而促使广州酒家的外卖业务发生翻天覆地的改变。和疫情前相比，疫情后广州酒家的外卖增长了几倍。广州酒家所有店的外卖加在一起，相当于又开了一家店。这相当于广州酒家在没有增加任何的租金成本和固定资产的投入，没有进行装修，也没有多用人的情况下多开拓出大量生意。广州酒家外卖在不断增长的同时，也在不断迭代，比如说送外卖的餐具半年改版了 5 次，产品的结构每个月都要调整，以适应客户新的变化和需要。

其次，开展半食材化的零售业务。广州酒家认为，做成半成品再零售，这样才能够保证广州酒家出品的品质。为了做好半成品，广州酒家加大了对粤菜快手菜的研发。快手菜本身并不稀奇，在十几年前甚至二十几年前，川菜已经出了很多的快手菜，像鱼香肉丝、宫保鸡丁等等。但是粤菜的快手菜比较难研发，因为粤菜本身讲的是新鲜度、口味，所以在这方面广州酒家下了比较大的功夫。现在消费者可以在广州酒家的天猫旗舰店上买到粤菜风味的糯米饭、炒饭等半成品，这些速冻食品加热就可以吃。

（三）堂食、外卖、新零售互动发展

在往全面零售转型的过程中，广州酒家坚持餐饮零售化绝不是去堂食化。食品的发展是离不开餐饮的带动，餐饮零售化要充分发挥餐饮在菜式研发上的优势。广州酒家对零售半成品研发流程是：从餐饮门店中提炼出客户反应比较好的、又容易进行工厂化的、容易操作的菜式，把它提交给中央厨房，由中央厨房对这些菜进行工业化的研究。研究好了

以后觉得可以实施的时候，再交给食品厂去生产，最后才推向整个大众消费者。

餐饮门店是客户的体验中心，广州酒家强调堂食的重要性，通过堂食客户可以给菜品很多正向的反馈。另外餐饮门店也是广州酒家商品的销售中心。广州酒家希望客户在餐厅内消费后，可以顺带买一些商品回家去吃。另外，经营好堂食，有助于在顾客心中树立起食在广州酒家的品牌形象，可强化广州酒家在客户头脑中的地位。这样，顾客在不能到店的情况下，才会拿起手机去搜索广州酒家，或者说去买广州酒家的商品。

二、古南都集团——坚持道路自信

（一）提前启动社区营销计划

疫情下，古南都提前启动社区营销计划，集团上下不分岗位人人争当社区群主，先后共建立 260 个古南都社区专属群，利用集团品牌号召力、食品加工厂和机械化的中央厨房优势，以及各餐饮企业厨房的生产能力，为广大市民提供无接触送餐服务。疫情高峰期，不仅做到营收没有下降，还得到了社会的广泛好评。

（二）开展经营转向

面对疫情，古南都在最短的时间内及时开展经营转向。古南都利用街边店、民生产品、质量上乘、品牌优势等，把企业一楼门面迅速改成超市经营，转行开展外卖工作，将春节备货转产成品和半成品向市场出售，这既服务了市民，又让自身的节日储备得以迅速消化。与此同时，古南都外卖和小区配送基本上弥补了疫情期间堂食营收减少的金额，克服了疫情带来的减收困难。古南都已形成了“堂食 + 外卖 + 线上云餐厅”的模式，并取得了积极效果。一至四月份，餐饮及食品加工企业同比去年营收下降控制在 10% 以内。

（三）坚持高质量发展

古南都是拥有多家百年老字号的企业，通过疫情考验，古南都更坚信，坚持老字号的发展方向，坚持民生产品，坚持质量优先，坚持品牌策略，坚持责任担当，把做强企业放在做大企业之前考虑至关重要。疫情让市场对各类产品的品质要求更加严苛。后疫情时代，古南都将充分发挥品种优势、质量优势、品牌优势、价格优势，令更多消费者吃的安全、吃的放心。疫情期间，古南都利用外卖，线上服务帮助企业收入，从中也获得了一些经验。古南都打算深耕这些市场，要求企业在恢复了堂食以后，要对入店客人开展外带推销、建设外卖条件、并要求各企业设立云餐厅。

三、北京华天饮食集团公司——依托品类创新与渠道创新转危为机

疫情期间，去哪儿就餐成了困扰不少人的难题。为了解决消费者这个难题，北京华天饮食集团旗下同和居、同春园、地安门马凯餐厅、惠丰饺子楼等餐厅纷纷将店里的特色菜品制成半成品售卖。不用洗、不用择、直接下锅，省时省力还好吃的这些半成品菜，在疫情期间成为宅在家里的人们追捧的爆品。而北京华天饮食集团通过创新品类，推出半成品菜和研发益于提高免疫力的健康菜品，以及将服务重点从堂食转向外摆售卖、远程点餐、堂食外送、网络外卖、团体健康套餐等多种形式，开拓业务。在餐饮业受疫情影响普遍遭遇重大损失的情况下，北京华天科学应对，一方面用好政府扶持政策，一方面快速有效调整经营策略、找到好的业务发展方向，实现了整体营收同比降幅的逐渐收窄，经营状况持续回暖。具体做法如下：

（一）疫情期间“不关店、不断货、不涨价”

北京华天饮食集团公司是以餐饮为主营业态的大型商业服务企业。营业收入主要以店内堂食为主，占比在 80% 以上，外卖销售占 10%—15% 左右。受新冠病毒疫情的影响，北京华天饮食集团经营收入同比明显下降，最高降幅超过 60%。

疫情发生后，北京华天饮食集团迅速响应，将疫情防控落实抓细。从防疫战正式打响的那一刻起，北京华天就迅速响应政府号召，积极应对，1 月 20 日开始部署相关工作，第一时间成立了新冠病毒疫情应对处置工作领导小组，1 月 22 日制定出台相关的防疫措施和意见，并对员工进行培训。在防控预案的基础上，北京华天多次向集团所属企业下发加强防控工作的通知，形成每日报送防控情况的制度，同时集团公司主要领导及各业务负责人加大一线检查频次，确保每项措施落实到位。从原材料到菜品，从环境到器具，从人员到设备设施，通过每一个细节，让顾客放心、安心。

疫情发生后，在严格防控疫情的同时，北京华天饮食集团坚持“不关店、不断货、不涨价”，90% 以上的直属门店一直在营业，并要求加盟门店在确保疫情防护到位的前提下，能开尽开。2 月 19 日起，华天集团北京地区近 100 家直属门店实现 100% 营业。加盟门店在确保疫情防护到位的前提下、能开尽开，保障餐饮供应，服务城市正常运转，彰显国企责任担当。

（二）防控疫情服务民生两手抓两手硬

疫情对餐饮市场最大的影响是，顾客不敢出来消费了，餐饮门店客流中断。但待在家的人，同样有迫切的餐饮需求。既要防控疫情，又要保障民生，北京华天集团通过创新经营，优化服务，两手抓两手硬。

首先，北京华天集团利用新技术手段实现企业高效运转。企业通过集团公司大数据系统进行精准营销和管理；通过开通视频会议、建立周例会制度等多种方式，确保集团及所属企业各项工作及时推进。

其次，创新经营，优化服务。北京华天饮食集团将服务重点从堂食转向外摆售卖、远程点餐、堂食外送、网络外卖、团体健康套餐等多种形式，引导市民响应政府号召在家就餐，减少外出频次，降低感染几率。北京华天集团还特邀营养专家和烹饪大师，研发益于提高免疫力的健康菜品，为复工企事业单位供应放心工作餐。集团旗下同和居、同春园等不少老字号门店在外卖包装中附有安心卡片，注明厨师、装餐人及配送骑手信息和体温，让消费者放心消费；北京华天还开通远程预点餐，减少人群聚集，用技术手段开辟新经营方式；适应居家饮食需求，加大半成品菜等的线上、线下双渠道供应；与广安控股携手，为社区居民供应主食面点、半成品菜等饮食生活必须品。

为了保障市民饮食供应，北京华天加入首都商业保供大军。北京华天集团通过设置外摆便民菜摊、蔬菜线上外卖等多种形式，助力首都蔬菜供应。

另外，北京华天大力应用新技术，开拓新渠道。为了保障消费者的安全，北京华天集团大力推行“无接触餐厅”，实体门店内全面普及扫码点餐扫码支付，有条件的门店实行无人款台、无人点餐。北京华天集团还积极拓展网上销售渠道，微信远程预点餐、附近门店功能已经上线，电子商城、微信小程序等线上渠道将陆续上线。

（三）推动企业加速转型升级

此次疫情给餐饮行业带来巨大损失。但北京华天集团相关人士认为，这次疫情其实也是给当下的餐饮行业带来反思的机会。疫情之下，餐饮企业如何反应，如何快速对业务进行调整，如何做好员工的防护和管理工作，这些看似突如其来的挑战其实考验的是企业的内功，同时也可以给企业反思的时间，总结在日常经营中的不足。从这个角度来讲，疫情也是促使企业快速转型升级、改革创新的机会。

疫情促使企业反思。北京华天集团认为，疫情过后消费者对食品安全、健康菜品等会有更高的要求，可能会形成分餐制的新中餐消费习惯。华天将继续践行“放心”理念，不断提升食品安全管理水平，为消费者提供更安全、健康的菜品；推广“公筷”“公勺”、服务并引导消费者分餐习惯。

疫情期间，有不少消费者培养了线上消费习惯。鉴于此，北京华天将不断拓展线上销售渠道。目前，北京华天饮食集团正在大力推行“无接触餐厅”，实体门店内全面普及扫码点餐扫码支付，有条件的门店实行无人款台、无人点餐。同时，华天集团在积极拓展网上销售渠道，电子商城、微信小程序等线上渠道近期将陆续上线。

北京华天集团始终坚持“以客户为中心，诚信第一，放心安全”的经营理念，食品安全管控工作贯穿华天集团及旗下各品牌餐饮企业生产经营的全过程。集团不仅有比较完备的质量安全管理规范体系，建设了内部三级监督检查体系，还积极建设第三方监督体系，与中国检验认证集团确立了食品安全战略合作关系，率先引入“百合花”全国餐饮清洁卫生安全示范工程，对所属餐饮企业的后厨实行了标准化和精细化管理。北京华天集团还与第三方专业公司合作，引入“神秘顾客”监督检查体系。由第三方公司对所属庆丰包子铺、

二友居、同和居等品牌进行“背靠背”方式的暗查，从消费者的角度提出整改意见，使服务质量、菜品质量得到了明显改善。

近年来，华天集团在餐饮老字号中率先完成直属门店的“明厨亮灶”工程、“阳光餐饮工程”，近期，华天还以同兴成为载体，着力打造华天集团采购供应链，着手产业链、价值链总体布局，从源头把控食品安全。

为了践行“放心”理念，华天不遗余力。疫情防控的同时也非常注重食品安全管理。对于适当消毒、员工身体健康管理等有利于为消费者提供更安全、健康菜品，更放心就餐环境的措施，北京华天集团在疫情结束后会内化为企业管理制度并不断完善、提高，长期推行。

四、丰收日集团——拥抱新技术拓展新空间

随着防控疫情形势的好转，上海复工复产逐渐好转。三月初，上海要求有条件的餐饮门店开放堂食业务，丰收日根据要求逐步恢复店面堂食。在这场疫情中，尽管很多餐饮企业堂食营收损失很大，但“宅配到家”即食餐品需求的增长，也让丰收日看到新的业务发展方向。丰收日提出，疫情结束后，要把以前规划的“丰收日供应链产业园区”项目尽快上马实施。这个项目建成后，有能力实现“包装食品、即食便当、半成品等”的“产、销、存、转”一体化运转，将有效帮助丰收日集团更广泛地深入 To B 和 To C 端的市场。

（一）疫情带来的影响

疫情让企业遭遇重大损失。丰收日（集团）股份有限公司，成立于 2001 年，是全国著名的餐饮服务集团，集团旗下 18 个品牌运营着超过 100 家门店。集团所有收入来自于门店堂食和外卖业务。新冠病毒肺炎疫情的爆发给丰收日带来重大损失。疫情爆发后，丰收日旗下 100 多家门店为满足部分未退订消费者的用餐需求，做好各项防护措施，坚持保质保量地完成了除夕年夜饭工作。之后，丰收日陆续暂停营业 80 多家店面，开业的店面基本少有堂食客人，均以外卖业务为主。2 月份，丰收日全部门店暂停堂食业务，外卖业务也是按行政区域开放。受此次疫情影响，截至 2020 年 2 月 29 日，集团营业收入损失保守估计约 2.2 亿元。

为了应对春节假期的用餐高峰，按惯例丰收日会提前准备春节期间使用的原材料，根据原料不同，要求供应商在除夕前三至四天送到物流配送中心或门店。受疫情影响很多消费者取消了春节期间的预订，加之店面的陆续停业，店面采购入库的原材料无法消耗。丰收日是以经营海鲜为主的特色餐厅，大部分为鲜活海鲜原料，不易长时间保存。虽集团在除夕夜召开紧急会议，对部分贵重原材料的保存与消化提出了多形式、多渠道、多方案的措施，但受疫情影响，集团原材料损失仍有约 2800 万元。

（二）创新举措

三月初，上海要求有条件的餐饮门店开放堂食业务。丰收日根据要求逐步恢复店面堂食。但餐饮消费市场的恢复有个过程，开始，丰收日的门店以线上外卖为主，其后又先后调整数次外卖产品以满足市场需要。同时，在严格做好门店消毒和员工防疫管控的前提下，逐步开放了门店包房用餐。

此次新冠病毒肺炎疫情，加速了国民对于“线上外卖”、“一人食便当”的熟悉过程，各方面的物流配送能力也得到了考验。丰收日预计，随着社会的发展和消费观念的改变，“宅配到家”的即食餐品将有很大的发展空间。为了抓住这一发展机会，丰收日集团表示，要把规划位于上海的“丰收日供应链产业园区”项目，在疫情结束后尽快上马实施。这个项目建成后，将有能力实现“包装食品、即食便当、半成品等”的“产、销、存、转”一体化运转，将有效帮助丰收日集团更广泛地深入 To B 和 To C 端的市场。

（三）启示

新的科技手段、推广方式等在这次疫情当中充分展现了其远超预期的优势。在扎扎实实做好产品的同时，应该更多的、更深入地介入新科技、新平台、新消费的研发和设计当中。这一方面能更好地满足消费者的需求、另一方面也需要为餐饮行业争取更大的话语权。疫情过后，相关新科技、新渠道、新平台的标准制也将更为重要。

五、山东凯瑞商业集团——实现餐饮智能化

今年，随着新冠肺炎疫情的到来，“无接触外卖”“无接触服务”“无接触餐饮”成为餐饮行业及社会关注的热词。与此同时，疫情也将食品安全在消费者心目中的重视程度再一次提高到一个全新的高度。面对全社会共同关注的热点，和亟待升级的餐饮供应链体系，“餐饮智能化”成为促进行业升级的突破口。

（一）成为先行者

凯瑞是“餐饮智能化”的先行者。凯瑞2016年推出了全新智能化餐厅品牌——味想家，开创了国内智能餐厅的先河。“味想家”第一家体验店坐落在济南城市第一高绿地中心，全新的物联网体系，智能化点单模式，高效的机械化产品加工，智能炒锅的应用代替了人工操作，既解决了日益增长的人力成本，又保证了菜品风味的稳定如一，还为顾客带来了前所未有的全新就餐体验。

（二）推出智能餐厅品牌

疫情爆发后，凯瑞顺应疫情防控带来的新形势，在积极自救的同时，将国内首个机器人炒菜的智能餐厅品牌“味想家”，作为在疫情期间的重点发展项目，加大技术升级研发投入，将智能炒锅升级到4.0版本。升级后的机器人炒锅，仿人体力学操作，更加智能、高效，更便于在不同餐饮场景当中的应用。凯瑞还将升级后的“味想家”品牌进行快速复制，从高速服务区到写字楼宇的白领食堂都能见到味想家智能餐厅的影子。

（三）将智能化作为发展重要方向

智慧化是餐饮业高质量发展的重要方向，是降低成本、提升服务的有效手段，互联网、大数据、人工智能等新兴手段正赋能餐饮业。餐饮住宿行业作为高度市场化的行业，作为重要的民生行业，在疫情期间虽让其发展暂时受挫，但行业长期发展向好的趋势并不会改变。尤其是疫情期间，促进了餐饮智能化的深度发展与应用，为餐饮行业三高一低及食品安全等痛点问题提供了一个有效的解决方案，为推动今后中国餐饮供应链的发展开辟了一条高效、可行的道路。

附件

中共中央 国务院关于营造更好发展环境支持民营企业改革发展的意见

(2019年12月4日)

改革开放40多年来,民营企业在推动发展、促进创新、增加就业、改善民生和扩大开放等方面发挥了不可替代的作用。民营经济已经成为我国公有制为主体多种所有制经济共同发展的重要组成部分。为进一步激发民营企业活力和创造力,充分发挥民营经济在推进供给侧结构性改革、推动高质量发展、建设现代化经济体系中的重要作用,现就营造更好发展环境支持民营企业改革发展提出如下意见。

一、总体要求

(一)指导思想。以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,全面贯彻党的十九大和十九届二中、三中、四中全会精神,深入落实习近平总书记在民营企业座谈会上的重要讲话精神,坚持和完善社会主义基本经济制度,坚持“两个毫不动摇”,坚持新发展理念,坚持以供给侧结构性改革为主线,营造市场化、法治化、国际化营商环境,保障民营企业依法平等使用资源要素、公开公平公正参与竞争、同等受到法律保护,推动民营企业改革创新、转型升级、健康发展,让民营经济创新源泉充分涌流,让民营企业创造活力充分迸发,为实现“两个一百年”奋斗目标和中华民族伟大复兴的中国梦作出更大贡献。

(二)基本原则。坚持公平竞争,对各类市场主体一视同仁,营造公平竞争的市场环境、政策环境、法治环境,确保权利平等、机会平等、规则平等;遵循市场规律,处理好政府与市场的关系,强化竞争政策的基础性地位,注重采用市场化手段,通过市场竞争实现企业优胜劣汰和资源优化配置,促进市场秩序规范;支持改革创新,鼓励和引导民营企业加快转型升级,深化供给侧结构性改革,不断提升技术创新能力和核心竞争力;加强法治保障,依法保护民营企业和企业家的合法权益,推动民营企业筑牢守法合规经营底线。

二、优化公平竞争的市场环境

(三)进一步放开民营企业市场准入。深化“放管服”改革,进一步精简市场准入行政审批事项,不得额外对民营企业设置准入条件。全面落实放宽民营企业市场准入的政策措施,持续跟踪、定期评估市场准入有关政策落实情况,全面排查、系统清理各类显性和隐性壁垒。在电力、电信、铁路、石油、天然气等重点行业和领域,放开竞争性业务,进一步引入市场竞争机制。支持民营企业以参股形式开展基础电信运营业务,以控股或参股形式开展发电配电售电业务。支持民营企业进入油气勘探开发、炼化和销售领域,建设原油、天然气、成品油储运和管道输送等基础设施。支持符合条件的企业参与原油进口、成品油出口。在基础设施、社会事业、金融服务业等领域大幅放宽市场准入。上述行业、领域相关职能部门要研究制定民营企业分行业、分领域、分业务市场准入具体路径和办法,明确

路线图和 timetable。

(四) 实施公平统一的市场监管制度。进一步规范失信联合惩戒对象纳入标准和程序, 建立完善信用修复机制和异议制度, 规范信用核查和联合惩戒。加强优化营商环境涉及的法规规章备案审查。深入推进部门联合“双随机、一公开”监管, 推行信用监管和“互联网+监管”改革。细化明确行政执法程序, 规范执法自由裁量权, 严格规范公正文明执法。完善垄断性中介管理制度, 清理强制性重复鉴定评估。深化要素市场化配置体制机制改革, 健全市场化要素价格形成和传导机制, 保障民营企业平等获得资源要素。

(五) 强化公平竞争审查制度刚性约束。坚持存量清理和增量审查并重, 持续清理和废除妨碍统一市场和公平竞争的各种规定和做法, 加快清理与企业性质挂钩的行业准入、资质标准、产业补贴等规定和做法。推进产业政策由差异化、选择性向普惠化、功能性转变。严格审查新出台的政策措施, 建立规范流程, 引入第三方开展评估审查。建立面向各类市场主体的有违公平竞争问题的投诉举报和处理回应机制并及时向社会公布处理情况。

(六) 破除招投标隐性壁垒。对具备相应资质条件的企业, 不得设置与业务能力无关的企业规模门槛和明显超过招标项目要求的业绩门槛等。完善招投标程序监督与信息公示制度, 对依法依规完成的招标, 不得以中标企业性质为由对招标责任人进行追责。

三、完善精准有效的政策环境

(七) 进一步减轻企业税费负担。切实落实更大规模减税降费, 实施好降低增值税税率、扩大享受税收优惠小微企业范围、加大研发费用加计扣除力度、降低社保费率等政策, 实质性降低企业负担。建立完善监督检查清单制度, 落实涉企收费清单制度, 清理违规涉企收费、摊派事项和各类评比达标活动, 加大力度清理整治第三方截留减税降费红利等行为, 进一步畅通减税降费政策传导机制, 切实降低民营企业成本费用。既要以最严格的标准防范逃避税, 又要避免因不当征税影响企业正常运行。

(八) 健全银行业金融机构服务民营企业体系。进一步提高金融结构与经济结构匹配度, 支持发展以中小微民营企业为主要服务对象的中小金融机构。深化联合授信试点, 鼓励银行与民营企业构建中长期银企关系。健全授信尽职免责机制, 在内部绩效考核制度中落实对小微企业贷款不良容忍的监管政策。强化考核激励, 合理增加信用贷款, 鼓励银行提前主动对接企业续贷需求, 进一步降低民营和小微企业综合融资成本。

(九) 完善民营企业直接融资支持制度。完善股票发行和再融资制度, 提高民营企业首发上市和再融资审核效率。积极鼓励符合条件的民营企业在科创板上市。深化创业板、新三板改革, 服务民营企业持续发展。支持服务民营企业的区域性股权市场建设。支持民营企业发行债券, 降低可转债发行门槛。在依法合规的前提下, 支持资管产品和保险资金通过投资私募股权基金等方式积极参与民营企业纾困。鼓励通过债务重组等方式合力化解股票质押风险。积极吸引社会力量参与民营企业债转股。

(十) 健全民营企业融资增信支持体系。推进依托供应链的票据、订单等动产质押融资, 鼓励第三方建立供应链综合服务平台。民营企业、中小企业以应收账款申请担保融资的,

国家机关、事业单位和大型企业等应付款方应当及时确认债权债务关系。推动抵质押登记流程简化、标准化、规范化，建立统一的动产和权利担保登记公示系统。积极探索建立为优质民营企业增信的新机制，鼓励有条件的地方设立中小民营企业风险补偿基金，研究推出民营企业增信示范项目。发展民营企业债券融资支持工具，以市场化方式增信支持民营企业融资。

（十一）建立清理和防止拖欠账款长效机制。各级政府、大型国有企业要依法履行与民营企业、中小企业签订的协议和合同，不得违背民营企业、中小企业真实意愿或在约定的付款方式之外以承兑汇票等形式延长付款期限。加快及时支付款项有关立法，建立拖欠账款问题约束惩戒机制，通过审计监察和信用体系建设，提高政府部门和国有企业的拖欠失信成本，对拖欠民营企业、中小企业款项的责任人严肃问责。

四、健全平等保护的法治环境

（十二）健全执法司法对民营企业的平等保护机制。加大对民营企业的刑事保护力度，依法惩治侵犯民营企业投资者、管理者和从业人员合法权益的违法犯罪行为。提高司法审判和执行效率，防止因诉讼拖延影响企业生产经营。保障民营企业家在协助纪检监察机关审查调查时的人身和财产合法权益。健全知识产权侵权惩罚性赔偿制度，完善诉讼证据规则、证据披露以及证据妨碍排除规则。

（十三）保护民营企业和企业家人身合法财产。严格按照法定程序采取查封、扣押、冻结等措施，依法严格区分违法所得、其他涉案财产与合法财产，严格区分企业法人财产与股东个人财产，严格区分涉案人员个人财产与家庭成员财产。持续甄别纠正侵犯民营企业和企业家人身财产权的冤错案件。建立涉政府产权纠纷治理长效机制。

五、鼓励引导民营企业改革创新

（十四）引导民营企业深化改革。鼓励有条件的民营企业加快建立治理结构合理、股东行为规范、内部约束有效、运行高效灵活的现代企业制度，重视发挥公司律师和法律顾问作用。鼓励民营企业制定规范的公司章程，完善公司股东会、董事会、监事会等制度，明确各自职权及议事规则。鼓励民营企业完善内部激励约束机制，规范优化业务流程和组织结构，建立科学规范的劳动用工、收入分配制度，推动质量、品牌、财务、营销等精细化管理。

（十五）支持民营企业加强创新。鼓励民营企业独立或与有关方面联合承担国家各类科研项目，参与国家重大科学技术项目攻关，通过实施技术改造转化创新成果。各级政府组织实施科技创新、技术转化等项目时，要平等对待不同所有制企业。加快向民营企业开放国家重大科研基础设施和大型科研仪器。在标准制定、复审过程中保障民营企业平等参与。系统清理与企业性质挂钩的职称评定、奖项申报、福利保障等规定，畅通科技创新人才向民营企业流动渠道。在人才引进支持政策方面对民营企业一视同仁，支持民营企业引进海外高层次人才。

(十六) 鼓励民营企业转型升级优化重组。鼓励民营企业因地制宜聚焦主业加快转型升级。优化企业兼并重组市场环境,支持民营企业做优做强,培育更多具有全球竞争力的世界一流企业。支持民营企业参与国有企业改革。引导中小民营企业走“专精特新”发展之路。畅通市场化退出渠道,完善企业破产清算和重整等法律制度,提高注销登记便利度,进一步做好“僵尸企业”处置工作。

(十七) 完善民营企业参与国家重大战略实施机制。鼓励民营企业积极参与共建“一带一路”、京津冀协同发展、长江经济带发展、长江三角洲区域一体化发展、粤港澳大湾区建设、黄河流域生态保护和高质量发展、推进海南全面深化改革开放等重大国家战略,积极参与乡村振兴战略。在重大规划、重大项目、重大工程、重大活动中积极吸引民营企业参与。

六、促进民营企业规范健康发展

(十八) 引导民营企业聚精会神办实业。营造实干兴邦、实业报国的良好社会氛围,鼓励支持民营企业心无旁骛做实业。引导民营企业提高战略规划和执行能力,弘扬工匠精神,通过聚焦实业、做精主业不断提升企业发展质量。大力弘扬爱国敬业、遵纪守法、艰苦奋斗、创新发展、专注品质、追求卓越、诚信守约、履行责任、勇于担当、服务社会的优秀企业家精神,认真总结梳理宣传一批典型案例,发挥示范带动作用。

(十九) 推动民营企业守法合规经营。民营企业要筑牢守法合规经营底线,依法经营、依法治企、依法维权,认真履行环境保护、安全生产、职工权益保障等责任。民营企业走出去要遵法守法、合规经营,塑造良好形象。

(二十) 推动民营企业积极履行社会责任。引导民营企业重信誉、守信用、讲信义,自觉强化信用管理,及时进行信息披露。支持民营企业赴革命老区、民族地区、边疆地区、贫困地区和中西部、东北地区投资兴业,引导民营企业参与对口支援和帮扶工作。鼓励民营企业积极参与社会公益、慈善事业。

(二十一) 引导民营企业健康成长。民营企业要加强自我学习、自我教育、自我提升,珍视自身社会形象,热爱祖国、热爱人民、热爱中国共产党,把守法诚信作为安身立命之本,积极践行社会主义核心价值观。要加强对民营企业特别是年轻一代民营企业家的理想信念教育,实施年轻一代民营企业家健康成长促进计划,支持帮助民营企业家实现事业新老交接和有序传承。

七、构建亲清政商关系

(二十二) 建立规范化机制化政企沟通渠道。地方各级党政主要负责同志要采取多种方式经常听取民营企业意见和诉求,畅通企业家提出意见建议渠道。鼓励行业协会商会、人民团体在畅通民营企业与政府沟通等方面发挥建设性作用,支持优秀民营企业家在群团组织中兼职。

(二十三) 完善涉企政策制定和执行机制。制定实施涉企政策时,要充分听取相关企

业意见建议。保持政策连续性稳定性，健全涉企政策全流程评估制度，完善涉企政策调整程序，根据实际设置合理过渡期，给企业留出必要的适应调整时间。政策执行要坚持实事求是，不搞“一刀切”。

（二十四）创新民营企业服务模式。进一步提升政府服务意识和能力，鼓励各级政府编制政务服务事项清单并向社会公布。维护市场公平竞争秩序，完善陷入困境优质企业的救助机制。建立政务服务“好差评”制度。完善对民营企业全生命周期的服务模式和服务链条。

（二十五）建立政府诚信履约机制。各级政府要认真履行在招商引资、政府与社会资本合作等活动中与民营企业依法签订的各类合同。建立政府失信责任追溯和承担机制，对民营企业因国家利益、公共利益或其他法定事由需要改变政府承诺和合同约定而受到的损失，要依法予以补偿。

八、组织保障

（二十六）建立健全民营企业党建工作机制。坚持党对支持民营企业改革发展工作的领导，增强“四个意识”，坚定“四个自信”，做到“两个维护”，教育引导民营企业 and 企业家拥护党的领导，支持企业党建工作。指导民营企业设立党组织，积极探索创新党建工作方式，围绕宣传贯彻党的路线方针政策、团结凝聚职工群众、维护各方合法权益、建设先进企业文化、促进企业健康发展等工作，充分发挥党组织的战斗堡垒作用和党员的先锋模范作用，努力提升民营企业党的组织和工作覆盖质量。

（二十七）完善支持民营企业改革发展工作机制。建立支持民营企业改革发展的领导协调机制。将支持民营企业发展相关指标纳入高质量发展绩效评价体系。加强民营经济统计监测和分析工作。开展面向民营企业家的政策培训。

（二十八）健全舆论引导和示范引领工作机制。加强舆论引导，主动讲好民营企业和企业家故事，坚决抵制、及时批驳澄清质疑社会主义基本经济制度、否定民营经济的错误言论。在各类评选表彰活动中，平等对待优秀民营企业和企业家。研究支持改革发展标杆民营企业和民营经济示范城市，充分发挥示范带动作用。

各地区各部门要充分认识营造更好发展环境支持民营企业改革发展的重要性，切实把思想和行动统一到党中央、国务院的决策部署上来，加强组织领导，完善工作机制，制定具体措施，认真抓好本意见的贯彻落实。国家发展改革委要会同有关部门适时对支持民营企业改革发展的政策落实情况进行评估，重大情况及时向党中央、国务院报告。

中华人民共和国食品安全法实施条例

(2009 年 7 月 20 日中华人民共和国国务院令 第 557 号公布)

根据 2016 年 2 月 6 日《国务院关于修改部分行政法规的决定》修订 2019 年 3 月 26 日国务院第 42 次常务会议修订通过)

第一章 总 则

第一条 根据《中华人民共和国食品安全法》(以下简称食品安全法)，制定本条例。

第二条 食品生产经营者应当依照法律、法规和食品安全标准从事生产经营活动，建立健全食品安全管理制度，采取有效措施预防和控制食品安全风险，保证食品安全。

第三条 国务院食品安全委员会负责分析食品安全形势，研究部署、统筹指导食品安全工作，提出食品安全监督管理的重大政策措施，督促落实食品安全监督管理责任。县级以上地方人民政府食品安全委员会按照本级人民政府规定的职责开展工作。

第四条 县级以上人民政府建立统一权威的食品安全监督管理体制，加强食品安全监督管理能力建设。

县级以上人民政府食品安全监督管理部门和其他有关部门应当依法履行职责，加强协调配合，做好食品安全监督管理工作。

乡镇人民政府和街道办事处应当支持、协助县级人民政府食品安全监督管理部门及其派出机构依法开展食品安全监督管理工作。

第五条 国家将食品安全知识纳入国民素质教育内容，普及食品安全科学常识和法律知识，提高全社会的食品安全意识。

第二章 食品安全风险监测和评估

第六条 县级以上人民政府卫生行政部门会同同级食品安全监督管理等部门建立食品安全风险监测会商机制，汇总、分析风险监测数据，研判食品安全风险，形成食品安全风险监测分析报告，报本级人民政府；县级以上地方人民政府卫生行政部门还应当将食品安全风险监测分析报告同时报上一级人民政府卫生行政部门。食品安全风险监测会商的具体办法由国务院卫生行政部门会同国务院食品安全监督管理等部门制定。

第七条 食品安全风险监测结果表明存在食品安全隐患，食品安全监督管理等部门经进一步调查确认有必要通知相关食品生产经营者的，应当及时通知。

接到通知的食品生产经营者应当立即进行自查，发现食品不符合食品安全标准或者有证据证明可能危害人体健康的，应当依照食品安全法第六十三条的规定停止生产、经营，实施食品召回，并报告相关情况。

第八条 国务院卫生行政、食品安全监督管理等部门发现需要对农药、肥料、兽药、饲料和饲料添加剂等进行安全性评估的，应当向国务院农业行政部门提出安全性评估建议。国务院农业行政部门应当及时组织评估，并向国务院有关部门通报评估结果。

第九条 国务院食品安全监督管理部门和其他有关部门建立食品安全风险信息交流机制，明确食品安全风险信息交流的内容、程序和要求。

第三章 食品安全标准

第十条 国务院卫生行政部门会同国务院食品安全监督管理、农业行政等部门制定食品安全国家标准规划及其年度实施计划。国务院卫生行政部门应当在其网站上公布食品安全国家标准规划及其年度实施计划的草案，公开征求意见。

第十一条 省、自治区、直辖市人民政府卫生行政部门依照食品安全法第二十九条的规定制定食品安全地方标准，应当公开征求意见。省、自治区、直辖市人民政府卫生行政部门应当自食品安全地方标准公布之日起30个工作日内，将地方标准报国务院卫生行政部门备案。国务院卫生行政部门发现备案的食品安全地方标准违反法律、法规或者食品安全国家标准的，应当及时予以纠正。

食品安全地方标准依法废止的，省、自治区、直辖市人民政府卫生行政部门应当及时在其网站上公布废止情况。

第十二条 保健食品、特殊医学用途配方食品、婴幼儿配方食品等特殊食品不属于地方特色食品，不得对其制定食品安全地方标准。

第十三条 食品安全标准公布后，食品生产经营者可以在食品安全标准规定的实施日期之前实施并公开提前实施情况。

第十四条 食品生产企业不得制定低于食品安全国家标准或者地方标准要求的企标标准。食品生产企业制定食品安全指标严于食品安全国家标准或者地方标准的企业标准的，应当报省、自治区、直辖市人民政府卫生行政部门备案。

食品生产企业制定企业标准的，应当公开，供公众免费查阅。

第四章 食品生产经营

第十五条 食品生产经营许可的有效期为5年。

食品生产经营者的生产经营条件发生变化，不再符合食品生产经营要求的，食品生产经营者应当立即采取整改措施；需要重新办理许可手续的，应当依法办理。

第十六条 国务院卫生行政部门应当及时公布新的食品原料、食品添加剂新品种和食品相关产品新品种目录以及所适用的食品安全国家标准。

对按照传统既是食品又是中药材的物质目录，国务院卫生行政部门会同国务院食品安全监督管理部门应当及时更新。

第十七条 国务院食品安全监督管理部门会同国务院农业行政等有关部门明确食品安全全程追溯基本要求，指导食品生产经营者通过信息化手段建立、完善食品安全追溯体系。

食品安全监督管理等部门应当将婴幼儿配方食品等针对特定人群的食品以及其他食品安全风险较高或者销售量大的食品的追溯体系建设作为监督检查的重点。

第十八条 食品生产经营者应当建立食品安全追溯体系，依照食品安全法的规定如实记录并保存进货查验、出厂检验、食品销售等信息，保证食品可追溯。

第十九条 食品生产经营企业的主要负责人对本企业的食品安全工作全面负责，建立并落实本企业的食品安全责任制，加强供货者管理、进货查验和出厂检验、生产经营过程控制、食品安全自查等工作。食品生产经营企业的食品安全管理人员应当协助企业主要负责人做好食品安全管理工作。

第二十条 食品生产经营企业应当加强对食品安全管理人员的培训和考核。食品安全管理人员应当掌握与其岗位相适应的食品安全法律、法规、标准和专业知识，具备食品安全管理能力。食品安全监督管理部门应当对企业食品安全管理人员进行随机监督检查考核。考核指南由国务院食品安全监督管理部门制定、公布。

第二十一条 食品、食品添加剂生产经营者委托生产食品、食品添加剂的，应当委托取得食品生产许可、食品添加剂生产许可的生产者生产，并对其生产行为进行监督，对委托生产的食品、食品添加剂的安全负责。受托方应当依照法律、法规、食品安全标准以及合同约定进行生产，对生产行为负责，并接受委托方的监督。

第二十二条 食品生产经营者不得在食品生产、加工场所贮存依照本条例第六十三条规定制定的名录中的物质。

第二十三条 对食品进行辐照加工，应当遵守食品安全国家标准，并按照食品安全国家标准的要求对辐照加工食品进行检验和标注。

第二十四条 贮存、运输对温度、湿度等有特殊要求的食品，应当具备保温、冷藏或者冷冻等设备设施，并保持有效运行。

第二十五条 食品生产经营者委托贮存、运输食品的，应当对受托方的食品安全保障能力进行审核，并监督受托方按照保证食品安全的要求贮存、运输食品。受托方应当保证食品贮存、运输条件符合食品安全的要求，加强食品贮存、运输过程管理。

接受食品生产经营者委托贮存、运输食品的，应当如实记录委托方和收货方的名称、地址、联系方式等内容。记录保存期限不得少于贮存、运输结束后2年。

非食品生产经营者从事对温度、湿度等有特殊要求的食品贮存业务的，应当自取得营业执照之日起30个工作日内向所在地县级人民政府食品安全监督管理部门备案。

第二十六条 餐饮服务提供者委托餐具饮具集中消毒服务单位提供清洗消毒服务的，应当查验、留存餐具饮具集中消毒服务单位的营业执照复印件和消毒合格证明。保存期限不得少于消毒餐具饮具使用期限到期后6个月。

第二十七条 餐具饮具集中消毒服务单位应当建立餐具饮具出厂检验记录制度，如实记录出厂餐具饮具的数量、消毒日期和批号、使用期限、出厂日期以及委托方名称、地址、联系方式等内容。出厂检验记录保存期限不得少于消毒餐具饮具使用期限到期后6个月。消毒后的餐具饮具应当在独立包装上标注单位名称、地址、联系方式、消毒日期和批号以及使用期限等内容。

第二十八条 学校、托幼机构、养老机构、建筑工地等集中用餐单位的食堂应当执行原料控制、餐具饮具清洗消毒、食品留样等制度，并依照食品安全法第四十七条的规定定

期开展食堂食品安全自查。

承包经营集中用餐单位食堂的，应当依法取得食品经营许可，并对食堂的食品安全负责。集中用餐单位应当督促承包方落实食品安全管理制度，承担管理责任。

第二十九条 食品生产经营者应当对变质、超过保质期或者回收的食品进行显著标示或者单独存放在有明确标志的场所，及时采取无害化处理、销毁等措施并如实记录。

食品安全法所称回收食品，是指已经售出，因违反法律、法规、食品安全标准或者超过保质期等原因，被召回或者退回的食品，不包括依照食品安全法第六十三条第三款的规定可以继续销售的食品。

第三十条 县级以上地方人民政府根据需要建设必要的食品无害化处理和销毁设施。食品生产经营者可以按照规定使用政府建设的设施对食品进行无害化处理或者予以销毁。

第三十一条 食品集中交易市场的开办者、食品展销会的举办者应当在市场开业或者展销会举办前向所在地县级人民政府食品安全监督管理部门报告。

第三十二条 网络食品交易第三方平台提供者应当妥善保存入网食品经营者的登记信息和交易信息。县级以上人民政府食品安全监督管理部门开展食品安全监督检查、食品安全案件调查处理、食品安全事故处置确需了解有关信息的，经其负责人批准，可以要求网络食品交易第三方平台提供者提供，网络食品交易第三方平台提供者应当按照要求提供。县级以上人民政府食品安全监督管理部门及其工作人员对网络食品交易第三方平台提供者提供的信息依法负有保密义务。

第三十三条 生产经营转基因食品应当显著标示，标示办法由国务院食品安全监督管理部门会同国务院农业行政部门制定。

第三十四条 禁止利用包括会议、讲座、健康咨询在内的任何方式对食品进行虚假宣传。食品安全监督管理部门发现虚假宣传行为的，应当依法及时处理。

第三十五条 保健食品生产工艺有原料提取、纯化等前处理工序的，生产企业应当具备相应的原料前处理能力。

第三十六条 特殊医学用途配方食品生产企业应当按照食品安全国家标准规定的检验项目对出厂产品实施逐批检验。

特殊医学用途配方食品中的特定全营养配方食品应当通过医疗机构或者药品零售企业向消费者销售。医疗机构、药品零售企业销售特定全营养配方食品的，不需要取得食品经营许可，但是应当遵守食品安全法和本条例关于食品销售的规定。

第三十七条 特殊医学用途配方食品中的特定全营养配方食品广告按照处方药广告管理，其他类别的特殊医学用途配方食品广告按照非处方药广告管理。

第三十八条 对保健食品之外的其他食品，不得声称具有保健功能。

对添加食品安全国家标准规定的选择性添加物质的婴幼儿配方食品，不得以选择性添加物质命名。

第三十九条 特殊食品的标签、说明书内容应当与注册或者备案的标签、说明书一致。

销售特殊食品，应当核对食品标签、说明书内容是否与注册或者备案的标签、说明书一致，不一致的不得销售。省级以上人民政府食品安全监督管理部门应当在其网站上公布注册或者备案的特殊食品的标签、说明书。

特殊食品不得与普通食品或者药品混放销售。

第五章 食品检验

第四十条 对食品进行抽样检验，应当按照食品安全标准、注册或者备案的特殊食品的产品技术要求以及国家有关规定确定的检验项目和检验方法进行。

第四十一条 对可能掺杂掺假的食品，按照现有食品安全标准规定的检验项目和检验方法以及依照食品安全法第一百一十一条和本条例第六十三条规定制定的检验项目和检验方法无法检验的，国务院食品安全监督管理部门可以制定补充检验项目和检验方法，用于对食品的抽样检验、食品安全案件调查处理和食品安全事故处置。

第四十二条 依照食品安全法第八十八条的规定申请复检的，申请人应当向复检机构先行支付复检费用。复检结论表明食品不合格的，复检费用由复检申请人承担；复检结论表明食品合格的，复检费用由实施抽样检验的食品安全监督管理部门承担。

复检机构无正当理由不得拒绝承担复检任务。

第四十三条 任何单位和个人不得发布未依法取得资质认定的食品检验机构出具的食品检验信息，不得利用上述检验信息对食品、食品生产经营者进行等级评定，欺骗、误导消费者。

第六章 食品进出口

第四十四条 进口商进口食品、食品添加剂，应当按照规定向出入境检验检疫机构报检，如实申报产品相关信息，并随附法律、行政法规规定的合格证明材料。

第四十五条 进口食品运达口岸后，应当存放在出入境检验检疫机构指定或者认可的场所；需要移动的，应当按照出入境检验检疫机构的要求采取必要的安全防护措施。大宗散装进口食品应当在卸货口岸进行检验。

第四十六条 国家出入境检验检疫部门根据风险管理需要，可以对部分食品实行指定口岸进口。

第四十七条 国务院卫生行政部门依照食品安全法第九十三条的规定对境外出口商、境外生产企业或者其委托的进口商提交的相关国家（地区）标准或者国际标准进行审查，认为符合食品安全要求的，决定暂予适用并予以公布；暂予适用的标准公布前，不得进口尚无食品安全国家标准食品。

食品安全国家标准中通用标准已经涵盖的食品不属于食品安全法第九十三条规定的尚无食品安全国家标准食品。

第四十八条 进口商应当建立境外出口商、境外生产企业审核制度，重点审核境外出口商、境外生产企业制定和执行食品安全风险控制措施的情况以及向我国出口的食品是否符合食品安全法、本条例和其他有关法律、行政法规的规定以及食品安全国家标准的要求。

第四十九条 进口商依照食品安全法第九十四条第三款的规定召回进口食品的，应当将食品召回和处理情况向所在地县级人民政府食品安全监督管理部门和所在地出入境检验检疫机构报告。

第五十条 国家出入境检验检疫部门发现已经注册的境外食品生产企业不再符合注册要求的，应当责令其在规定期限内整改，整改期间暂停进口其生产的食品；经整改仍不符合注册要求的，国家出入境检验检疫部门应当撤销境外食品生产企业注册并公告。

第五十一条 对通过我国良好生产规范、危害分析与关键控制点体系认证的境外生产企业，认证机构应当依法实施跟踪调查。对不再符合认证要求的企业，认证机构应当依法撤销认证并向社会公布。

第五十二条 境外发生的食品安全事件可能对我国境内造成影响，或者在进口食品、食品添加剂、食品相关产品中发现严重食品安全问题的，国家出入境检验检疫部门应当及时进行风险预警，并可以对相关的食品、食品添加剂、食品相关产品采取下列控制措施：

- (一) 退货或者销毁处理；
- (二) 有条件地限制进口；
- (三) 暂停或者禁止进口。

第五十三条 出口食品、食品添加剂的生产企业应当保证其出口食品、食品添加剂符合进口国家（地区）的标准或者合同要求；我国缔结或者参加的国际条约、协定有要求的，还应当符合国际条约、协定的要求。

第七章 食品安全事故处置

第五十四条 食品安全事故按照国家食品安全事故应急预案实行分级管理。县级以上人民政府食品安全监督管理部门会同同级有关部门负责食品安全事故调查处理。

县级以上人民政府应当根据实际情况及时修改、完善食品安全事故应急预案。

第五十五条 县级以上人民政府应当完善食品安全事故应急管理机制，改善应急装备，做好应急物资储备和应急队伍建设，加强应急培训、演练。

第五十六条 发生食品安全事故的单位应当对导致或者可能导致食品安全事故的食品及原料、工具、设备、设施等，立即采取封存等控制措施。

第五十七条 县级以上人民政府食品安全监督管理部门接到食品安全事故报告后，应当立即会同同级卫生行政、农业行政等部门依照食品安全法第一百零五条的规定进行调查处理。食品安全监督管理部门应当对事故单位封存的食品及原料、工具、设备、设施等予以保护，需要封存而事故单位尚未封存的应当直接封存或者责令事故单位立即封存，并通知疾病预防控制机构对与事故有关的因素开展流行病学调查。

疾病预防控制机构应当在调查结束后向同级食品安全监督管理、卫生行政部门同时提交流行病学调查报告。

任何单位和个人不得拒绝、阻挠疾病预防控制机构开展流行病学调查。有关部门应当对疾病预防控制机构开展流行病学调查予以协助。

第五十八条 国务院食品安全监督管理部门会同国务院卫生行政、农业行政等部门定期对全国食品安全事故情况进行分析,完善食品安全监督管理措施,预防和减少事故的发生。

第八章 监督管理

第五十九条 设区的市级以上人民政府食品安全监督管理部门根据监督管理工作需要,可以对由下级人民政府食品安全监督管理部门负责日常监督管理的食品生产经营者实施随机监督检查,也可以组织下级人民政府食品安全监督管理部门对食品生产经营者实施异地监督检查。

设区的市级以上人民政府食品安全监督管理部门认为必要的,可以直接调查处理下级人民政府食品安全监督管理部门管辖的食品安全违法案件,也可以指定其他下级人民政府食品安全监督管理部门调查处理。

第六十条 国家建立食品安全检查员制度,依托现有资源加强职业化检查员队伍建设,强化考核培训,提高检查员专业化水平。

第六十一条 县级以上人民政府食品安全监督管理部门依照食品安全法第一百一十条的规定实施查封、扣押措施,查封、扣押的期限不得超过30日;情况复杂的,经实施查封、扣押措施的食品安全监督管理部门负责人批准,可以延长,延长期限不得超过45日。

第六十二条 网络食品交易第三方平台多次出现入网食品经营者违法经营或者入网食品经营者的违法经营行为造成严重后果的,县级以上人民政府食品安全监督管理部门可以对网络食品交易第三方平台提供者的法定代表人或者主要负责人进行责任约谈。

第六十三条 国务院食品安全监督管理部门会同国务院卫生行政等部门根据食源性疾病信息、食品安全风险监测信息和监督管理信息等,对发现的添加或者可能添加到食品中的非食品用化学物质和其他可能危害人体健康的物质,制定名录及检测方法并予以公布。

第六十四条 县级以上地方人民政府卫生行政部门应当对餐具饮具集中消毒服务单位进行监督检查,发现不符合法律、法规、国家相关标准以及相关卫生规范等要求的,应当及时调查处理。监督检查的结果应当向社会公布。

第六十五条 国家实行食品安全违法行为举报奖励制度,对查证属实的举报,给予举报人奖励。举报人举报所在企业食品安全重大违法犯罪行为的,应当加大奖励力度。有关部门应当对举报人的信息予以保密,保护举报人的合法权益。食品安全违法行为举报奖励办法由国务院食品安全监督管理部门会同国务院财政等有关部门制定。

食品安全违法行为举报奖励资金纳入各级人民政府预算。

第六十六条 国务院食品安全监督管理部门应当会同国务院有关部门建立守信联合激励和失信联合惩戒机制,结合食品生产经营者信用档案,建立严重违法生产经营者黑名单制度,将食品安全信用状况与准入、融资、信贷、征信等相衔接,及时向社会公布。

第九章 法律责任

第六十七条 有下列情形之一的,属于食品安全法第一百二十三条至第一百二十六条、第一百三十二条以及本条例第七十二条、第七十三条规定的情节严重情形:

- (一) 违法行为涉及的产品货值金额 2 万元以上或者违法行为持续时间 3 个月以上；
- (二) 造成食源性疾病并出现死亡病例，或者造成 30 人以上食源性疾病但未出现死亡病例；
- (三) 故意提供虚假信息或者隐瞒真实情况；
- (四) 拒绝、逃避监督检查；
- (五) 因违反食品安全法律、法规受到行政处罚后 1 年内又实施同一性质的食品安全违法行为，或者因违反食品安全法律、法规受到刑事处罚后又实施食品安全违法行为；
- (六) 其他情节严重的情形。

对情节严重的违法行为处以罚款时，应当依法从重从严。

第六十八条 有下列情形之一的，依照食品安全法第一百二十五条第一款、本条例第七十五条的规定给予处罚：

- (一) 在食品生产、加工场所贮存依照本条例第六十三条规定制定的名录中的物质；
- (二) 生产经营的保健食品之外的食品的标签、说明书声称具有保健功能；
- (三) 以食品安全国家标准规定的选择性添加物质命名婴幼儿配方食品；
- (四) 生产经营的特殊食品的标签、说明书内容与注册或者备案的标签、说明书不一致。

第六十九条 有下列情形之一的，依照食品安全法第一百二十六条第一款、本条例第七十五条的规定给予处罚：

- (一) 接受食品生产经营者委托贮存、运输食品，未按照规定记录保存信息；
- (二) 餐饮服务提供者未查验、留存餐具饮具集中消毒服务单位的营业执照复印件和消毒合格证明；
- (三) 食品生产经营者未按照规定对变质、超过保质期或者回收的食品进行标示或者存放，或者未及时对上述食品采取无害化处理、销毁等措施并如实记录；
- (四) 医疗机构和药品零售企业之外的单位或者个人向消费者销售特殊医学用途配方食品中的特定全营养配方食品；
- (五) 将特殊食品与普通食品或者药品混放销售。

第七十条 除食品安全法第一百二十五条第一款、第一百二十六条规定的情形外，食品生产经营者的生产经营行为不符合食品安全法第三十三条第一款第五项、第七项至第十项的规定，或者不符合有关食品生产经营过程要求的食品安全国家标准的，依照食品安全法第一百二十六条第一款、本条例第七十五条的规定给予处罚。

第七十一条 餐具饮具集中消毒服务单位未按照规定建立并遵守出厂检验记录制度的，由县级以上人民政府卫生行政部门依照食品安全法第一百二十六条第一款、本条例第七十五条的规定给予处罚。

第七十二条 从事对温度、湿度等特殊要求的食品贮存业务的非食品生产经营者，食品集中交易市场的开办者、食品展销会的举办者，未按照规定备案或者报告的，由县级以上人民政府食品安全监督管理部门责令改正，给予警告；拒不改正的，处 1 万元以上 5

万元以下罚款；情节严重的，责令停产停业，并处5万元以上20万元以下罚款。

第七十三条 利用会议、讲座、健康咨询等方式对食品进行虚假宣传的，由县级以上人民政府食品安全监督管理部门责令消除影响，有违法所得的，没收违法所得；情节严重的，依照食品安全法第一百四十条第五款的规定进行处罚；属于单位违法的，还应当依照本条例第七十五条的规定对单位的法定代表人、主要负责人、直接负责的主管人员和其他直接责任人员给予处罚。

第七十四条 食品生产经营者生产经营的食品符合食品安全标准但不符合食品所标注的企业标准规定的食品安全指标的，由县级以上人民政府食品安全监督管理部门给予警告，并责令食品经营者停止经营该食品，责令食品生产企业改正；拒不停止经营或者改正的，没收不符合企业标准规定的食品安全指标的食品，货值金额不足1万元的，并处1万元以上5万元以下罚款，货值金额1万元以上的，并处货值金额5倍以上10倍以下罚款。

第七十五条 食品生产经营企业等单位有食品安全法规定的违法情形，除依照食品安全法的规定给予处罚外，有下列情形之一的，对单位的法定代表人、主要负责人、直接负责的主管人员和其他直接责任人员处以其上一年度从本单位取得收入的1倍以上10倍以下罚款：

- (一) 故意实施违法行为；
- (二) 违法行为性质恶劣；
- (三) 违法行为造成严重后果。

属于食品安全法第一百二十五条第二款规定情形的，不适用前款规定。

第七十六条 食品生产经营者依照食品安全法第六十三条第一款、第二款的规定停止生产、经营，实施食品召回，或者采取其他有效措施减轻或者消除食品安全风险，未造成危害后果的，可以从轻或者减轻处罚。

第七十七条 县级以上地方人民政府食品安全监督管理等部门对有食品安全法第一百二十三条规定的违法情形且情节严重，可能需要行政拘留的，应当及时将案件及有关材料移送同级公安机关。公安机关认为需要补充材料的，食品安全监督管理等部门应当及时提供。公安机关经审查认为不符合行政拘留条件的，应当及时将案件及有关材料退回移送的食品安全监督管理等部门。

第七十八条 公安机关对发现的食品安全违法行为，经审查没有犯罪事实或者立案侦查后认为不需要追究刑事责任，但依法应当予以行政拘留的，应当及时作出行政拘留的处罚决定；不需要予以行政拘留但依法应当追究其他行政责任的，应当及时将案件及有关材料移送同级食品安全监督管理等部门。

第七十九条 复检机构无正当理由拒绝承担复检任务的，由县级以上人民政府食品安全监督管理部门给予警告，无正当理由1年内2次拒绝承担复检任务的，由国务院有关部门撤销其复检机构资质并向社会公布。

第八十条 发布未依法取得资质认定的食品检验机构出具的食品检验信息，或者利用

上述检验信息对食品、食品生产经营者进行等级评定，欺骗、误导消费者的，由县级以上人民政府食品安全监督管理部门责令改正，有违法所得的，没收违法所得，并处10万元以上50万元以下罚款；拒不改正的，处50万元以上100万元以下罚款；构成违反治安管理行为的，由公安机关依法给予治安管理处罚。

第八十一条 食品安全监督管理部门依照食品安全法、本条例对违法单位或者个人处以30万元以上罚款的，由设区的市级以上人民政府食品安全监督管理部门决定。罚款具体处罚权限由国务院食品安全监督管理部门规定。

第八十二条 阻碍食品安全监督管理等部门工作人员依法执行职务，构成违反治安管理行为的，由公安机关依法给予治安管理处罚。

第八十三条 县级以上人民政府食品安全监督管理等部门发现单位或者个人违反食品安全法第一百二十条第一款规定，编造、散布虚假食品安全信息，涉嫌构成违反治安管理行为的，应当将相关情况通报同级公安机关。

第八十四条 县级以上人民政府食品安全监督管理部门及其工作人员违法向他人提供网络食品交易第三方平台提供者提供的信息的，依照食品安全法第一百四十五条的规定给予处分。

第八十五条 违反本条例规定，构成犯罪的，依法追究刑事责任。

第十章 附 则

第八十六条 本条例自2019年12月1日起施行。

国务院办公厅关于加快发展流通促进商业消费的意见

国办发〔2019〕42号

各省、自治区、直辖市人民政府，国务院各部委、各直属机构：

党中央、国务院高度重视发展流通扩大消费。近年来，各地区、各部门积极落实中央决策部署，取得良好成效，国内市场保持平稳运行。但受国内外多重因素叠加影响，当前流通消费领域仍面临一些瓶颈和短板，特别是传统流通企业创新转型有待加强，商品和生活服务有效供给不足，消费环境需进一步优化，城乡消费潜力尚需挖掘。为推动流通创新发展，优化消费环境，促进商业繁荣，激发国内消费潜力，更好满足人民群众消费需求，促进国民经济持续健康发展，经国务院同意，现提出以下意见：

一、促进流通新业态新模式发展。顺应商业变革和消费升级趋势，鼓励运用大数据、云计算、移动互联网等现代信息技术，促进商旅文体等跨界融合，形成更多流通新平台、新业态、新模式。引导电商平台以数据赋能生产企业，促进个性化设计和柔性化生产，培育定制消费、智能消费、信息消费、时尚消费等商业新模式。鼓励发展“互联网+旧货”、“互联网+资源循环”，促进循环消费。实施包容审慎监管，推动流通新业态新模式健康有序发展。（发展改革委、工业和信息化部、生态环境部、商务部、文化和旅游部、市场监管总局、体育总局按职责分工负责）

二、推动传统流通企业创新转型升级。支持线下经营实体加快新理念、新技术、新设计改造提升，向场景化、体验式、互动性、综合型消费场所转型。鼓励经营困难的传统百货店、大型体育场馆、老旧工业厂区等改造为商业综合体、消费体验中心、健身休闲娱乐中心等多功能、综合性新型消费载体。在城市规划调整、公共基础设施配套、改扩建用地保障等方面给予支持。（工业和信息化部、自然资源部、住房城乡建设部、商务部、体育总局按职责分工负责）

三、改造提升商业步行街。地方政府可结合实际对商业步行街基础设施、交通设施、信息平台 and 诚信体系等新建改建项目予以支持，提升品质化、数字化管理服务水平。在符合公共安全的前提下，支持商业步行街等具备条件的商业街区开展户外营销，营造规范有序、丰富多彩的商业氛围。扩大全国示范步行街改造提升试点范围。（住房城乡建设部、商务部、市场监管总局按职责分工负责）

四、加快连锁便利店发展。深化“放管服”改革，在保障食品安全的前提下，探索进一步优化食品经营许可条件；将智能化、品牌化连锁便利店纳入城市公共服务基础设施体系建设；强化连锁企业总部的管理责任，简化店铺投入使用、营业前消防安全检查，实行告知承诺管理；具备条件的企业从事书报刊发行业务实行“总部审批、单店备案”。支持地方探索对符合条件的品牌连锁企业试行“一照多址”登记。开展简化烟草、乙类非处方药经营审批手续试点。（住房城乡建设部、商务部、应急部、市场监管总局、新闻出版署、

烟草局、药监局按职责分工负责)

五、优化社区便民服务设施。打造“互联网+社区”公共服务平台，新建和改造一批社区生活服务中心，统筹社区教育、文化、医疗、养老、家政、体育等生活服务设施建设，改进社会服务，打造便民消费圈。有条件的地区可纳入城镇老旧小区改造范围，给予财政支持，并按规定享受有关税费优惠政策。鼓励社会组织提供社会服务。(发展改革委、教育部、民政部、财政部、住房城乡建设部、商务部、文化和旅游部、卫生健康委、税务总局、体育总局按职责分工负责)

六、加快发展农村流通体系。改造提升农村流通基础设施，促进形成以乡镇为中心的农村流通服务网络。扩大电子商务进农村覆盖面，优化快递服务和互联网接入，培训农村电商人才，提高农村电商发展水平，扩大农村消费。改善提升乡村旅游商品和服务供给，鼓励有条件的地区培育特色农村休闲、旅游、观光等消费市场。(发展改革委、工业和信息化部、农业农村部、商务部、文化和旅游部、邮政局按职责分工负责)

七、扩大农产品流通。加快农产品产地市场体系建设，实施“互联网+”农产品出村进城工程，加快发展农产品冷链物流，完善农产品流通体系，加大农产品分拣、加工、包装、预冷等一体化集配设施建设支持力度，加强特色农产品优势区生产基地现代流通基础设施建设。拓宽绿色、生态产品线上线下销售渠道，丰富城乡市场供给，扩大鲜活农产品消费。(发展改革委、财政部、农业农村部、商务部按职责分工负责)

八、拓展出口产品内销渠道。推动扩大内外销产品“同线同标同质”实施范围，引导出口企业打造自有品牌，拓展内销市场网络。在综合保税区积极推广增值税一般纳税人资格试点，落实允许综合保税区内加工制造企业承接境内区外委托加工业务的政策。(财政部、商务部、海关总署、税务总局、市场监管总局按职责分工负责)

九、满足优质国外商品消费需求。允许在海关特殊监管区域内设立保税展示交易平台。统筹考虑自贸试验区、综合保税区发展特点和趋势，扩大跨境电商零售进口试点城市范围，顺应商品消费升级趋势，抓紧调整扩大跨境电商零售进口商品清单。(财政部、商务部、海关总署、税务总局按职责分工负责)

十、释放汽车消费潜力。实施汽车限购的地区要结合实际情况，探索推行逐步放宽或取消限购的具体措施。有条件的地方对购置新能源汽车给予积极支持。促进二手车流通，进一步落实全面取消二手车限迁政策，大气污染防治重点区域应允许符合在用排放标准的二手车在本省(市)内交易流通。(工业和信息化部、公安部、生态环境部、交通运输部、商务部按职责分工负责)

十一、支持绿色智能商品以旧换新。鼓励具备条件的流通企业回收消费者淘汰的废旧电子电器产品，折价置换超高清电视、节能冰箱、洗衣机、空调、智能手机等绿色、节能、智能电子电器产品，扩大绿色智能消费。有条件的地方对开展相关产品促销活动、建设信息平台 and 回收体系等给予一定支持。(工业和信息化部、生态环境部、商务部按职责分工负责)

十二、活跃夜间商业和市场。鼓励主要商圈和特色商业街与文化、旅游、休闲等紧密结合，适当延长营业时间，开设深夜营业专区、24小时便利店和“深夜食堂”等特色餐饮街区。有条件的地方可加大投入，打造夜间消费场景和集聚区，完善夜间交通、安全、环境等配套措施，提高夜间消费便利度和活跃度。（住房和城乡建设部、交通运输部、商务部、文化和旅游部、应急部按职责分工负责）

十三、拓宽假日消费空间。鼓励有条件的地方充分利用开放性公共空间，开设节假日步行街、周末大集、休闲文体专区等常态化消费场所，组织开展特色促消费活动，探索培育专业化经营管理主体。地方政府要结合实际给予规划引导、场地设施、交通安全保障等方面支持。（住房和城乡建设部、交通运输部、商务部、文化和旅游部、应急部、市场监管总局按职责分工负责）

十四、搭建品牌商品营销平台。积极培育形成若干国际消费中心城市，引导自主品牌提升市场影响力和认知度，推动国内销售的国际品牌与发达国家市场在品质价格、上市时间、售后服务等方面同步接轨。因地制宜，创造条件，吸引知名品牌开设首店、首发新品，带动扩大消费，促进国内产业升级。保护和发 展中华老字号品牌，对于中华老字号中确需保护的技艺，可按相关规定申请非物质文化遗产保护相关资金。（商务部、文化和旅游部、市场监管总局按职责分工负责）

十五、降低流通企业成本费用。推动工商用电同价政策尽快全面落实。各地不得干预连锁企业依法申请和享受总分机构汇总纳税政策。（发展改革委、财政部、税务总局按职责分工负责）

十六、鼓励流通企业研发创新。研究进一步扩大研发费用税前加计扣除政策适用范围。加大对国内不能生产、行业企业急需的高性能物流设备进口的支持力度，降低物流成本；研究将相关领域纳入《产业结构调整指导目录》“鼓励类”，推动先进物流装备产业发展，加快推进现代物流发展。（发展改革委、科技部、财政部、商务部、税务总局按职责分工负责）

十七、扩大成品油市场准入。取消石油成品油批发仓储经营资格审批，将成品油零售经营资格审批下放至地市级人民政府，加强成品油流通事中事后监管，强化安全保障措施落实。乡镇以下具备条件的地区建设加油站、加气站、充电站等可使用存量集体建设用地，扩大成品油市场消费。（发展改革委、自然资源部、生态环境部、住房和城乡建设部、交通运输部、商务部、应急部、海关总署、市场监管总局按职责分工负责）

十八、发挥财政资金引导作用。统筹用好中央财政服务业发展资金等现有专项资金或政策，补齐流通领域短板。各地可因地制宜，加强对创新发展流通、促进扩大消费的财政支持。（财政部、商务部按职责分工负责）

十九、加大金融支持力度。鼓励金融机构创新消费信贷产品和服务，推动专业化消费金融组织发展。鼓励金融机构对居民购买新能源汽车、绿色智能家电、智能家居、节水器具等绿色智能产品提供信贷支持，加大对新消费领域金融支持力度。（人民银行、银保监会按职责分工负责）

二十、优化市场流通环境。强化消费信用体系建设，加快建设覆盖线上线下的重要产品追溯体系。严厉打击线上线下销售侵权假冒商品、发布虚假广告等违法行为，针对食品、药品、汽车配件、小家电等消费品，加大农村和城乡结合部市场治理力度。修订汽车、平板电视等消费品修理更换退货责任规定。积极倡导企业实行无理由退货制度。（发展改革委、工业和信息化部、公安部、农业农村部、商务部、应急部、海关总署、市场监管总局、药监局按职责分工负责）

各地区、各有关部门要充分认识创新发展流通、推动消费升级、促进扩大消费的重要意义，切实抓好各项政策措施的落实落地。各地区要结合本地实际完善政策措施，认真组织实施。各有关部门要落实责任，加强协作，形成合力，确保推动各项政策措施落实到位。

国务院办公厅

2019年8月16日

国务院办公厅关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见

国办发〔2019〕41号

各省、自治区、直辖市人民政府，国务院各部委、各直属机构：

为贯彻落实《中共中央 国务院关于完善促进消费体制机制进一步激发居民消费潜力的若干意见》，提升文化和旅游消费质量水平，增强居民消费意愿，以高质量文化和旅游供给增强人民群众的获得感、幸福感，经国务院同意，现提出以下意见：

一、总体目标

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，顺应文化和旅游消费提质转型升级新趋势，深化文化和旅游领域供给侧结构性改革，从供需两端发力，不断激发文化和旅游消费潜力。努力使我国文化和旅游消费设施更加完善，消费结构更加合理，消费环境更加优化，文化和旅游产品、服务供给更加丰富。推动全国居民文化和旅游消费规模保持快速增长态势，对经济增长的带动作用持续增强。

二、主要任务

（一）推出消费惠民措施。继续推动国有景区门票降价。各地可结合实际情况，制定实施景区门票减免、景区淡季免费开放、演出门票打折等政策，举办文化和旅游消费季、消费月，举办数字文旅消费体验等活动。在依法合规的前提下鼓励发行文化和旅游消费联名银行卡并给予特惠商户折扣、消费分期等用户权益。拓展文化和旅游消费信贷业务，以规范发展为前提创新消费信贷抵质押模式，开发不同首付比例、期限和还款方式的信贷产品。（文化和旅游部、发展改革委、财政部、人民银行、银保监会和地方各级人民政府负责。以下均需地方各级人民政府负责，不再列出）

（二）提高消费便捷程度。推动实施移动支付便民示范工程，提高文化和旅游消费场所银行卡使用便捷度，推广移动互联网新兴支付方式。鼓励把文化消费嵌入各类消费场所，依托社区生活综合服务中心、城乡便民消费服务中心等打造群众身边的文化消费网点。鼓励依法依规对传统演出场所和博物馆进行设施改造提升，合理配套餐饮区、观众休息区、文创产品展示售卖区、书店等，营造更优质的消费环境。引导演出、文化娱乐、景区景点等场所广泛应用互联网售票、二维码验票。提升文化和旅游消费场所宽带移动通信网络覆盖水平，在具备条件且用户需求较强的地方，优先部署第五代移动通信（5G）网络。优化旅游交通服务，科学规划线路、站点设置，提供智能化出行信息服务。到2022年，实现全国文化和旅游消费场所除现金支付外，都能支持银行卡或移动支付，互联网售票和4G/5G网络覆盖率超过90%，文化和旅游消费便捷程度明显提高。（文化和旅游部、工业和信息化部、交通运输部、商务部、人民银行、文物局负责）

（三）提升入境旅游环境。整合已有资源，提升入境旅游统一宣介平台（含APP、小程序等移动端）水平。鼓励各地开发一批适应外国游客需求的旅游线路、目的地、旅游演艺及特色商品并在宣介平台上推荐。提升景区景点、餐饮住宿、购物娱乐、机场车站等场

所多语种服务水平。鼓励银行业金融机构依法依规在文化和旅游消费集中区域设立分支机构。完善入境游客移动支付解决方案,提高游客消费便利性。研究出台以北京2022年冬奥会、冬残奥会为契机促进入境旅游的政策措施。确保入境旅游环境得到明显改善,入境消费规模保持持续扩大态势。(文化和旅游部、人民银行、银保监会、北京冬奥组委负责)

(四)推进消费试点示范。总结推广引导城乡居民扩大文化消费试点工作的经验模式,新确定一批国家文化和旅游消费试点城市(以下简称试点城市)。在试点城市基础上,择优确定国家文化和旅游消费示范城市(以下简称示范城市)并动态考核。推动试点城市、示范城市建设国际消费中心城市。鼓励建设集合文创商店、特色书店、小剧场、文化娱乐场所等多种业态的消费集聚地。到2022年,建设30个示范城市、100个试点城市,示范城市居民人均文化娱乐支出占消费支出比例超过6%,旅游收入增速保持两位数以上增长,进一步发挥示范引领作用。(文化和旅游部、发展改革委、财政部负责)

(五)着力丰富产品供给。鼓励打造中小型、主题性、特色类的文化旅游演艺产品。促进演艺、娱乐、动漫、创意设计、网络文化、工艺美术等行业创新发展,引导文化和旅游场所增加参与式、体验式消费项目,鼓励发展与自驾游、休闲度假相适应的租赁式公寓、汽车租赁等服务。积极拓展文化消费广度和深度,注重利用新技术发掘中华文化宝贵资源,为人民群众提供更加丰富多样的广播电视消费产品。规范旅游民宿市场,推动星级旅游民宿品牌化发展。提升国家级文化产业示范园区和国家文化产业示范基地的供给能力。鼓励文创产品开发与经营,拓宽文创产品展示和销售渠道。积极发展休闲农业,大力发展乡村旅游,实施休闲农业和乡村旅游精品工程,培育一批美丽休闲乡村,推出一批休闲农业示范县和乡村旅游重点村。推进国家全域旅游示范区建设,着力开发商务会展旅游、海洋海岛旅游、自驾车旅居车旅游、体育旅游、森林旅游、康养旅游等产品。支持红色旅游创新、融合发展。打造一批具有文旅特色的高品位休闲街区和度假产品。到2022年,培育30个以上旅游演艺精品项目,扩大文化和旅游有效供给。(文化和旅游部、发展改革委、农业农村部、广电总局、林草局负责)

(六)推动旅游景区提质扩容。支持各地加大对旅游景区的公共服务设施资金投入,保障景区游览安全,推动景区设施设备更新换代、产品创新和项目升级,加大对管理服务人员的培训力度。打造一批高品质旅游景区、重点线路和特色旅游目的地,为人民群众提供更多出游选择。合理调整景区布局,优化游览线路和方式,扩展游览空间。推进“互联网+旅游”,强化智慧景区建设,实现实时监测、科学引导、智慧服务。推广景区门票预约制度,合理确定并严格执行最高日接待游客人数规模。到2022年,5A级国有景区全面实行门票预约制度。(文化和旅游部、发展改革委负责)

(七)发展假日和夜间经济。落实带薪休假制度,鼓励单位与职工结合工作安排和个人需要分段灵活安排带薪年假、错峰休假。把握节假日及高峰期旅游消费集中的规律特征,优化景区与周边高速公路的衔接,督促各地在节假日期间加强高速公路和景区道路交通管理、增加公共交通运输力、及时发布景区拥堵预警信息。大力发展夜间文旅经济。鼓励有条件的旅游景区在保证安全、避免扰民的情况下开展夜间游览服务。丰富夜间文化演出市场,

优化文化和旅游场所的夜间餐饮、购物、演艺等服务，鼓励建设 24 小时书店。到 2022 年，建设 200 个以上国家级夜间文旅消费集聚区，夜间文旅消费规模持续扩大。（文化和旅游部、发展改革委、公安部、交通运输部、商务部负责）

（八）促进产业融合发展。支持邮轮游艇旅游、非物质文化遗产主题旅游等业态发展。促进文化、旅游与现代技术相互融合，发展基于 5G、超高清、增强现实、虚拟现实、人工智能等技术的新一代沉浸式体验型文化和旅游消费内容。丰富网络音乐、网络动漫、网络表演、数字艺术展示等数字内容及可穿戴设备、智能家居等产品，提升文化、旅游产品开发和设计服务的数字化水平。发挥展会拉动文化和旅游消费的作用，支持文化企业和旅游企业通过展会进行产品展示、信息推广。引导文化企业和旅游企业创新商业模式和营销方式。到 2022 年，建设 30 个国家文化产业和旅游产业融合发展示范区，产业融合水平进一步提升，新型文化和旅游消费业态不断丰富。（文化和旅游部、发展改革委、交通运输部、商务部、广电总局负责）

（九）严格市场监管执法。加大文化和旅游市场监管力度，严厉打击违法违规经营行为，加强对文化和旅游市场的安全管理，强化对文化娱乐和旅游设施的质量安全监管。进一步完善市场主体和从业人员信用记录并逐步纳入全国信用信息共享平台和国家企业信用信息公示系统，对列入文化市场黑名单和旅游市场黑名单的市场主体和从业人员实施联合惩戒。到 2022 年，文化和旅游市场秩序得到进一步规范，产品和服务质量进一步提高，消费者权益得到更好保护。（文化和旅游部、应急部、市场监管总局负责）

三、保障措施

（十）强化政策保障。用好各类资金支持各地文化和旅游基础设施建设，并重点对试点城市、示范城市予以支持。充分发挥财政资金引导作用，鼓励地方开展文化和旅游消费试点示范，增加优质消费供给。支持有条件的地区发展支线航空、通用航空服务。鼓励各地利用老旧厂房开设文化和旅游消费场所，落实土地支持政策，完善用水用电用气等方面的优惠政策。探索开展旅游景区经营权、门票收入权质押以及旅游企业建设用地使用权抵押、林权抵押等贷款业务。促进交通一卡通互联互通。引导保险业金融机构根据文化和旅游行业特点开发种类丰富的保险产品。（文化和旅游部、发展改革委、财政部、自然资源部、住房城乡建设部、交通运输部、银保监会、民航局负责）

（十一）加强组织领导。发挥完善促进消费体制机制部际联席会议作用，加强对促进文化和旅游消费工作的统筹协调和督促落实。文化和旅游部负责对本意见落实情况进行跟踪分析评估，指导各地建立文化和旅游消费数据监测体系，加强大数据技术应用，整合共享数据资源，加强趋势分析研判，为促进文化和旅游消费提供决策依据。各地要根据本意见的要求，将促进文化和旅游消费作为重要工作任务，结合本地区实际，开展文化和旅游消费数据监测分析，不断完善促进文化和旅游消费政策。（文化和旅游部负责）

国务院办公厅

2019 年 8 月 12 日

国务院办公厅关于促进平台经济规范健康发展的指导意见

国办发〔2019〕38号

各省、自治区、直辖市人民政府，国务院各部委、各直属机构：

互联网平台经济是生产力新的组织方式，是经济发展新动能，对优化资源配置、促进跨界融通发展和大众创业万众创新、推动产业升级、拓展消费市场尤其是增加就业，都有重要作用。要坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻落实党的十九大和十九届二中、三中全会精神，持续深化“放管服”改革，围绕更大激发市场活力，聚焦平台经济发展面临的突出问题，遵循规律、顺势而为，加大政策引导、支持和保障力度，创新监管理念和方式，落实和完善包容审慎监管要求，推动建立健全适应平台经济发展特点的新型监管机制，着力营造公平竞争市场环境。为促进平台经济规范健康发展，经国务院同意，现提出以下意见。

一、优化完善市场准入条件，降低企业合规成本

（一）推进平台经济相关市场主体登记注册便利化。放宽住所（经营场所）登记条件，经营者通过电子商务类平台开展经营活动的，可以使用平台提供的网络经营场所申请个体工商户登记。指导督促地方开展“一照多址”改革探索，进一步简化平台企业分支机构设立手续。放宽新兴行业企业名称登记限制，允许使用反映新业态特征的字词作为企业名称。推进经营范围登记规范化，及时将反映新业态特征的经营范围表述纳入登记范围。（市场监管总局负责）

（二）合理设置行业准入规定和许可。放宽融合性产品和服务准入限制，只要不违反法律法规，均应允许相关市场主体进入。清理和规范制约平台经济健康发展的行政许可、资质资格等事项，对仅提供信息中介和交易撮合服务的平台，除直接涉及人身健康、公共安全、社会稳定和国家政策另有规定的金融、新闻等领域外，原则上不要求比照平台内经营者办理相关业务许可。（各相关部门按职责分别负责）指导督促有关地方评估网约车、旅游民宿等领域的政策落实情况，优化完善准入条件、审批流程和服务，加快平台经济参与者合规化进程。（交通运输部、文化和旅游部等相关部门按职责分别负责）对仍处于发展初期、有利于促进新旧动能转换的新兴行业，要给予先行先试机会，审慎出台市场准入政策。（各地区、各部门负责）

（三）加快完善新业态标准体系。对部分缺乏标准的新兴行业，要及时制定出台相关产品和服务标准，为新产品新服务进入市场提供保障。对一些发展相对成熟的新业态，要鼓励龙头企业和行业协会主动制定企业标准，参与制定行业标准，提升产品质量和服务水平。（市场监管总局牵头，各相关部门按职责分别负责）

二、创新监管理念和方式，实行包容审慎监管

(一) 探索适应新业态特点、有利于公平竞争的公正监管办法。本着鼓励创新的原则，分领域制定监管规则 and 标准，在严守安全底线的前提下为新业态发展留足空间。对看得准、已经形成较好发展势头的，分类量身定制适当的监管模式，避免用老办法管理新业态；对一时看不准的，设置一定的“观察期”，防止一上来就管死；对潜在风险大、可能造成严重不良后果的，严格监管；对非法经营的，坚决依法予以取缔。各有关部门要依法依规夯实监管责任，优化机构监管，强化行为监管，及时预警风险隐患，发现和纠正违法违规行为。

(发展改革委、中央网信办、工业和信息化部、市场监管总局、公安部等相关部门及各地区按职责分别负责)

(二) 科学合理界定平台责任。明确平台在经营者信息核验、产品和服务质量、平台(含APP)索权、消费者权益保护、网络安全、数据安全、劳动者权益保护等方面的相应责任，强化政府部门监督执法职责，不得将本该由政府承担的监管责任转嫁给平台。尊重消费者选择权，确保跨平台互联互通和互操作。允许平台在合规经营前提下探索不同经营模式，明确平台与平台内经营者的责任，加快研究出台平台尽职免责的具体办法，依法合理确定平台承担的责任。鼓励平台通过购买保险产品分散风险，更好保障各方权益。(各相关部门按职责分别负责)

(三) 维护公平竞争市场秩序。制定出台网络交易监督管理有关规定，依法查处互联网领域滥用市场支配地位限制交易、不正当竞争等违法行为，严禁平台单边签订排他性服务提供合同，保障平台经济相关市场主体公平参与市场竞争。维护市场价格秩序，针对互联网领域价格违法行为特点制定监管措施，规范平台和平台内经营者价格标示、价格促销等行为，引导企业合法合规经营。(市场监管总局负责)

(四) 建立健全协同监管机制。适应新业态跨行业、跨区域的特点，加强监管部门协同、区域协同和央地协同，充分发挥“互联网+”行动、网络市场监管、消费者权益保护、交通运输新业态协同监管等部际联席会议机制作用，提高监管效能。(发展改革委、市场监管总局、交通运输部等相关部门按职责分别负责)加大对跨区域网络案件查办协调力度，加强信息互换、执法互助，形成监管合力。鼓励行业协会商会等社会组织出台行业服务规范和自律公约，开展纠纷处理和信用评价，构建多元共治的监管格局。(各地区、各相关部门按职责分别负责)

(五) 积极推进“互联网+监管”。依托国家“互联网+监管”等系统，推动监管平台与企业平台联通，加强交易、支付、物流、出行等第三方数据分析比对，开展信息监测、在线证据保全、在线识别、源头追溯，增强对行业风险和违法违规线索的发现识别能力，实现以网管网、线上线下一体化监管。(国务院办公厅、市场监管总局等相关部门按职责分别负责)根据平台信用等级和风险类型，实施差异化监管，对风险较低、信用较好的适当减少检查频次，对风险较高、信用较差的加大检查频次和力度。(各相关部门按职责分别负责)

三、鼓励发展平台经济新业态，加快培育新的增长点

（一）积极发展“互联网+服务业”。支持社会资本进入基于互联网的医疗健康、教育培训、养老家政、文化、旅游、体育等新兴服务领域，改造提升教育医疗等网络基础设施，扩大优质服务供给，满足群众多层次多样化需求。鼓励平台进一步拓展服务范围，加强品牌建设，提升服务品质，发展便民服务新业态，延伸产业链和带动扩大就业。鼓励商品交易市场顺应平台经济发展新趋势、新要求，提升流通创新能力，促进产销更好衔接。（教育部、民政部、商务部、文化和旅游部、卫生健康委、体育总局、工业和信息化部等相关部门按职责分别负责）

（二）大力发展“互联网+生产”。适应产业升级需要，推动互联网平台与工业、农业生产深度融合，提升生产技术，提高创新服务能力，在实体经济中大力推广应用物联网、大数据，促进数字经济和数字产业发展，深入推进智能制造和服务型制造。深入推进工业互联网创新发展，加快跨行业、跨领域和企业级工业互联网平台建设及应用普及，实现各类生产设备与信息系统的广泛互联互通，推进制造资源、数据等集成共享，促进一二三产业、大中小企业融通发展。（工业和信息化部、农业农村部等相关部门按职责分别负责）

（三）深入推进“互联网+创业创新”。加快打造“双创”升级版，依托互联网平台完善全方位创业创新服务体系，实现线上线下良性互动、创业创新资源有机结合，鼓励平台开展创新任务众包，更多向中小企业开放共享资源，支撑中小企业开展技术、产品、管理模式、商业模式等创新，进一步提升创业创新效能。（发展改革委牵头，各相关部门按职责分别负责）

（四）加强网络支撑能力建设。深入实施“宽带中国”战略，加快5G等新一代信息基础设施建设，优化提升网络性能和速率，推进下一代互联网、广播电视网、物联网建设，进一步降低中小企业宽带平均资费水平，为平台经济发展提供有力支撑。（工业和信息化部、发展改革委等相关部门按职责分别负责）

四、优化平台经济发展环境，夯实新业态成长基础

（一）加强政府部门与平台数据共享。依托全国一体化在线政务服务平台、国家“互联网+监管”系统、国家数据共享交换平台、全国信用信息共享平台和国家企业信用信息公示系统，进一步归集市场主体基本信息和各类涉企许可信息，力争2019年上线运行全国一体化在线政务服务平台电子证照共享服务系统，为平台依法依规核验经营者、其他参与方的资质信息提供服务保障。（国务院办公厅、发展改革委、市场监管总局按职责分别负责）加强部门间数据共享，防止各级政府部门多头向平台索要数据。（发展改革委、中央网信办、市场监管总局、国务院办公厅等相关部门按职责分别负责）畅通政企数据双向流通机制，制定发布政府数据开放清单，探索建立数据资源确权、流通、交易、应用开发规则和流程，加强数据隐私保护和安全管理。（发展改革委、中央网信办等相关部门及各地区按职责分别负责）

(二) 推动完善社会信用体系。加大全国信用信息共享平台开放力度,依法将可公开的信用信息与相关企业共享,支持平台提升管理水平。利用平台数据补充完善现有信用体系信息,加强对平台内失信主体的约束和惩戒。(发展改革委、市场监管总局负责)完善新业态信用体系,在网约车、共享单车、汽车分时租赁等领域,建立健全身份认证、双向评价、信用管理等机制,规范平台经济参与者行为。(发展改革委、交通运输部等相关部门按职责分别负责)

(三) 营造良好的政策环境。各地区各部门要充分听取平台经济参与者的诉求,有针对性地研究提出解决措施,为平台创新发展和吸纳就业提供有力保障。(各地区、各部门负责)2019年底前建成全国统一的电子发票公共服务平台,提供免费的增值税电子普通发票开具服务,加快研究推进增值税专用发票电子化工作。(税务总局负责)尽快制定电子商务法实施中的有关信息公示、零星小额交易等配套规则。(商务部、市场监管总局、司法部按职责分别负责)鼓励银行业金融机构基于互联网和大数据等技术手段,创新发展适应平台经济相关企业融资需求的金融产品和服务,为平台经济发展提供支持。允许有实力有条件的互联网平台申请保险兼业代理资质。(银保监会等相关部门按职责分别负责)推动平台经济监管与服务的国际交流合作,加强政策沟通,为平台企业走出去创造良好外部条件。(商务部等相关部门按职责分别负责)

五、切实保护平台经济参与者合法权益,强化平台经济发展法治保障

(一) 保护平台、平台内经营者和平台从业人员等权益。督促平台按照公开、公平、公正的原则,建立健全交易规则和服务协议,明确进入和退出平台、商品和服务质量安全保障、平台从业人员权益保护、消费者权益保护等规定。(商务部、市场监管总局牵头,各相关部门按职责分别负责)抓紧研究完善平台企业用工和灵活就业等从业人员社保政策,开展职业伤害保障试点,积极推进全民参保计划,引导更多平台从业人员参保。加强对平台从业人员的职业技能培训,将其纳入职业技能提升行动。(人力资源社会保障部负责)强化知识产权保护意识。依法打击网络欺诈行为和以“打假”为名的敲诈勒索行为。(市场监管总局、知识产权局按职责分别负责)

(二) 加强平台经济领域消费者权益保护。督促平台建立健全消费者投诉和举报机制,公开投诉举报电话,确保投诉举报电话有人接听,建立与市场监管部门投诉举报平台的信息共享机制,及时受理并处理投诉举报,鼓励行业组织依法依规建立消费者投诉和维权第三方平台。鼓励平台建立争议在线解决机制,制定并公示争议解决规则。依法严厉打击泄露和滥用用户信息等损害消费者权益行为。(市场监管总局等相关部门按职责分别负责)

(三) 完善平台经济相关法律法规。及时推动修订不适应平台经济发展的相关法律法规与政策规定,加快破除制约平台经济发展的体制机制障碍。(司法部等相关部门按职责分别负责)涉及金融领域的互联网平台,其金融业务的市场准入管理和事中事后监管,按照法律法规和有关规定执行。设立金融机构、从事金融活动、提供金融信息中介和交易撮合服务,必须依法接受准入管理。

各地区、各部门要充分认识促进平台经济规范健康发展的重要意义，按照职责分工抓好贯彻落实，压实工作责任，完善工作机制，密切协作配合，切实解决平台经济发展面临的突出问题，推动各项政策措施及时落地见效，重大情况及时报国务院。

国务院办公厅
2019年8月1日

国务院关于促进乡村产业振兴的指导意见

国发〔2019〕12号

各省、自治区、直辖市人民政府，国务院各部委、各直属机构：

产业兴旺是乡村振兴的重要基础，是解决农村一切问题的前提。乡村产业根植于县域，以农业农村资源为依托，以农民为主体，以农村一二三产业融合发展为路径，地域特色鲜明、创新创业活跃、业态类型丰富、利益联结紧密，是提升农业、繁荣农村、富裕农民的产业。近年来，我国农村创新创业环境不断改善，新产业新业态大量涌现，乡村产业发展取得了积极成效，但也存在产业门类不全、产业链条较短、要素活力不足和质量效益不高等问题，亟需加强引导和扶持。为促进乡村产业振兴，现提出如下意见。

一、总体要求

（一）指导思想。以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的十九大和十九届二中、三中全会精神，牢固树立新发展理念，落实高质量发展要求，坚持农业农村优先发展总方针，以实施乡村振兴战略为总抓手，以农业供给侧结构性改革为主线，围绕农村一二三产业融合发展，与脱贫攻坚有效衔接、与城镇化联动推进，充分挖掘乡村多种功能和价值，聚焦重点产业，聚集资源要素，强化创新引领，突出集群成链，延长产业链、提升价值链，培育发展新动能，加快构建现代农业产业体系、生产体系和经营体系，推动形成城乡融合发展格局，为农业农村现代化奠定坚实基础。

（二）基本原则。

因地制宜、突出特色。依托种养业、绿水青山、田园风光和乡土文化等，发展优势明显、特色鲜明的乡村产业，更好彰显地域特色、承载乡村价值、体现乡土气息。

市场导向、政府支持。充分发挥市场在资源配置中的决定性作用，激活要素、市场和各类经营主体。更好发挥政府作用，引导形成以农民为主体、企业带动和社会参与相结合的乡村产业发展格局。

融合发展、联农带农。加快全产业链、全价值链建设，健全利益联结机制，把以农业农村资源为依托的二三产业尽量留在农村，把农业产业链的增值收益、就业岗位尽量留给农民。

绿色引领、创新驱动。践行绿水青山就是金山银山理念，严守耕地和生态保护红线，节约资源，保护环境，促进农村生产生活生态协调发展。推动科技、业态和模式创新，提高乡村产业质量效益。

（三）目标任务。力争用5-10年时间，农村一二三产业融合发展增加值占县域生产总值的比重实现较大幅度提高，乡村产业振兴取得重要进展。乡村产业体系健全完备，农业供给侧结构性改革成效明显，绿色发展模式更加成熟，乡村就业结构更加优化，农民增收渠道持续拓宽，产业扶贫作用进一步凸显。

二、突出优势特色，培育壮大乡村产业

（四）做强现代种养业。创新产业组织方式，推动种养业向规模化、标准化、品牌化和绿色化方向发展，延伸拓展产业链，增加绿色优质产品供给，不断提高质量效益和竞争力。巩固提升粮食产能，全面落实永久基本农田特殊保护制度，加强高标准农田建设，加快划定粮食生产功能区和重要农产品生产保护区。加强生猪等畜禽产能建设，提升动物疫病防控能力，推进奶业振兴和渔业转型升级。发展经济林和林下经济。（农业农村部、国家发展改革委、自然资源部、国家林草局等负责）

（五）做精乡土特色产业。因地制宜发展小宗类、多样性特色种养，加强地方品种种质资源保护和开发。建设特色农产品优势区，推进特色农产品基地建设。支持建设规范化乡村工厂、生产车间，发展特色食品、制造、手工业和绿色建筑建材等乡土产业。充分挖掘农村各类非物质文化遗产资源，保护传统工艺，促进乡村特色文化产业发展。（农业农村部、工业和信息化部、文化和旅游部、国家林草局等负责）

（六）提升农产品加工流通业。支持粮食主产区和特色农产品优势区发展农产品加工业，建设一批农产品精深加工基地和加工强县。鼓励农民合作社和家庭农场发展农产品初加工，建设一批专业村镇。统筹农产品产地、集散地、销地批发市场建设，加强农产品物流骨干网络和冷链物流体系建设。（农业农村部、国家发展改革委、工业和信息化部、商务部、国家粮食和储备局、国家邮政局等负责）

（七）优化乡村休闲旅游业。实施休闲农业和乡村旅游精品工程，建设一批设施完备、功能多样的休闲观光园区、乡村民宿、森林人家和康养基地，培育一批美丽休闲乡村、乡村旅游重点村，建设一批休闲农业示范县。（农业农村部、文化和旅游部、国家卫生健康委、国家林草局等负责）

（八）培育乡村新型服务业。支持供销、邮政、农业服务公司、农民合作社等开展农资供应、土地托管、代耕代种、统防统治、烘干收储等农业生产性服务业。改造农村传统小商业、小门店、小集市等，发展批发零售、养老托幼、环境卫生等农村生活性服务业。（农业农村部、国家发展改革委、财政部、商务部、国家邮政局、供销合作总社等负责）

（九）发展乡村信息产业。深入推进“互联网+”现代农业，加快重要农产品全产业链大数据建设，加强国家数字农业农村系统建设。全面推进信息进村入户，实施“互联网+”农产品出村进城工程。推动农村电子商务公共服务中心和快递物流园区发展。（农业农村部、中央网信办、工业和信息化部、商务部、国家邮政局等负责）

三、科学合理布局，优化乡村产业空间结构

（十）强化县域统筹。在县域内统筹考虑城乡产业发展，合理规划乡村产业布局，形成县城、中心镇（乡）、中心村层级分工明显、功能有机衔接的格局。推进城镇基础设施和基本公共服务向乡村延伸，实现城乡基础设施互联互通、公共服务普惠共享。完善县城综合服务功能，搭建技术研发、人才培训和产品营销等平台。（国家发展改革委、自然资

源部、生态环境部、住房城乡建设部、农业农村部等负责)

(十一) 推进镇域产业聚集。发挥镇(乡)上连县、下连村的纽带作用,支持有条件的地方建设以镇(乡)所在地为中心的产业集群。支持农产品加工流通企业重心下沉,向有条件的镇(乡)和物流节点集中。引导特色小镇立足产业基础,加快要素聚集和业态创新,辐射和带动周边地区产业发展。(国家发展改革委、住房城乡建设部、农业农村部等负责)

(十二) 促进镇村联动发展。引导农业企业与农民合作社、农户联合建设原料基地、加工车间等,实现加工在镇、基地在村、增收在户。支持镇(乡)发展劳动密集型产业,引导有条件的村建设农工贸专业村。(国家发展改革委、农业农村部、商务部等负责)

(十三) 支持贫困地区产业发展。持续加大资金、技术、人才等要素投入,巩固和扩大产业扶贫成果。支持贫困地区特别是“三区三州”等深度贫困地区开发特色资源、发展特色产业,鼓励农业产业化龙头企业、农民合作社与贫困户建立多种形式的利益联结机制。引导大型加工流通、采购销售、投融资企业与贫困地区对接,开展招商引资,促进产品销售。鼓励农业产业化龙头企业与贫困地区合作创建绿色食品、有机农产品原料标准化生产基地,带动贫困户进入大市场。(农业农村部、国家发展改革委、财政部、商务部、国务院扶贫办等负责)

四、促进产业融合发展,增强乡村产业凝聚力

(十四) 培育多元融合主体。支持农业产业化龙头企业发展,引导其向粮食主产区和特色农产品优势区集聚。启动家庭农场培育计划,开展农民合作社规范提升行动。鼓励发展农业产业化龙头企业带动、农民合作社和家庭农场跟进、小农户参与的农业产业化联合体。支持发展县域范围内产业关联度高、辐射带动力强、多种主体参与的融合模式,实现优势互补、风险共担、利益共享。(农业农村部、国家发展改革委、财政部、国家林草局等负责)

(十五) 发展多类型融合业态。跨界配置农业和现代产业要素,促进产业深度交叉融合,形成“农业+”多业态发展态势。推进规模种植与林牧渔融合,发展稻渔共生、林下种养等。推进农业与加工流通业融合,发展中央厨房、直供直销、会员农业等。推进农业与文化、旅游、教育、康养等产业融合,发展创意农业、功能农业等。推进农业与信息产业融合,发展数字农业、智慧农业等。(农业农村部、国家发展改革委、教育部、工业和信息化部、文化和旅游部、国家卫生健康委、国家林草局等负责)

(十六) 打造产业融合载体。立足县域资源禀赋,突出主导产业,建设一批现代农业产业园和农业产业强镇,创建一批农村产业融合发展示范园,形成多主体参与、多要素聚集、多业态发展格局。(农业农村部、国家发展改革委、财政部、国家林草局等负责)

(十七) 构建利益联结机制。引导农业企业与小农户建立契约型、分红型、股权型等合作方式,把利益分配重点向产业链上游倾斜,促进农民持续增收。完善农业股份合作制企业利润分配机制,推广“订单收购+分红”、“农民入股+保底收益+按股分红”等模式。开展土地经营权入股从事农业产业化经营试点。(农业农村部、国家发展改革委等负责)

五、推进质量兴农绿色兴农，增强乡村产业持续增长力

（十八）健全绿色质量标准体系。实施国家质量兴农战略规划，制修订农业投入品、农产品加工业、农村新业态等方面的国家和行业标准，建立统一的绿色农产品市场准入标准。积极参与国际标准制修订，推进农产品认证结果互认。引导和鼓励农业企业获得国际通行的农产品认证，拓展国际市场。（农业农村部、市场监管总局等负责）

（十九）大力推进标准化生产。引导各类农业经营主体建设标准化生产基地，在国家农产品质量安全县整县推进全程标准化生产。加强化肥、农药、兽药及饲料质量安全管理，推进废旧地膜和包装废弃物等回收处理，推行水产健康养殖。加快建立农产品质量分级及产地准出、市场准入制度，实现从田间到餐桌的全产业链监管。（农业农村部、生态环境部、市场监管总局等负责）

（二十）培育提升农业品牌。实施农业品牌提升行动，建立农业品牌目录制度，加强农产品地理标志管理和农业品牌保护。鼓励地方培育品质优良、特色鲜明的区域公用品牌，引导企业与农户等共创企业品牌，培育一批“土字号”、“乡字号”产品品牌。（农业农村部、商务部、国家知识产权局等负责）

（二十一）强化资源保护利用。大力发展节地节能节水等资源节约型产业。建设农业绿色发展先行区。国家明令淘汰的落后产能、列入国家禁止类产业目录的、污染环境的项目，不得进入乡村。推进种养循环一体化，支持秸秆和畜禽粪污资源化利用。推进加工副产物综合利用。（国家发展改革委、工业和信息化部、自然资源部、生态环境部、水利部、农业农村部等负责）

六、推动创新创业升级，增强乡村产业发展新动能

（二十二）强化科技创新引领。大力培育乡村产业创新主体。建设国家农业高新技术产业示范区和国家农业科技园区。建立产学研用协同创新机制，联合攻克一批农业领域关键技术。支持种业育繁推一体化，培育一批竞争力强的大型种业企业集团。建设一批农产品加工技术集成基地。创新公益性农技推广服务方式。（科技部、农业农村部等负责）

（二十三）促进农村创新创业。实施乡村就业创业促进行动，引导农民工、大中专毕业生、退役军人、科技人员等返乡入乡人员和“田秀才”、“土专家”、“乡创客”创新创业。创建农村创新创业和孵化实训基地，加强乡村工匠、文化能人、手工艺人和经营管理人才等创新创业主体培训，提高创业技能。（农业农村部、国家发展改革委、教育部、人力资源社会保障部、退役军人部、共青团中央、全国妇联等负责）

七、完善政策措施，优化乡村产业发展环境

（二十四）健全财政投入机制。加强一般公共预算投入保障，提高土地出让收入用于农业农村的比例，支持乡村产业振兴。新增耕地指标和城乡建设用地增减挂钩节余指标跨省域调剂收益，全部用于巩固脱贫攻坚成果和支持乡村振兴。鼓励有条件的地方按市场化方式设立乡村产业发展基金，重点用于乡村产业技术创新。鼓励地方按规定对吸纳贫困家

庭劳动力、农村残疾人就业的农业企业给予相关补贴，落实相关税收优惠政策。（财政部、自然资源部、农业农村部、税务总局、国务院扶贫办等负责）

（二十五）创新乡村金融服务。引导县域金融机构将吸收的存款主要用于当地，重点支持乡村产业。支持小微企业融资优惠政策适用于乡村产业和农村创新创业。发挥全国农业信贷担保体系作用，鼓励地方通过实施担保费用补助、业务奖补等方式支持乡村产业贷款担保，拓宽担保物范围。允许权属清晰的农村承包土地经营权、农业设施、农机具等依法抵押贷款。加大乡村产业项目融资担保力度。支持地方政府发行一般债券用于支持乡村振兴领域的纯公益性项目建设。鼓励地方政府发行项目融资和收益自平衡的专项债券，支持符合条件、有一定收益的乡村公益性项目建设。规范地方政府举债融资行为，不得借乡村振兴之名违法违规变相举债。支持符合条件的农业企业上市融资。（人民银行、财政部、农业农村部、银保监会、证监会等负责）

（二十六）有序引导工商资本下乡。坚持互惠互利，优化营商环境，引导工商资本到乡村投资兴办农民参与度高、受益面广的乡村产业，支持发展适合规模化集约化经营的种养业。支持企业到贫困地区和其他经济欠发达地区吸纳农民就业、开展职业培训和就业服务等。工商资本进入乡村，要依法依规开发利用农业农村资源，不得违规占用耕地从事非农产业，不能侵害农民财产权益。（农业农村部、国家发展改革委等负责）

（二十七）完善用地保障政策。耕地占补平衡以县域自行平衡为主，在安排土地利用年度计划时，加大对乡村产业发展用地的倾斜支持力度。探索针对乡村产业的省市县联动“点供”用地。推动制修订相关法律法规，完善配套制度，开展农村集体经营性建设用地入市改革，增加乡村产业用地供给。有序开展县域乡村闲置集体建设用地、闲置宅基地、村庄空闲地、厂矿废弃地、道路改线废弃地、农业生产与村庄建设复合用地及“四荒地”（荒山、荒沟、荒丘、荒滩）等土地综合整治，盘活建设用地重点用于乡村新产业新业态和返乡入乡创新创业。完善设施农业用地管理办法。（自然资源部、农业农村部、司法部、国家林草局等负责）

（二十八）健全人才保障机制。各类创业扶持政策向农业农村领域延伸覆盖，引导各类人才到乡村兴办产业。加大农民技能培训力度，支持职业学校扩大农村招生。深化农业系列职称制度改革，开展面向农技推广人员的评审。支持科技人员以科技成果入股农业企业，建立健全科研人员校企、院企共建双聘机制，实行股权分红等激励措施。实施乡村振兴青春建功行动。（科技部、教育部、人力资源社会保障部、农业农村部、退役军人部、共青团中央、全国妇联等负责）

八、强化组织保障，确保乡村产业振兴落地见效

（二十九）加强统筹协调。各地要落实五级书记抓乡村振兴的工作要求，把乡村产业振兴作为重要任务，摆上突出位置。建立农业农村部门牵头抓总、相关部门协同配合、社会力量积极支持、农民群众广泛参与的推进机制。（农业农村部牵头负责）

（三十）强化指导服务。深化“放管服”改革，发挥各类服务机构作用，为从事乡村

产业的各类经营主体提供高效便捷服务。完善乡村产业监测体系，研究开展农村一二三产业融合发展情况统计。（农业农村部、国家统计局等负责）

（三十一）营造良好氛围。宣传推介乡村产业发展鲜活经验，推广一批农民合作社、家庭农场和农村创新创业典型案例。弘扬企业家精神和工匠精神，倡导诚信守法，营造崇尚创新、鼓励创业的良好环境。（农业农村部、广电总局等负责）

国务院

2019年6月17日

国务院关于实施健康中国行动的意见

国发〔2019〕13号

各省、自治区、直辖市人民政府，国务院各部委、各直属机构：

人民健康是民族昌盛和国家富强的重要标志，预防是最经济最有效的健康策略。党中央、国务院发布《“健康中国2030”规划纲要》，提出了健康中国建设的目标和任务。党的十九大作出实施健康中国战略的重大决策部署，强调坚持预防为主，倡导健康文明生活方式，预防控制重大疾病。为加快推动从以治病为中心转变为以人民健康为中心，动员全社会落实预防为主方针，实施健康中国行动，提高全民健康水平，现提出以下意见。

一、行动背景

新中国成立后特别是改革开放以来，我国卫生健康事业获得了长足发展，居民主要健康指标总体优于中高收入国家平均水平。随着工业化、城镇化、人口老龄化进程加快，我国居民生产生活方式和疾病谱不断发生变化。心脑血管疾病、癌症、慢性呼吸系统疾病、糖尿病等慢性非传染性疾病导致的死亡人数占总死亡人数的88%，导致的疾病负担占疾病总负担的70%以上。居民健康知识知晓率偏低，吸烟、过量饮酒、缺乏锻炼、不合理膳食等不健康生活方式比较普遍，由此引起的疾病问题日益突出。肝炎、结核病、艾滋病等重大传染病防控形势仍然严峻，精神卫生、职业健康、地方病等方面问题不容忽视。

为坚持预防为主，把预防摆在更加突出的位置，积极有效应对当前突出健康问题，必须关口前移，采取有效干预措施，细化落实《“健康中国2030”规划纲要》对普及健康生活、优化健康服务、建设健康环境等部署，聚焦当前和今后一段时期内影响人民健康的重大疾病和突出问题，实施疾病预防和健康促进的中长期行动，健全全社会落实预防为主的制度体系，持之以恒加以推进，努力使群众不生病、少生病，提高生活质量。

二、总体要求

（一）指导思想。以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的十九大和十九届二中、三中全会精神，坚持以人民为中心的发展思想，坚持改革创新，贯彻新时代卫生与健康工作方针，强化政府、社会、个人责任，加快推动卫生健康工作理念、服务方式从以治病为中心转变为以人民健康为中心，建立健全健康教育体系，普及健康知识，引导群众建立正确健康观，加强早期干预，形成有利于健康的生活方式、生态环境和社会环境，延长健康寿命，为全方位全周期保障人民健康、建设健康中国奠定坚实基础。

（二）基本原则。

普及知识、提升素养。把提升健康素养作为增进全民健康的前提，根据不同人群特点有针对性地加强健康教育与促进，让健康知识、行为和技能成为全民普遍具备的素质和能力，实现健康素养人人有。

自律自律、健康生活。倡导每个人是自己健康第一责任人的理念，激发居民热爱健康、

追求健康的热情,养成符合自身和家庭特点的健康生活方式,合理膳食、科学运动、戒烟限酒、心理平衡,实现健康生活少生病。

早期干预、完善服务。对主要健康问题及影响因素尽早采取有效干预措施,完善防治策略,推动健康服务供给侧结构性改革,提供系统连续的预防、治疗、康复、健康促进一体化服务,加强医疗保障政策与健康服务的衔接,实现早诊早治早康复。

全民参与、共建共享。强化跨部门协作,鼓励和引导单位、社区(村)、家庭和个人行动起来,形成政府积极主导、社会广泛动员、人人尽责尽力的良好局面,实现健康中国行动齐参与。

(三) 总体目标。

到2022年,健康促进政策体系基本建立,全民健康素养水平稳步提高,健康生活方式加快推广,重大慢性病发病率上升趋势得到遏制,重点传染病、严重精神障碍、地方病、职业病得到有效防控,致残和死亡风险逐步降低,重点人群健康状况显著改善。

到2030年,全民健康素养水平大幅提升,健康生活方式基本普及,居民主要健康影响因素得到有效控制,因重大慢性病导致的过早死亡率明显降低,人均健康预期寿命得到较大提高,居民主要健康指标水平进入高收入国家行列,健康公平基本实现。

三、主要任务

(一) 全方位干预健康影响因素。

1. 实施健康知识普及行动。维护健康需要掌握健康知识。面向家庭和个人普及预防疾病、早期发现、紧急救援、及时就医、合理用药等维护健康的知识与技能。建立并完善健康科普专家库和资源库,构建健康科普知识发布和传播机制。强化医疗卫生机构和医务人员开展健康促进与教育的激励约束。鼓励各级电台电视台和其他媒体开办优质健康科普节目。到2022年和2030年,全国居民健康素养水平分别不低于22%和30%。

2. 实施合理膳食行动。合理膳食是健康的基础。针对一般人群、特定人群和家庭,聚焦食堂、餐厅等场所,加强营养和膳食指导。鼓励全社会参与减盐、减油、减糖,研究完善盐、油、糖包装标准。修订预包装食品营养标签通则,推进食品营养标准体系建设。实施贫困地区重点人群营养干预。到2022年和2030年,成人肥胖增长率持续减缓,5岁以下儿童生长迟缓率分别低于7%和5%。

3. 实施全民健身行动。生命在于运动,运动需要科学。为不同人群提供针对性的运动健身方案或运动指导服务。努力打造百姓身边健身组织和“15分钟健身圈”。推进公共体育设施免费或低收费开放。推动形成体医结合的疾病管理和健康服务模式。把高校学生体质健康状况纳入对高校的考核评价。到2022年和2030年,城乡居民达到《国民体质测定标准》合格以上的人数比例分别不少于90.86%和92.17%,经常参加体育锻炼人数比例达到37%及以上和40%及以上。

4. 实施控烟行动。吸烟严重危害人民健康。推动个人和家庭充分了解吸烟和二手烟暴露的严重危害。鼓励领导干部、医务人员和教师发挥控烟引领作用。把各级党政机关建设

成无烟机关。研究利用税收、价格调节等综合手段，提高控烟成效。完善卷烟包装烟草危害警示内容和形式。到 2022 年和 2030 年，全面无烟法规保护的人口比例分别达到 30% 及以上和 80% 及以上。

5. 实施心理健康促进行动。心理健康是健康的重要组成部分。通过心理健康教育、咨询、治疗、危机干预等方式，引导公众科学缓解压力，正确认识和应对常见精神障碍及心理行为问题。健全社会心理服务网络，加强心理健康人才培养。建立精神卫生综合管理机制，完善精神障碍社区康复服务。到 2022 年和 2030 年，居民心理健康素养水平提升到 20% 和 30%，心理相关疾病发生的上升趋势减缓。

6. 实施健康环境促进行动。良好的环境是健康的保障。向公众、家庭、单位（企业）普及环境与健康相关的防护和应对知识。推进大气、水、土壤污染防治。推进健康城市、健康村镇建设。建立环境与健康调查、监测和风险评估制度。采取有效措施预防控制环境污染相关疾病、道路交通伤害、消费品质量安全事故等。到 2022 年和 2030 年，居民饮用水水质达标情况明显改善，并持续改善。

（二）维护全生命周期健康。

7. 实施妇幼健康促进行动。孕产期和婴幼儿时期是生命的起点。针对婚前、孕前、孕期、儿童等阶段特点，积极引导家庭科学孕育和养育健康新生命，健全出生缺陷防治体系。加强儿童早期发展服务，完善婴幼儿照护服务和残疾儿童康复救助制度。促进生殖健康，推进农村妇女宫颈癌和乳腺癌检查。到 2022 年和 2030 年，婴儿死亡率分别控制在 7.5‰ 及以下和 5‰ 及以下，孕产妇死亡率分别下降到 18/10 万及以下和 12/10 万及以下。

8. 实施中小学健康促进行动。中小學生处于成长发育的关键阶段。动员家庭、学校和社会共同维护中小學生身心健康。引导学生从小养成健康生活习惯，锻炼健康体魄，预防近视、肥胖等疾病。中小學校按规定开齐开足体育与健康课程。把学生体质健康状况纳入对学校的绩效考核，结合学生年龄特点，以多种方式对学生健康知识进行考试考查，将体育纳入高中学业水平测试。到 2022 年和 2030 年，国家学生体质健康标准达标优良率分别达到 50% 及以上和 60% 及以上，全国儿童青少年总体近视率力争每年降低 0.5 个百分点以上，新发近视率明显下降。

9. 实施职业健康保护行动。劳动者依法享有职业健康保护的权利。针对不同职业人群，倡导健康工作方式，落实用人单位主体责任和政府监管责任，预防和控制职业病危害。完善职业病防治法规标准体系。鼓励用人单位开展职工健康管理。加强尘肺病等职业病救治保障。到 2022 年和 2030 年，接尘工龄不足 5 年的劳动者新发尘肺病报告例数占年度报告总例数的比例实现明显下降，并持续下降。

10. 实施老年健康促进行动。老年人健康快乐是社会文明进步的重要标志。面向老年人普及膳食营养、体育锻炼、定期体检、健康管理、心理健康以及合理用药等知识。健全老年健康服务体系，完善居家和社区养老政策，推进医养结合，探索长期护理保险制度，打造老年宜居环境，实现健康老龄化。到 2022 年和 2030 年，65 至 74 岁老年人失能发生

率有所下降，65 岁及以上人群老年期痴呆患病率增速下降。

（三）防控重大疾病。

11. 实施心脑血管疾病防治行动。心脑血管疾病是我国居民第一位死亡原因。引导居民学习掌握心肺复苏等自救互救知识技能。对高危人群和患者开展生活方式指导。全面落实 35 岁以上人群首诊测血压制度，加强高血压、高血糖、血脂异常的规范管理。提高院前急救、静脉溶栓、动脉取栓等应急处置能力。到 2022 年和 2030 年，心脑血管疾病死亡率分别下降到 209.7/10 万及以下和 190.7/10 万及以下。

12. 实施癌症防治行动。癌症严重影响人民健康。倡导积极预防癌症，推进早筛查、早诊断、早治疗，降低癌症发病率和死亡率，提高患者生存质量。有序扩大癌症筛查范围。推广应用常见癌症诊疗规范。提升中西部地区及基层癌症诊疗能力。加强癌症防治科技攻关。加快临床急需药物审评审批。到 2022 年和 2030 年，总体癌症 5 年生存率分别不低于 43.3% 和 46.6%。

13. 实施慢性呼吸系统疾病防治行动。慢性呼吸系统疾病严重影响患者生活质量。引导重点人群早期发现疾病，控制危险因素，预防疾病发生发展。探索高危人群首诊测量肺功能、40 岁及以上人群体检检测肺功能。加强慢阻肺患者健康管理，提高基层医疗卫生机构肺功能检查能力。到 2022 年和 2030 年，70 岁及以下人群慢性呼吸系统疾病死亡率下降到 9/10 万及以下和 8.1/10 万及以下。

14. 实施糖尿病防治行动。我国是糖尿病患病率增长最快的国家之一。提示居民关注血糖水平，引导糖尿病前期人群科学降低发病风险，指导糖尿病患者加强健康管理，延迟或预防糖尿病的发生发展。加强对糖尿病患者和高危人群的健康管理，促进基层糖尿病及并发症筛查标准化和诊疗规范化。到 2022 年和 2030 年，糖尿病患者规范管理率分别达到 60% 及以上和 70% 及以上。

15. 实施传染病及地方病防控行动。传染病和地方病是重大公共卫生问题。引导居民提高自我防范意识，讲究个人卫生，预防疾病。充分认识疫苗对预防疾病的重要作用。倡导高危人群在流感流行季节前接种流感疫苗。加强艾滋病、病毒性肝炎、结核病等重大传染病防控，努力控制和降低传染病流行水平。强化寄生虫病、饮水型燃煤型氟砷中毒、大骨节病、氟骨症等地方病防治，控制和消除重点地方病。到 2022 年和 2030 年，以乡（镇、街道）为单位，适龄儿童免疫规划疫苗接种率保持在 90% 以上。

四、组织实施

（一）加强组织领导。国家层面成立健康中国行动推进委员会，制定印发《健康中国行动（2019—2030 年）》，细化上述 15 个专项行动的目标、指标、任务和职责分工，统筹指导各地区各相关部门加强协作，研究疾病的综合防治策略，做好监测考核。要根据医学进步和相关技术发展等情况，适时组织修订完善《健康中国行动（2019—2030 年）》内容。各地区要结合实际健全领导推进工作机制，研究制定实施方案，逐项抓好任务落实。各相关部门要按照职责分工，将预防为主、防病在先融入各项政策举措中，研究具体政策措施，

推动落实重点任务。

(二) 动员各方广泛参与。凝聚全社会力量,形成健康促进的强大合力。鼓励个人和家庭积极参与健康中国行动,落实个人健康责任,养成健康生活方式。各单位特别是各学校、各社区(村)要充分挖掘和利用自身资源,积极开展健康细胞工程建设,创造健康支持性环境。鼓励企业研发生产符合健康需求的产品,增加健康产品供给,国有企业特别是中央企业要作出表率。鼓励社会捐资,依托社会力量依法成立健康中国行动基金会,形成资金来源多元化的保障机制。鼓励金融机构创新健康类产品和服务。卫生健康相关行业学会、协会和群团组织以及其他社会组织要充分发挥作用,指导、组织健康促进和健康科普工作。

(三) 健全支撑体系。加强公共卫生体系建设和人才培养,提高疾病防治和应急处置能力。加强财政支持,强化资金统筹,优化资源配置,提高基本公共卫生服务项目、重大公共卫生服务项目资金使用的针对性和有效性。加强科技支撑,开展一批影响健康因素和疑难重症诊疗攻关重大课题研究,国家科技重大专项、重点研发计划要给予支持。完善相关法律法规体系,开展健康政策审查,保障各项任务落实和目标实现。强化信息支撑,推动部门和区域间共享健康相关信息。

(四) 注重宣传引导。采取多种形式,强化舆论宣传,及时发布政策解读,回应社会关切。设立健康中国行动专题网站,大力宣传实施健康中国行动、促进全民健康的重大意义、目标任务和重大举措。编制群众喜闻乐见的解读材料和文艺作品,以有效方式引导群众了解和掌握必备健康知识,践行健康生活方式。加强科学引导和典型报道,增强社会的普遍认知,营造良好的社会氛围。

国务院

2019年6月24日

国务院办公厅关于印发职业技能提升行动方案 (2019—2021年)的通知

国办发〔2019〕24号

各省、自治区、直辖市人民政府，国务院各部委、各直属机构：

《职业技能提升行动方案（2019—2021年）》已经国务院同意，现印发给你们，请认真贯彻执行。

国务院办公厅

2019年5月18日

（此件公开发布）

职业技能提升行动方案（2019—2021年）

为贯彻落实党中央、国务院决策部署，实施职业技能提升行动，制定以下方案。

一、总体要求和目标任务

（一）总体要求。以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的十九大和十九届二中、三中全会精神，把职业技能培训作为保持就业稳定、缓解结构性就业矛盾的关键举措，作为经济转型升级和高质量发展的重要支撑。坚持需求导向，服务经济社会发展，适应人民群众就业创业需要，大力推行终身职业技能培训制度，面向职工、就业重点群体、建档立卡贫困劳动力（以下简称贫困劳动力）等城乡各类劳动者，大规模开展职业技能培训，加快建设知识型、技能型、创新型劳动者大军。

（二）目标任务。2019年至2021年，持续开展职业技能提升行动，提高培训针对性实效性，全面提升劳动者职业技能水平和就业创业能力。三年共开展各类补贴性职业技能培训5000万人次以上，其中2019年培训1500万人次以上；经过努力，到2021年底技能劳动者占就业人员总量的比例达到25%以上，高技能人才占技能劳动者的比例达到30%以上。

二、对职工等重点群体开展有针对性的职业技能培训

（三）大力开展企业职工技能提升和转岗转业培训。企业需制定职工培训计划，开展适应岗位需求和发展需要的技能培训，广泛组织岗前培训、在岗培训、脱产培训，开展岗位练兵、技能竞赛、在线学习等活动，大力开展高技能人才培训，组织实施高技能领军人才和产业紧缺人才境外培训。发挥行业、龙头企业和培训机构作用，引导帮助中小微企业开展职工培训。实施高危行业领域安全技能提升行动计划，化工、矿山等高危行业企业要组织从业人员和各类特种作业人员普遍开展安全技能培训，严格执行从业人员安全技能培训合格后上岗制度。支持帮助困难企业开展转岗转业培训。在全国各类企业全面推行企业

新型学徒制、现代学徒制培训，三年培训 100 万新型学徒。推进产教融合、校企合作，实现学校培养与企业用人的有效衔接。鼓励企业与参训职工协商一致灵活调整工作时间，保障职工参训期间应有的工资福利待遇。

（四）对就业重点群体开展职业技能提升培训和创业培训。面向农村转移就业劳动者特别是新生代农民工、城乡未继续升学初高中毕业生（以下称“两后生”）等青年、下岗失业人员、退役军人、就业困难人员（含残疾人），持续实施农民工“春潮行动”、“求学圆梦行动”、新生代农民工职业技能提升计划和返乡创业培训计划以及劳动预备培训、就业技能培训、职业技能提升培训等专项培训，全面提升职业技能和就业创业能力。对有创业愿望的开展创业培训，加强创业培训项目开发、创业担保贷款、后续扶持等服务。围绕乡村振兴战略，实施新型职业农民培育工程和农村实用人才带头人素质提升计划，开展职业农民技能培训。

（五）加大贫困劳动力和贫困家庭子女技能扶贫工作力度。聚焦贫困地区特别是“三区三州”等深度贫困地区，鼓励通过项目制购买服务等方式为贫困劳动力提供免费职业技能培训，并在培训期间按规定通过就业补助资金给予生活费（含交通费，下同）补贴，不断提高参训贫困人员占贫困劳动力比重。持续推进东西部扶贫协作框架下职业教育、职业技能培训帮扶和贫困村创业致富带头人培训。深入推进技能脱贫千校行动和深度贫困地区技能扶贫行动，对接受技工教育的贫困家庭学生，按规定落实中等职业教育国家助学金和免学费等政策；对子女接受技工教育的贫困家庭，按政策给予补助。

三、激发培训主体积极性，有效增加培训供给

（六）支持企业兴办职业技能培训。支持各类企业特别是规模以上企业或者吸纳就业人数较多的企业设立职工培训中心，鼓励企业与职业院校（含技工院校，下同）共建实训中心、教学工厂等，积极建设培育一批产教融合型企业。企业举办或参与举办职业院校的，各级政府可按规定根据毕业生就业人数或培训实训人数给予支持。支持企业设立高技能人才培训基地和技能大师工作室，企业可通过职工教育经费提供相应的资金支持，政府按规定通过就业补助资金给予补助。支持高危企业集中的地区建设安全生产和技能实训基地。

（七）推动职业院校扩大培训规模。支持职业院校开展补贴性培训，扩大面向职工、就业重点群体和贫困劳动力的培训规模。在院校启动“学历证书+若干职业技能等级证书”制度试点工作，按《国务院关于印发国家职业教育改革实施方案的通知》（国发〔2019〕4号）规定执行。在核定职业院校绩效工资总量时，可向承担职业技能培训工作的单位倾斜。允许职业院校将一定比例的培训收入纳入学校公用经费，学校培训工作量可按一定比例折算成全日制学生培养工作量。职业院校在内部分配时，应向承担职业技能培训工作的第一线教师倾斜，保障其合理待遇。

（八）鼓励支持社会培训和评价机构开展职业技能培训和评价工作。不断培育发展壮大社会培训和评价机构，支持培训和评价机构建立同业交流平台，促进行业发展，加强行业自律。民办职业培训和评价机构在政府购买服务、校企合作、实训基地建设等方面与公

办同类机构享受同等待遇。

（九）创新培训内容。加强职业技能、通用职业素质和求职能力等综合性培训，将职业道德、职业规范、工匠精神、质量意识、法律意识和相关法律法规、安全环保和健康卫生、就业指导等内容贯穿职业技能培训全过程。坚持需求导向，围绕市场急需紧缺职业开展家政、养老服务、托幼、保安、电商、汽修、电工、妇女手工等就业技能培训；围绕促进创业开展经营管理、品牌建设、市场拓展、风险防控等创业指导培训；围绕经济社会发展开展先进制造业、战略性新兴产业、现代服务业以及循环农业、智慧农业、智能建筑、智慧城市建设等新产业培训；加大人工智能、云计算、大数据等新职业新技能培训力度。

（十）加强职业技能培训基础能力建设。有条件的地区可对企业、院校、培训机构的实训设施设备升级改造予以支持。支持建设产教融合实训基地和公共实训基地，加强职业训练院建设，积极推进职业技能培训资源共建共享。大力推广“工学一体化”、“职业培训包”、“互联网+”等先进培训方式，鼓励建设互联网培训平台。加强师资建设，职业院校和培训机构实行专兼职教师制度，可按规定自主招聘企业技能人才任教。加快职业技能培训教材开发，规范管理，提高教材质量。完善培训统计工作，实施补贴性培训实名制信息管理，探索建立劳动者职业培训电子档案，实现培训评价信息与就业社保信息联通共享，提供培训就业一体化服务。

四、完善职业培训补贴政策，加强政府引导激励

（十一）落实职业培训补贴政策。对贫困家庭子女、贫困劳动力、“两后生”、农村转移就业劳动者、下岗失业人员和转岗职工、退役军人、残疾人开展免费职业技能培训行动，对高校毕业生和企业职工按规定给予职业培训补贴。对贫困劳动力、就业困难人员、零就业家庭成员、“两后生”中的农村学员和城市低保家庭学员，在培训期间按规定通过就业补助资金同时给予生活费补贴。符合条件的企业职工参加岗前培训、安全技能培训、转岗转业培训或初级工、中级工、高级工、技师、高级技师培训，按规定给予职业培训补贴或参保职工技能提升补贴。职工参加企业新型学徒制培训的，给予企业每人每年4000元以上的职业培训补贴，由企业自主用于学徒培训工作。企业、农民专业合作社和扶贫车间等各类生产经营主体吸纳贫困劳动力就业并开展以工代训，以及参保企业吸纳就业困难人员、零就业家庭成员就业并开展以工代训的，给予一定期限的职业培训补贴，最长不超过6个月。

（十二）支持地方调整完善职业培训补贴政策。符合条件的劳动者在户籍地、常住地、求职就业地参加培训后取得证书（职业资格证书、职业技能等级证书、专项职业能力证书、特种作业操作证书、培训合格证书等）的，按规定给予职业培训补贴，原则上每人每年可享受不超过3次，但同一职业同一等级不可重复享受。省级人力资源社会保障部门、财政部门可在规定的原则下结合实际调整享受职业培训补贴、生活费补贴人员范围和条件要求，可将确有培训需求、不具有按月领取养老金资格的人员纳入政策范围。市（地）以上人力资源社会保障部门、财政部门可在规定的原则下结合实际确定职业培训补贴标准。县级以上政府可对有关部门各类培训资金和项目进行整合，解决资金渠道和使用管理分散问题。

对企业开展培训或者培训机构开展项目制培训的，可先行拨付一定比例的培训补贴资金，具体比例由各省（区、市）根据实际情况确定。各地可对贫困劳动力、去产能失业人员、退役军人等群体开展项目制培训。

（十三）加大资金支持力度。地方各级政府要加大资金支持和筹集整合力度，将一定比例的就业补助资金、地方人才经费和行业产业发展经费中用于职业技能培训的资金，以及从失业保险基金结余中拿出的 1000 亿元，统筹用于职业技能提升行动。各地拟用于职业技能提升行动的失业保险基金结余在社会保障基金财政专户中单独建立“职业技能提升行动专账”，用于职工等人员职业技能培训，实行分账核算、专款专用，具体筹集办法由财政部、人力资源社会保障部另行制定。企业要按有关规定足额提取和使用职工教育经费，其中 60% 以上用于一线职工培训，可用于企业“师带徒”津贴补助。落实将企业职工教育经费税前扣除限额提高至工资薪金总额 8% 的税收政策。推动企业提取职工教育经费开展自主培训与享受政策开展补贴性培训的有机衔接，探索完善相关机制。有条件的地区可安排经费，对职业技能培训教材开发、师资培训、教学改革以及职业技能竞赛等基础工作给予支持，对培训组织动员工作进行奖补。

（十四）强化资金监督管理。要依法加强资金监管，定期向社会公开资金使用情况，加强监督检查和专项审计工作，加强廉政风险防控，保障资金安全和效益。对以虚假培训等套取、骗取资金的依法依规严惩，对培训工作中出现的失误和问题要区分不同情况对待，保护工作落实层面干事担当的积极性。

五、加强组织领导，强化保障措施

（十五）强化地方政府工作职责。地方各级政府要把职业技能提升行动作为重要民生工程，切实承担主体责任。省级政府要建立职业技能提升行动工作协调机制，形成省级统筹、部门参与、市县实施的工作格局。各省（区、市）要抓紧制定实施方案，出台政策措施，明确任务目标，进行任务分解，建立工作情况季报、年报制度。市县级政府要制定具体贯彻落实措施。鼓励各地将财政补助资金与培训工作绩效挂钩，加大激励力度，促进扩大培训规模，提升培训质量和层次，确保职业技能提升行动有效开展。

（十六）健全工作机制。在国务院就业工作领导小组框架下，健全职业技能提升行动工作协调机制，充分发挥行业主管部门等各方作用，形成工作合力。人力资源社会保障部门承担政策制定、标准开发、资源整合、培训机构管理、质量监管等职责，制定年度工作计划，分解工作任务，抓好督促落实。发展改革部门要统筹推进职业技能培训基础能力建设。教育部门要组织职业院校承担职业技能培训任务。工业和信息化、住房城乡建设等部门要发挥行业主管部门作用，积极参与培训工作。财政部门要确保就业补助资金等及时足额拨付到位。农业农村部门负责职业农民培训。退役军人事务部门负责协调组织退役军人职业技能培训。应急管理、煤矿安监部门负责指导协调化工、矿山等高危行业领域安全技能培训和特种作业人员安全作业培训。国资监管部门要指导国企开展职业技能培训。其他有关部门和单位要共同做好职业技能培训相关工作。支持鼓励工会、共青团、妇联等群团组织以及

行业协会参与职业技能培训工作。

（十七）提高培训管理服务水平。深化职业技能培训工作“放管服”改革。对补贴性职业技能培训实施目录清单管理，公布培训项目目录、培训和评价机构目录，方便劳动者按需选择。地方可采取公开招投标等方式购买培训服务和评价服务。探索实行信用支付等办法，优化培训补贴支付方式。建立培训补贴网上经办服务平台，有条件的地区可对项目制培训探索培训服务和补贴申领告知承诺制，简化流程，减少证明材料，提高服务效率。加强对培训机构和培训质量的监管，健全培训绩效评估体系，积极支持开展第三方评估。

（十八）推进职业技能培训与评价有机衔接。完善技能人才职业资格评价、职业技能等级认定、专项职业能力考核等多元化评价方式，动态调整职业资格目录，动态发布新职业信息，加快国家职业标准制定修订。建立职业技能等级认定制度，为劳动者提供便利的培训与评价服务。从事准入类职业的劳动者必须经培训合格后方可上岗。推动工程领域高技能人才与工程技术人才职业发展贯通。支持企业按规定自主开展职工职业技能等级评价工作，鼓励企业设立首席技师、特级技师等，提升技能人才职业发展空间。

（十九）加强政策解读和舆论宣传。各地区、各有关部门要加大政策宣传力度，提升政策公众知晓度，帮助企业、培训机构和劳动者熟悉了解、用足用好政策，共同促进职业技能培训工作开展。大力弘扬和培育工匠精神，落实提高技术工人待遇的政策措施，加强技能人才激励表彰工作，积极开展各类职业技能竞赛活动，营造技能成才良好环境。

国务院关于印发国家职业教育改革实施方案的通知

国发〔2019〕4号

各省、自治区、直辖市人民政府，国务院各部委、各直属机构：

现将《国家职业教育改革实施方案》印发给你们，请认真贯彻执行。

国务院

2019年1月24日

（此件公开发布）

国家职业教育改革实施方案

职业教育与普通教育是两种不同教育类型，具有同等重要地位。改革开放以来，职业教育为我国经济社会发展提供了有力的人才和智力支撑，现代职业教育体系框架全面建成，服务经济社会发展能力和社会吸引力不断增强，具备了基本实现现代化的诸多有利条件和良好工作基础。随着我国进入新的发展阶段，产业升级和经济结构调整不断加快，各行各业对技术技能人才的需求越来越紧迫，职业教育重要地位和作用越来越凸显。但是，与发达国家相比，与建设现代化经济体系、建设教育强国的要求相比，我国职业教育还存在着体系建设不够完善、职业技能实训基地建设有待加强、制度标准不够健全、企业参与办学的动力不足、有利于技术技能人才成长的配套政策尚待完善、办学和人才培养质量水平参差不齐等问题，到了必须下大力气抓好的时候。没有职业教育现代化就没有教育现代化。为贯彻全国教育大会精神，进一步办好新时代职业教育，落实《中华人民共和国职业教育法》，制定本实施方案。

总体要求与目标：坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，把职业教育摆在教育改革创新和经济社会发展中更加突出的位置。牢固树立新发展理念，服务建设现代化经济体系和实现更高质量更充分就业需要，对接科技发展趋势和市场需求，完善职业教育和培训体系，优化学校、专业布局，深化办学体制改革和育人机制改革，以促进就业和适应产业发展需求为导向，鼓励和支持社会各界特别是企业积极支持职业教育，着力培养高素质劳动者和技术技能人才。经过5—10年左右时间，职业教育基本完成由政府举办为主向政府统筹管理、社会多元办学的格局转变，由追求规模扩张向提高质量转变，由参照普通教育办学模式向企业社会参与、专业特色鲜明的类型教育转变，大幅提升新时代职业教育现代化水平，为促进经济社会发展和提高国家竞争力提供优质人才资源支撑。

具体指标：到2022年，职业院校教学条件基本达标，一大批普通本科高等学校向应用型转变，建设50所高水平高等职业学校和150个骨干专业（群）。建成覆盖大部分行业领域、具有国际先进水平的中国职业教育标准体系。企业参与职业教育的积极性有较大

提升，培育数以万计的产教融合型企业，打造一批优秀职业教育培训评价组织，推动建设300个具有辐射引领作用的高水平专业化产教融合实训基地。职业院校实践性教学课时原则上占总课时一半以上，顶岗实习时间一般为6个月。“双师型”教师（同时具备理论教学和实践教学能力的教师）占专业课教师总数超过一半，分专业建设一批国家级职业教育教师教学创新团队。从2019年开始，在职业院校、应用型本科高校启动“学历证书+若干职业技能等级证书”制度试点（以下称1+X证书制度试点）工作。

一、完善国家职业教育制度体系

（一）健全国家职业教育制度框架。

把握好正确的改革方向，按照“管好两端、规范中间、书证融通、办学多元”的原则，严把教学标准和毕业生质量标准两个关口。将标准化建设作为统领职业教育发展的突破口，完善职业教育体系，为服务现代制造业、现代服务业、现代农业发展和职业教育现代化提供制度保障与人才支持。建立健全学校设置、师资队伍、教学教材、信息化建设、安全设施等办学标准，引领职业教育服务发展、促进就业创业。落实好立德树人根本任务，健全德技并修、工学结合的育人机制，完善评价机制，规范人才培养全过程。深化产教融合、校企合作，育训结合，健全多元化办学格局，推动企业深度参与协同育人，扶持鼓励企业和社会力量参与举办各类职业教育。推进资历框架建设，探索实现学历证书和职业技能等级证书互通衔接。

（二）提高中等职业教育发展水平。

优化教育结构，把发展中等职业教育作为普及高中阶段教育和建设中国特色职业教育体系的重要基础，保持高中阶段教育职普比大体相当，使绝大多数城乡新增劳动力接受高中阶段教育。改善中等职业学校基本办学条件。加强省级统筹，建好办好一批县域职教中心，重点支持集中连片特困地区每个地（市、州、盟）原则上至少建设一所符合当地经济社会发展和技术技能人才培养需要的中等职业学校。指导各地优化中等职业学校布局结构，科学配置并做大做强职业教育资源。加大对民族地区、贫困地区和残疾人职业教育的政策、金融支持力度，落实职业教育东西协作行动计划，办好内地少数民族中职班。完善招生机制，建立中等职业学校和普通高中统一招生平台，精准服务区域发展需求。积极招收初高中毕业未升学学生、退役军人、退役运动员、下岗职工、返乡农民工等接受中等职业教育；服务乡村振兴战略，为广大农村培养以新型职业农民为主体的农村实用人才。发挥中等职业学校作用，帮助部分学业困难学生按规定在职业学校完成义务教育，并接受部分职业技能学习。

鼓励中等职业学校联合中小学开展劳动和职业启蒙教育，将动手实践内容纳入中小学相关课程和学生综合素质评价。

（三）推进高等职业教育高质量发展。

把发展高等职业教育作为优化高等教育结构和培养大国工匠、能工巧匠的重要方式，使城乡新增劳动力更多接受高等教育。高等职业学校要培养服务区域发展的高素质技术技

能人才，重点服务企业特别是中小微企业的技术研发和产品升级，加强社区教育和终身学习服务。建立“职教高考”制度，完善“文化素质+职业技能”的考试招生办法，提高生源质量，为学生接受高等职业教育提供多种入学方式和学习方式。在学前教育、护理、养老服务、健康服务、现代服务业等领域，扩大对初中毕业生实行中高职贯通培养的招生规模。启动实施中国特色高水平高等职业学校和专业建设计划，建设一批引领改革、支撑发展、中国特色、世界水平的高等职业学校和骨干专业（群）。根据高等学校设置制度规定，将符合条件的技师学院纳入高等学校序列。

（四）完善高层次应用型人才培养体系。

完善学历教育与培训并重的现代职业教育体系，畅通技术技能人才成长渠道。发展以职业需求为导向、以实践能力培养为重点、以产学研用结合为途径的专业学位研究生培养模式，加强专业学位硕士研究生培养。推动具备条件的普通本科高校向应用型转变，鼓励有条件的普通高校开办应用技术类型专业或课程。开展本科层次职业教育试点。制定中国技能大赛、全国职业院校技能大赛、世界技能大赛获奖选手等免试入学政策，探索长学制培养高端技术技能人才。服务军民融合发展，把军队相关的职业教育纳入国家职业教育大体系，共同做好面向现役军人的教育培训，支持其在服役期间取得多类职业技能等级证书，提升技术技能水平。落实好定向培养直招士官政策，推动地方院校与军队院校有效对接，推动优质职业教育资源向军事人才培养开放，建立军地网络教育资源共享机制。制订具体政策办法，支持适合的退役军人进入职业院校和普通本科高校接受教育和培训，鼓励支持设立退役军人教育培训集团（联盟），推动退役、培训、就业有机衔接，为促进退役军人特别是退役士兵就业创业作出贡献。

二、构建职业教育国家标准

（五）完善教育教学相关标准。

发挥标准在职业教育质量提升中的基础性作用。按照专业设置与产业需求对接、课程内容与职业标准对接、教学过程与生产过程对接的要求，完善中等、高等职业学校设置标准，规范职业院校设置；实施教师和校长专业标准，提升职业院校教学管理和教学实践能力。持续更新并推进专业目录、专业教学标准、课程标准、顶岗实习标准、实训条件建设标准（仪器设备配备规范）建设和在职业院校落地实施。巩固和发展国务院教育行政部门联合行业制定国家教学标准、职业院校依据标准自主制订人才培养方案的工作格局。

（六）启动 1+X 证书制度试点工作。

深化复合型技术技能人才培养培训模式改革，借鉴国际职业教育培训普遍做法，制订工作方案和具体管理办法，启动 1+X 证书制度试点工作。试点工作要进一步发挥好学历证书作用，夯实学生可持续发展基础，鼓励职业院校学生在获得学历证书的同时，积极取得多类职业技能等级证书，拓展就业创业本领，缓解结构性就业矛盾。国务院人力资源社会保障行政部门、教育行政部门在职责范围内，分别负责管理监督考核院校外、院校内职业技能等级证书的实施（技工院校内由人力资源社会保障行政部门负责），国务院人力资源

社会保障行政部门组织制定职业标准，国务院教育行政部门依照职业标准牵头组织开发教学等相关标准。院校内培训可面向社会人群，院校外培训也可面向在校学生。各类职业技能等级证书具有同等效力，持有证书人员享受同等待遇。院校内实施的职业技能等级证书分为初级、中级、高级，是职业技能水平的凭证，反映职业活动和个人职业生涯发展所需要的综合能力。

（七）开展高质量职业培训。

落实职业院校实施学历教育与培训并举的法定职责，按照育训结合、长短结合、内外结合的要求，面向在校学生和全体社会成员开展职业培训。自2019年开始，围绕现代农业、先进制造业、现代服务业、战略性新兴产业，推动职业院校在10个左右技术技能人才紧缺领域大力开展职业培训。引导行业企业深度参与技术技能人才培养培训，促进职业院校加强专业建设、深化课程改革、增强实训内容、提高师资水平，全面提升教育教学质量。各级政府要积极支持职业培训，行政部门要简政放权并履行好监管职责，相关下属机构要优化服务，对于违规收取费用的要严肃处理。畅通技术技能人才职业发展通道，鼓励其持续获得适应经济社会发展需要的职业培训证书，引导和支持企业等用人单位落实相关待遇。对取得职业技能等级证书的离校未就业高校毕业生，按规定落实职业培训补贴政策。

（八）实现学习成果的认定、积累和转换。

加快推进职业教育国家“学分银行”建设，从2019年开始，探索建立职业教育个人学习账号，实现学习成果可追溯、可查询、可转换。有序开展学历证书和职业技能等级证书所体现的学习成果的认定、积累和转换，为技术技能人才持续成长拓宽通道。职业院校对取得若干职业技能等级证书的社会成员，支持其根据证书等级和类别免修部分课程，在完成规定内容学习后依法依规取得学历证书。对接受职业院校学历教育并取得毕业证书的学生，在参加相应的职业技能等级证书考试时，可免试部分内容。从2019年起，在有条件的地区和高校探索实施试点工作，制定符合国情的国家资历框架。

三、促进产教融合校企“双元”育人

（九）坚持知行合一、工学结合。

借鉴“双元制”等模式，总结现代学徒制和企业新型学徒制试点经验，校企共同研究制定人才培养方案，及时将新技术、新工艺、新规范纳入教学标准和教学内容，强化学生实习实训。健全专业设置定期评估机制，强化地方引导本区域职业院校优化专业设置的责任，原则上每5年修订1次职业院校专业目录，学校依据目录灵活自主设置专业，每年调整1次专业。健全专业教学资源库，建立共建共享平台的资源认证标准和交易机制，进一步扩大优质资源覆盖面。遴选认定一大批职业教育在线精品课程，建设一大批校企“双元”合作开发的国家规划教材，倡导使用新型活页式、工作手册式教材并配套开发信息化资源。每3年修订1次教材，其中专业教材随信息技术发展和产业升级情况及时动态更新。适应“互联网+职业教育”发展需求，运用现代信息技术改进教学方式方法，推进虚拟工厂等网络学习空间建设和普遍应用。

（十）推动校企全面加强深度合作。

职业院校应当根据自身特点和人才培养需要，主动与具备条件的企业在人才培养、技术创新、就业创业、社会服务、文化传承等方面开展合作。学校积极为企业提供所需的课程、师资等资源，企业应当依法履行实施职业教育的义务，利用资本、技术、知识、设施、设备和管理等要素参与校企合作，促进人力资源开发。校企合作中，学校可从中获得智力、专利、教育、劳务等报酬，具体分配由学校按规定自行处理。在开展国家产教融合建设试点基础上，建立产教融合型企业认证制度，对进入目录的产教融合型企业给予“金融 + 财政 + 土地 + 信用”的组合式激励，并按规定落实相关税收政策。试点企业兴办职业教育的投资符合条件的，可按投资额一定比例抵免该企业当年应缴教育费附加和地方教育附加。厚植企业承担职业教育责任的社会环境，推动职业院校和行业企业形成命运共同体。

（十一）打造一批高水平实训基地。

加大政策引导力度，充分调动各方面深化职业教育改革创新积极性，带动各级政府、企业和职业院校建设一批资源共享，集实践教学、社会培训、企业真实生产和社会技术服务于一体的高水平职业教育实训基地。面向先进制造业等技术技能人才紧缺领域，统筹多种资源，建设若干具有辐射引领作用的高水平专业化产教融合实训基地，推动开放共享，辐射区域内学校和企业；鼓励职业院校建设或校企共建一批校内实训基地，提升重点专业建设和校企合作育人水平。积极吸引企业和社会力量参与，指导各地各校借鉴德国、日本、瑞士等国家经验，探索创新实训基地运营模式。提高实训基地规划、管理水平，为社会公众、职业院校在校生取得职业技能等级证书和企业提升人力资源水平提供有力支撑。

（十二）多措并举打造“双师型”教师队伍。

从 2019 年起，职业院校、应用型本科高校相关专业教师原则上从具有 3 年以上企业工作经历并具有高职以上学历的人员中公开招聘，特殊高技能人才（含具有高级工以上职业资格人员）可适当放宽学历要求，2020 年起基本不再从应届毕业生中招聘。加强职业技术师范院校建设，优化结构布局，引导一批高水平工科学校举办职业技术师范教育。实施职业院校教师素质提高计划，建立 100 个“双师型”教师培养培训基地，职业院校、应用型本科高校教师每年至少 1 个月在企业或实训基地实训，落实教师 5 年一周期的全员轮训制度。探索组建高水平、结构化教师教学创新团队，教师分工协作进行模块化教学。定期组织选派职业院校专业骨干教师赴国外研修访学。在职业院校实行高层次、高技能人才以直接考察的方式公开招聘。建立健全职业院校自主聘任兼职教师的办法，推动企业工程技术人员、高技能人才和职业院校教师双向流动。职业院校通过校企合作、技术服务、社会培训、自办企业等所得收入，可按一定比例作为绩效工资来源。

四、建设多元办学格局

（十三）推动企业和社会力量举办高质量职业教育。

各级政府部门要深化“放管服”改革，加快推进职能转变，由注重“办”职业教育向“管理与服务”过渡。政府主要负责规划战略、制定政策、依法依规监管。发挥企业重要办学

主体作用，鼓励有条件的企业特别是大企业举办高质量职业教育，各级人民政府可按规定给予适当支持。完善企业经营管理和技术人员与学校领导、骨干教师相互兼职兼薪制度。2020年初步建成300个示范性职业教育集团（联盟），带动中小企业参与。支持和规范社会力量兴办职业教育培训，鼓励发展股份制、混合所有制等职业院校和各类职业培训机构。建立公开透明规范的民办职业教育准入、审批制度，探索民办职业教育负面清单制度，建立健全退出机制。

（十四）做优职业教育培训评价组织。

职业教育包括职业学校教育和职业培训，职业院校和应用型本科高校按照国家教学标准和规定职责完成教学任务和职业技能人才培养。同时，也必须调动社会力量，补充校园不足，助力校园办学。能够依据国家有关法规和职业标准、教学标准完成的职业技能培训，要更多通过职业教育培训评价组织（以下简称培训评价组织）等参与实施。政府通过放宽准入，严格末端监督执法，严格控制数量，扶优、扶大、扶强，保证培训质量和学生能力水平。要按照在已成熟的品牌中遴选一批、在成长中的品牌中培育一批、在有需要但还没有建立项目的领域中规划一批的原则，以社会化机制公开招募并择优遴选培训评价组织，优先从制订过国家职业标准并完成标准教材编写，具有专家、师资团队、资金实力和5年以上优秀培训业绩的机构中选择。培训评价组织应对接职业标准，与国际先进标准接轨，按有关规定开发职业技能等级标准，负责实施职业技能考核、评价和证书发放。政府部门要加强监管，防止出现乱培训、滥发证现象。行业协会要积极配合政府，为培训评价组织提供好服务环境支持，不得以任何方式收取费用或干预企业办学行为。

五、完善技术技能人才保障政策

（十五）提高技术技能人才待遇水平。

支持技术技能人才凭技能提升待遇，鼓励企业职务职级晋升和工资分配向关键岗位、生产一线岗位和紧缺急需的高层次、高技能人才倾斜。建立国家技术技能大师库，鼓励技术技能大师建立大师工作室，并按规定给予政策和资金支持，支持技术技能大师到职业院校担任兼职教师，参与国家重大工程项目联合攻关。积极推动职业院校毕业生在落户、就业、参加机关事业单位招聘、职称评审、职级晋升等方面与普通高校毕业生享受同等待遇。逐步提高技术技能人才特别是技术工人收入水平和地位。机关和企事业单位招用人员不得歧视职业院校毕业生。国务院人力资源社会保障行政部门会同有关部门，适时组织清理调整对技术技能人才的歧视政策，推动形成人人皆可成才、人人尽展其才的良好环境。按照国家有关规定加大对职业院校参加有关技能大赛成绩突出毕业生的表彰奖励力度。办好职业教育活动周和世界青年技能日宣传活动，深入开展“大国工匠进校园”、“劳模进校园”、“优秀职校生校园分享”等活动，宣传展示大国工匠、能工巧匠和高素质劳动者的事迹和形象，培育和传承好工匠精神。

（十六）健全经费投入机制。

各级政府要建立与办学规模、培养成本、办学质量等相适应的财政投入制度，地方政

府要按规定制定并落实职业院校生均经费标准或公用经费标准。在保障教育合理投入的同时，优化教育支出结构，新增教育经费要向职业教育倾斜。鼓励社会力量捐资、出资兴办职业教育，拓宽办学筹资渠道。进一步完善中等职业学校生均拨款制度，各地中等职业学校生均财政拨款水平可适当高于当地普通高中。各地在继续巩固落实好高等职业教育生均财政拨款水平达到 12000 元的基础上，根据发展需要和财力可能逐步提高拨款水平。组织实施好现代职业教育质量提升计划、产教融合工程等。经费投入要进一步突出改革导向，支持校企合作，注重向中西部、贫困地区和民族地区倾斜。进一步扩大职业院校助学金覆盖面，完善补助标准动态调整机制，落实对建档立卡等家庭经济困难学生的倾斜政策，健全职业教育奖学金制度。

六、加强职业教育办学质量督导评价

（十七）建立健全职业教育质量评价和督导评估制度。

以学习者的职业道德、技术技能水平和就业质量，以及产教融合、校企合作水平为核心，建立职业教育质量评价体系。定期对职业技能等级证书有关工作进行“双随机、一公开”的抽查和监督，从 2019 年起，对培训评价组织行为和职业院校培训质量进行监测和评估。实施职业教育质量年度报告制度，报告向社会公开。完善政府、行业、企业、职业院校等共同参与的质量评价机制，积极支持第三方机构开展评估，将考核结果作为政策支持、绩效考核、表彰奖励的重要依据。完善职业教育督导评估办法，建立职业教育定期督导评估和专项督导评估制度，落实督导报告、公报、约谈、限期整改、奖惩等制度。国务院教育督导委员会定期听取职业教育督导评估情况汇报。

（十八）支持组建国家职业教育指导咨询委员会。

为把握正确的国家职业教育改革发展方向，创新我国职业教育改革发展模式，提出重大政策研究建议，参与起草、制订国家职业教育法律法规，开展重大改革调研，提供各种咨询意见，进一步提高政府决策科学化水平，规划并审议职业教育标准等，在政府指导下组建国家职业教育指导咨询委员会。成员包括政府人员、职业教育专家、行业企业专家、管理专家、职业教育研究人员、中华职业教育社等团体和社会各方面热心职业教育的人士。通过政府购买服务等方式，听取咨询机构提出的意见建议并鼓励社会和民间智库参与。政府可以委托国家职业教育指导咨询委员会作为第三方，对全国职业院校、普通高校、校企合作企业、培训评价组织的教育管理、教学质量、办学方式模式、师资培养、学生职业技能提升等情况，进行指导、考核、评估等。

七、做好改革组织实施工作

（十九）加强党对职业教育工作的全面领导。

以习近平新时代中国特色社会主义思想特别是习近平总书记关于职业教育的重要论述武装头脑、指导实践、推动工作。加强党对教育事业的全面领导，全面贯彻党的教育方针，落实中央教育工作领导小组各项要求，保证职业教育改革发展正确方向。要充分发挥党组

织在职业院校的领导核心和政治核心作用，牢牢把握学校意识形态工作领导权，将党建工作与学校事业发展同部署、同落实、同考评。指导职业院校上好思想政治理论课，实施好中等职业学校“文明风采”活动，推进职业教育领域“三全育人”综合改革试点工作，使各类课程与思想政治理论课同向同行，努力实现职业技能和职业精神培养高度融合。加强基层党组织建设，有效发挥基层党组织的战斗堡垒作用和共产党员的先锋模范作用，带动学校工会、共青团等群团组织和学生会组织建设，汇聚每一位师生员工的积极性和主动性。

（二十）完善国务院职业教育工作部际联席会议制度。

国务院职业教育工作部际联席会议由教育、人力资源社会保障、发展改革、工业和信息化、财政、农业农村、国资、税务、扶贫等单位组成，国务院分管教育工作的副总理担任召集人。联席会议统筹协调全国职业教育工作，研究协调解决工作中重大问题，听取国家职业教育指导咨询委员会等方面的意见建议，部署实施职业教育改革创新重大事项，每年召开两次会议，各成员单位就有关工作情况向联席会议报告。国务院教育行政部门负责职业教育工作的统筹规划、综合协调、宏观管理，国务院教育行政部门、人力资源社会保障行政部门和其他有关部门在职责范围内，分别负责有关的职业教育工作。各成员单位要加强沟通协调，做好相关政策配套衔接，在国家和区域战略规划、重大项目安排、经费投入、企业办学、人力资源开发等方面形成政策合力。推动落实《中华人民共和国职业教育法》，为职业教育改革创新提供重要的制度保障。



中国饭店协会简介

中国饭店协会是由从事饭店和餐饮业经营的企事业单位、有关产业链机构和经营管理人員自愿组成的全国性、行业性社会团体。本会的登记管理机关是民政部，党建领导机关是国务院国资委党委，成立于1994年1月14日。协会贯彻落实科学发展观，以服务为宗旨，以“转型升级、品牌提升”为主要任务。大力培育和打造中国饭店文化节、中国美食节、中国国际美食博览会、中国绿色饭店、中国饭店业职业经理人、全国饭店业职业技能竞赛等品牌活动。近年来，获得“中央国家机关文明单位”、“国务院国资委文明单位”等荣誉称号，学习型、创新型和服务型组织建设卓有成效。

具体服务事项：

一、政府事务服务

1. 参与制定国家及行业、团体标准；
2. 参与政府课题研究及制定；
3. 开展“绿色饭店”创建活动；
4. 推荐“全国五一劳动奖章”、“全国技术能手”、“中华老字号”等荣誉称号。

二、品牌服务

1. 为会员企业提供境内外上市服务；
2. 为会员企业提供中国驰名商标、中华老字号等申请服务；
3. 举办行业品牌活动；
4. 培育行业优秀品牌。

三、培训服务

1. 中国饭店协会教育学院及校企联盟；
2. 开展酒店管理、餐饮管理、名厨、星厨、绿色管理、职业经理人领域线上线下培训；
3. 开展包括教育部“1+X”项目在内的各项住宿业和餐饮业专项职业技能水平评价。

四、信息服务

1. 《中国饭店业》会员刊物；
2. 官方微信、网站等融媒体平台；
3. 国家级媒体资源；
4. 中国饭店协会研究院，提供行业研究、数据发布、咨询指导等服务；
5. CHA 美食在线。

五、国际交流服务

1. 国际饭店与餐馆协会执行董事单位；
2. 组织开展行业国际交流活动；
3. 组织饭店和餐饮企业参加国际会展活动。

六、社会服务

1. 聚焦三大攻坚战；
2. 绿色餐饮、制止餐饮浪费；
3. 精准扶贫；
4. 乡村振兴对标全面建成小康社会作贡献；
5. 服务以国内大循环为主体，国内国际双循环相互促进的新发展格局。



如果对此报告有任何意见或建议，请随时联系：

地址：北京市西城区车公庄大街9号五栋大楼A2座601 邮编100044

电话：010-88365877

网址：www.chinahotel.org.cn

邮箱：179717290@qq.com



扫码关注中国饭店协会公众号，了解更多信息