

2016

中国餐饮业年度报告

2015 财政年度
Financial Year 2015



中国饭店协会
China Hotel Association

2016 中国餐饮业年度报告

2016 CHINA RESTAURANT INDUSTRY SURVEY REPORT

2015财政年度

Financial Year 2015

发布单位

中国饭店协会

编 委 会

主 编：陈新华

副 主 编：张景富、宋小溪

数据收集：金勇、丁志刚、张宪红、李剑锋、崔明杰、邢程

更多信息，请联系：

中国饭店协会

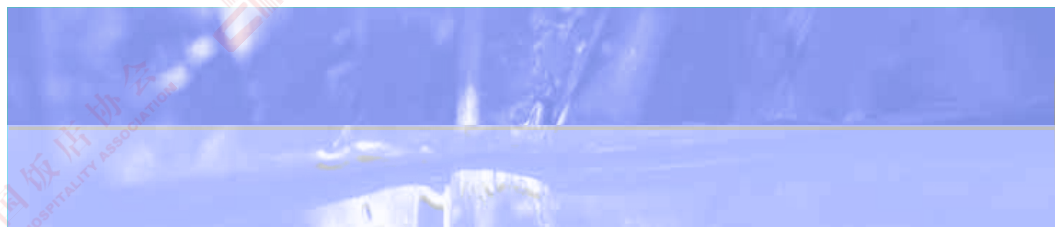
地址：北京市西城区月坛北街25号

电话：010-68391490

传真：010-68391490

网址：www.chinahotel.org.cn

邮箱：41629460@qq.com



目 录

关于此报告.....	5
第一部分 餐饮业年度经营分析报告.....	6
一、2016年度国内各省市餐饮收入排行（2015财年）	7
（一）2016年度中国各省市餐饮收入排行	7
（二）2016年度“丝绸之路”主要省市区餐饮收入排行	8
（三）2016年度“21世纪海上丝绸之路”主要省市区餐饮收入排行	8
（四）2016年度“京津冀”主要省市餐饮收入排行	9
（五）2016年度“长江经济带”主要省市餐饮收入排行	9
二、2016年度中国餐饮集团百强榜（2015财年）	10
（一）2016中国特色餐饮集团50强	10
（二）2016中国火锅餐饮集团20强	12
（三）2016中国快餐集团10强	12
（四）2016中国团餐集团10强	13
（五）2016中国休闲餐饮及西餐集团10强	13
三、2015年度餐饮市场经营分析	14
（一）特色餐饮市场分析.....	15
（二）火锅餐饮市场分析.....	18
（三）快餐市场分析.....	21
（四）团餐市场分析.....	23
（五）西餐休闲餐饮市场分析.....	25
（六）餐饮上市公司经营分析.....	28
第二部分 2016餐饮企业家信心指数分析报告	30
一、餐饮企业家信心指数编制与计算方法.....	32
（一）信心指数编制方法.....	32
（二）信心指数计算方法.....	32
二、数据收集情况.....	34
三、信心指数整体分析.....	35
四、不同类型餐饮企业家信心指数分析.....	37
（一）不同业态餐饮企业家对比分析.....	37
（二）不同规模餐饮企业对比分析.....	38
附件.....	39
国务院办公厅关于加快发展生活性服务业 促进消费结构升级的指导意见	39
商务部关于加快居民生活服务业线上线下融合创新发展的实施意见.....	49
商务部关于推动餐饮业转型发展的指导意见.....	52



《中国餐饮业年度报告》自 2009 年发布以来，受到了国家商务部、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大作用。

本次报告共汇总了全国不同业态餐饮企业的情况，涉及餐馆几千家，总餐位数上百万，主要是国内餐饮行业中各业态、各区域的代表性企业和领军企业。在此基础上，我们以企业申报和专家调查相结合，以直营店数据为主，以上市公司合并报表原则为准，发布了“中国餐饮集团百强排名”。前 100 强集团营业收入超过 1500 亿元，占全国

餐饮业营业收入 4.64%。本报告发布的“中国餐饮集团品牌”适应新型业态加速发展趋势，按特色餐饮、火锅餐饮、快餐、团餐、西餐及休闲餐饮分为五个类别。

2015 年，全国餐饮收入实现 32310 亿元，同比增长 11.7%，这是我国餐饮收入第一次破 3 万亿。2016 年 1-3 月份，全社会餐饮收入 8302 亿元，同比增长 11.3%；高于社会消费品零售总额 10.5% 的总体增速，已经成为国务院消费升级的十大行业之一。预计今年全社会餐饮收入营业额将超过三万五千亿。2015 年的餐饮业呈现出三个特点：一是大众化餐饮的消费升级成为主体市场，全年三万亿餐饮收入中大众化餐饮需求占 80%，目前，大众餐饮消费对安全、健康、特色、体验等的升级需求成为市场的主要导向，小而精特色店、单品连锁、婚庆喜宴、商场餐饮成为未来发展趋势。二是新型业态快速发展。快餐、团餐、火锅、休闲餐饮、小吃、社区餐饮、商场餐饮、外卖外送、健康养生等业态快速发展。三是中国餐饮 O2O 模式发展迅猛，外卖市场蓬勃发展并不断规范。我们预测，在未来 5 年中，产品没有竞争力的，选址、定位、营销出现偏差等问题的中小餐企将会经营困难，行业中集团化运作的大型餐企将成为行业主要力量，另一方面有工匠精神、产品有品质、有特色、高性价比的单品店、特色店继续获得追捧。

最后，感谢所有参与本年度《中国餐饮业年度报告》的企业对此次意义深远的研究的支持，正是由于有这些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

关于此报告

1、本报告主要是针对中国经济进入新常态、餐饮业主动适应和引领新常态，对2014年行业发展新的形势做出的调查分析，力求准确反映2015年我国餐饮业发展现状与2016餐饮业发展方向。

2、本报告第一部分主要依据中国饭店协会对全国范围内近百家典型企业调查数据进行的测算和定性分析，其中同比数据主要依据为本年度受调查典型企业的同比变动。第二部分主要依据中国饭店协会与零点有数集团（原零点研究咨询集团）共同开展的餐饮企业家信心指数调查，在回收问卷基础上，由零点餐饮研究中心进行汇总分析。

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大众化、信息化、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。

第一部分 餐饮业年度经营分析报告

一、2016 年度国内各省市餐饮收入排行 (2015 财年)

(一) 2016 年度中国各省市市区餐饮收入排行

排序	省份	2015 各省餐饮收入 (亿元)	餐饮收入同比增长 (%)	GDP 收入 (亿元)	GDP 同比增长 (%)	备注
1	广东	3238.83	10.70%	7.28 万	8.00%	
2	山东	2840.10	13.10%	6.3 万	8.10%	
3	江苏	2420.10	10.50%	7.01 万	8.50%	
4	河南	2059.78	13.70%	3.7 万	8.30%	
5	浙江	1988.00	9.80%	4.29 万	8.00%	
6	四川	1956.00	12.30%	3.01 万	7.90%	
7	湖北	1813.56	15.84%	2.96 万	8.90%	
8	河北	1685.20	17.00%	2.98 万	6.80%	
9	辽宁	1500.90	9.80%	2.87 万	3.00%	
10	湖南	1252.00	7.50%	2.9 万	8.60%	
11	福建	1109.47	10%	2.59 万	9.00%	
12	内蒙古	1050.00	18.30%	1.80 万	7.70%	
13	上海	1007.96	7.30%	2.49 万	6.90%	含住宿
14	黑龙江	902.9	16.5%	1.5 万	5.50%	
15	北京	846.80	3.30%	2.3 万	6.90%	
16	重庆	756.77	13.40%	1.43 万	10.90%	含住宿
17	吉林	755.16	11.40%	1.43 万	6.50%	
18	安徽	749.40	12.10%	2.2 万	8.70%	
19	天津	748.78	12.10%	1.65 万	9.30%	含住宿
20	云南	744.10	10.90%	1.37 万	8.70%	
21	江西	693.50	10.30%	1.67 万	9.10%	
22	陕西	673.34	15.70%	1.81 万	8.00%	
23	广西	559.47	14.70%	1.68 万	8.10%	
24	山西	538.70	5.00%	1.28 万	3.10%	
25	甘肃	460.03	10.90%	0.68 万	8.10%	
26	贵州	300.33	12.80%	1.05 万	10.70%	
27	海南	170.07	6.60%	0.37 万	7.80%	含住宿
28	新疆	155.62	4.80%	0.93 万	8.80%	含住宿

排序	省份	2015 各省餐饮收入 (亿元)	餐饮收入同比增长 (%)	GDP 收入 (亿元)	GDP 同比增长 (%)	备注
29	宁夏	119.30	19.10%	0.29 万	8.00%	
30	西藏	60.9	14.7%	0.10 万	11.00%	
31	青海	56.38	9.20%	0.24 万	8.20%	

(二) 2016 年度“丝绸之路”主要省市区餐饮收入排行

排序	省份	2015 各省餐饮收入 (亿元)	餐饮收入同比增长 (%)	GDP 收入 (亿元)	GDP 同比增长 (%)	备注
1	四川	1956.00	12.30%	3.01 万	7.90%	
2	内蒙古	1050.00	18.30%	1.80 万	7.70%	
3	重庆	756.77	13.40%	1.43 万	10.90%	含住宿
4	云南	744.10	10.90%	1.37 万	8.70%	
5	陕西	673.34	15.70%	1.81 万	8.00%	
6	甘肃	460.03	10.90%	0.68 万	8.10%	
7	新疆	155.62	4.80%	0.93 万	8.80%	含住宿
8	宁夏	119.30	19.10%	0.29 万	8.00%	
9	青海	56.38	9.20%	0.24 万	8.20%	

(三) 2016 年度“21 世纪海上丝绸之路”主要省市区餐饮收入排行

排序	省份	2015 各省餐饮收入 (亿元)	餐饮收入同比增长 (%)	GDP 收入 (亿元)	GDP 同比增长 (%)	备注
1	广东	3238.83	10.70%	7.28 万	8.00%	
2	山东	2840.10	13.10%	6.3 万	8.10%	
3	江苏	2420.10	10.50%	7.01 万	8.50%	
4	浙江	1988.00	9.80%	4.29 万	8.00%	
5	福建	1109.47	10%	2.59 万	9.00%	
6	上海	1007.96	7.30%	2.49 万	6.90%	含住宿
7	天津	748.78	12.10%	1.65 万	9.30%	含住宿
8	广西	559.47	14.70%	1.68 万	8.10%	
9	海南	170.07	6.60%	0.37 万	7.80%	含住宿

(四) 2016 年度“京津冀”主要省市餐饮收入排行

排序	省份	2015 各省餐饮收入 (亿元)	餐饮收入同比增长 (%)	GDP 收入 (亿元)	GDP 同比增长 (%)	备注
1	河北	1685.20	17.00%	2.98 万	6.80%	
2	北京	846.80	3.30%	2.3 万	6.90%	
3	天津	748.78	12.10%	1.65 万	9.30%	含住宿

(五) 2016 年度“长江经济带”主要省市餐饮收入排行

排序	省份	2015 各省餐饮收入 (亿元)	餐饮收入同比增长 (%)	GDP 收入 (亿元)	GDP 同比增长 (%)	备注
1	江苏	2420.10	10.50%	7.01 万	8.50%	
2	浙江	1988.00	9.80%	4.29 万	8.00%	
3	四川	1956.00	12.30%	3.01 万	7.90%	
4	湖北	1813.56	15.84%	2.96 万	8.90%	
5	湖南	1252.00	7.50%	2.9 万	8.60%	
6	上海	1007.96	7.30%	2.49 万	6.90%	含住宿
7	重庆	756.77	13.40%	1.43 万	10.90%	含住宿
8	安徽	749.40	12.10%	2.2 万	8.70%	
9	云南	744.10	10.90%	1.37 万	8.70%	
10	江西	693.50	10.30%	1.67 万	9.10%	
11	贵州	300.33	12.80%	1.05 万	10.70%	

二、2016 年度中国餐饮集团百强榜（2015 财年）

2015 年，全国餐饮收入实现 32310 亿元，同比增长 11.7%，这是我国餐饮收入第一次破 3 万亿。中国餐饮业在政府政策推动、居民消费持续增强、行业创新转型驱动下，呈现了大众转型、结构优化、动力转换的新趋势。

从中国餐饮集团百强情况来看，在市场的重新洗牌下，大众餐饮成为市场新的主体。特色餐饮 50 强营业额合计超过 500 亿元，杭州饮食服务集团以其近 55 亿的营收继续蝉联百强榜首，上海杏花楼（集团）股份有限公司、山东凯瑞餐饮集团位居其后；火锅餐饮 50 强营业额合计超过 450 亿元，四川海底捞餐饮股份有限公司成为领军企业，北京黄记煌餐饮管理有限公司、内蒙古小尾羊餐饮连锁有限公司进入前三甲；快餐 10 强营业额合计超过 120 亿元，味千（中国）控股有限公司位居首位，真功夫餐饮管理有限公司、北京庆丰包子铺紧随其后；团餐 10 强营业额合计超过 180 亿元，河北千喜鹤饮食股份有限公司、东莞市鸿骏膳食管理有限公司、快客利（中国）控股集团有限公司位居前三强；西餐及休闲餐饮 10 强营业额合计超过 100 亿元，浙江两岸食品连锁有限公司、厦门豪客来餐饮管理有限公司、王品集团进入该业态前三位。

（一）2016 中国特色餐饮集团 50 强

排序	集团
1	杭州饮食服务集团有限公司
2	上海杏花楼（集团）股份有限公司
3	山东凯瑞餐饮集团
4	重庆陶然居饮食文化（集团）有限公司
5	小南国餐饮控股有限公司
6	蓝海酒店集团
7	中国全聚德（集团）股份有限公司
8	外婆家餐饮集团有限公司
9	广州酒家集团股份有限公司
10	丰收日（集团）股份有限公司
11	北京西贝餐饮管理有限公司
12	绍兴咸亨集团股份有限公司
13	北京华天饮食集团公司
14	上海避风塘美食有限公司
15	广东东江饮食集团
16	合肥蜀王餐饮集团
17	南京大惠企业发展有限公司

排序	集团
18	安徽同庆楼集团
19	眉州东坡餐饮管理（北京）有限公司
20	南京古南都投资发展集团有限公司
21	宁波白金汉爵酒店投资有限公司
22	唐宫（中国）控股有限公司
23	厦门市舒友海鲜大酒楼有限公司
24	宁波石浦酒店管理发展有限公司
25	成都大蓉和餐饮管理有限公司
26	浙江向阳渔港集团股份有限公司
27	重庆和之吉饮食文化有限公司
28	武汉市亢龙太子酒轩有限责任公司
29	北京旺顺阁餐饮管理有限公司
30	武汉艳阳天商贸发展有限公司
31	温州云天楼实业有限公司
32	成都红杏酒家有限责任公司
33	西安饮食服务（集团）股份有限公司
34	上海老城隍庙餐饮（集团）有限公司
35	广州市炳胜饮食集团
36	新荣记餐饮服务公司
37	济南嘉和世纪酒店管理有限公司
38	湖南徐记酒店管理有限公司
39	哈尔滨东方合众餐饮有限责任公司
40	新世纪青年饮食有限公司
41	狗不理集团股份有限公司
42	北京便宜坊烤鸭集团有限公司
43	长沙饮食集团有限公司
44	成都老房子餐饮管理有限公司
45	耀华饮食集团
46	黄山大厦餐饮集团
47	武汉湖锦娱乐发展有限责任公司
48	西安晶海餐饮管理有限公司
49	重庆阿兴记产业（集团）有限公司
50	杭州楼外楼实业集团股份有限公司

(二) 2016 中国火锅餐饮集团 20 强

排序	集团
1	四川海底捞餐饮股份有限公司
2	北京黄记煌餐饮管理有限责任公司
3	内蒙古小尾羊餐饮连锁有限公司
4	重庆德庄实业(集团)有限公司
5	重庆刘一手餐饮管理有限公司
6	呷哺呷哺餐饮管理有限公司
7	刘一锅餐饮管理有限公司
8	浙江凯旋门澳门豆捞控股集团有限公司
9	内蒙古小肥羊餐饮连锁有限公司
10	重庆鲁西肥牛餐饮文化发展有限公司
11	四川香天下餐饮管理有限公司
12	重庆佳永小天鹅餐饮有限公司
13	北京新辣道餐饮管理有限公司
14	重庆朝天门餐饮控股集团有限公司
15	北京东来顺集团有限责任公司
16	河南百年老妈饮食管理有限公司
17	巴奴毛肚火锅
18	辣莊餐饮管理有限公司
19	四川蜀九香企业管理有限公司
20	陕西一尊餐饮管理有限公司

(三) 2016 中国快餐集团 10 强

排序	集团
1	味千(中国)控股有限公司
2	真功夫餐饮管理有限公司
3	北京庆丰包子铺
4	安徽老乡鸡餐饮有限公司
5	宁波市好味当餐饮股份有限公司
6	宁波新四方餐饮管理有限公司
7	乌鲁木齐市苏氏企业发展有限公司

排序	集团
8	大连亚惠美食有限公司
9	烟台蓝白餐饮有限公司
10	北京嘉和一品企业管理有限公司

(四) 2016 中国团餐集团 10 强

排序	集团
1	河北千喜鹤饮食股份有限公司
2	东莞市鸿骏膳食管理有限公司
3	快客利(中国)控股集团有限公司
4	北京健力源餐饮管理有限公司
5	上海麦金地集团股份有限公司
6	北京金丰餐饮有限公司
7	武汉华工后勤管理有限公司
8	深圳市德保膳食管理有限公司
9	宁波康喜乐嘉餐饮管理有限公司
10	广东好来客餐饮管理有限公司

(五) 2016 中国休闲餐饮及西餐集团 10 强

排序	单位名称
1	浙江两岸食品连锁有限公司
2	厦门豪客来餐饮管理有限公司
3	王品集团
4	济南东方豪客餐饮管理有限公司
5	江苏水天堂餐饮管理有限公司
6	五十七度湘餐饮管理有限公司
7	厦门豪享来餐饮管理有限公司
8	上海赤坂亭餐饮投资管理有限公司
9	权金城企业管理(北京)有限公司
10	迪欧餐饮集团

三、2015 年度餐饮市场经营分析

2015 年,中国经济下行压力持续加大,全年国内生产总值同比增长 6.9%,达 67.67 万亿,是自 2009 年第一季度以来最低水平。餐饮业在大的宏观环境下影响下,变化明显且快速。

国家政策改变促使消费模式的转变,高档消费不断缩减,大众消费增长迅猛。传统正餐主导的局面变为多样化的模式,企业纷纷转型多品牌布局。休闲餐饮的普及化同样为行业带来不少的挑战。互联网对餐饮服务行业的不断渗透以及对消费者消费习惯的不断改造,使得这一传统服务行业在运营和营销方面正经历着巨大的改变。2015 年,餐饮行业迎来了外卖的全面爆发,以支付宝、微信支付为首的移动支付,正改变着消费者的支付习惯,同时也对餐饮企业的信息化提出了新的要求。另外,由于消费者消费习惯的不断改变及对新鲜事物的追求,特别是 90 后人群,加上各种特色餐饮不断推陈出新,如何抓住消费者成了餐饮企业面临的新挑战。

看好餐饮市场的长期发展,不断有新的资本和跨界竞争者进入餐饮市场。根据大众点评数据,截至 2015 年 12 月 31 日全国共有 5,074,852 家餐厅,其中广州及深圳等一线城市的餐厅数量平均增加超过 50,000 家,增幅超过 50%,竞争日益加剧。在餐饮企业经营管理中,由于粮食、肉类等原辅材料价格一直上涨,人力成本不断增加,物业租金持续走高。如何在有限资源下扩大营业额、增加利润是行业 2015 年的重要课题,也推动了中国餐饮业内部经营管理及成本管控能力的提升。

（一）特色餐饮市场分析

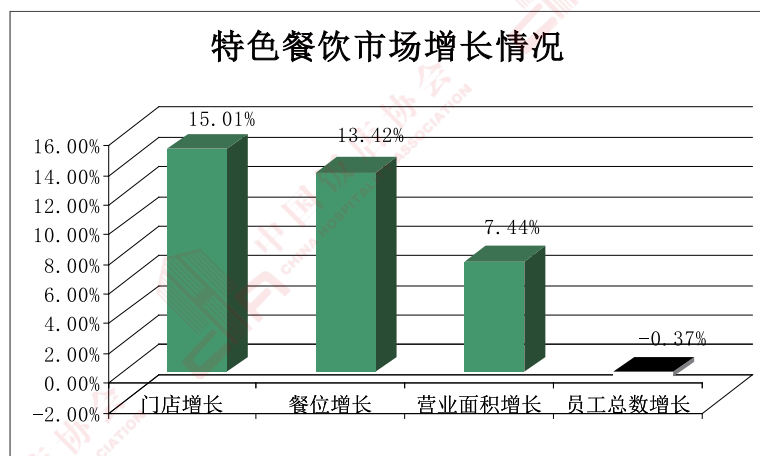
1、营收情况

项目	数值
每平米营收	0.93 万元
每餐位营收	3.68 万元
人均劳效	20.61 万元

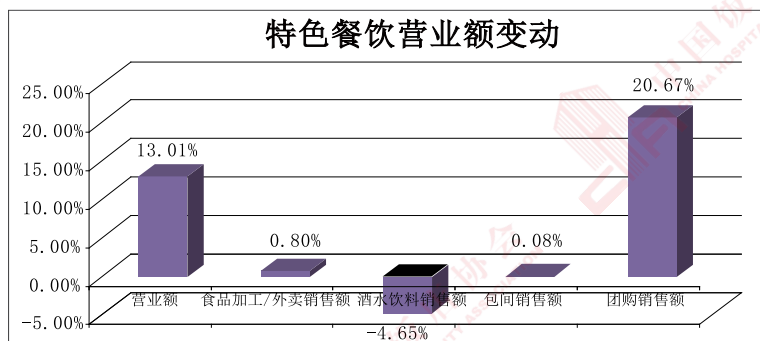
2、消费变化

项目	高档餐饮	中档餐饮	大众餐饮
人均消费较上年变化	-4.18%	7.47%	10.76%
消费人次较上年变化	-2.67%	8.55%	13.61%

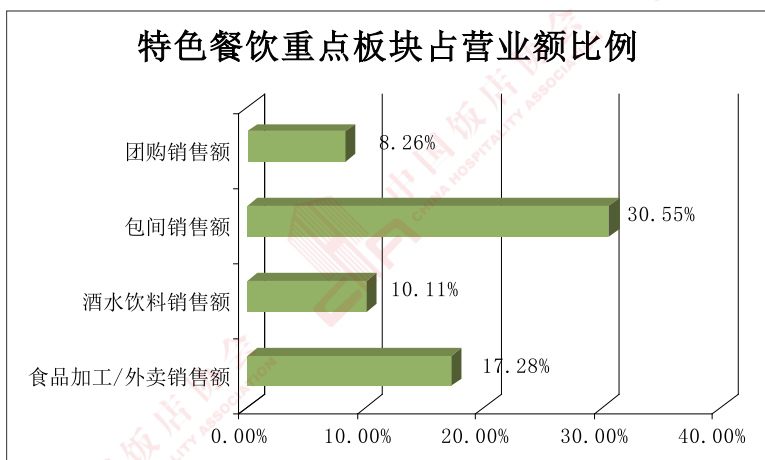
3、增长情况



4、营业额变动及构成

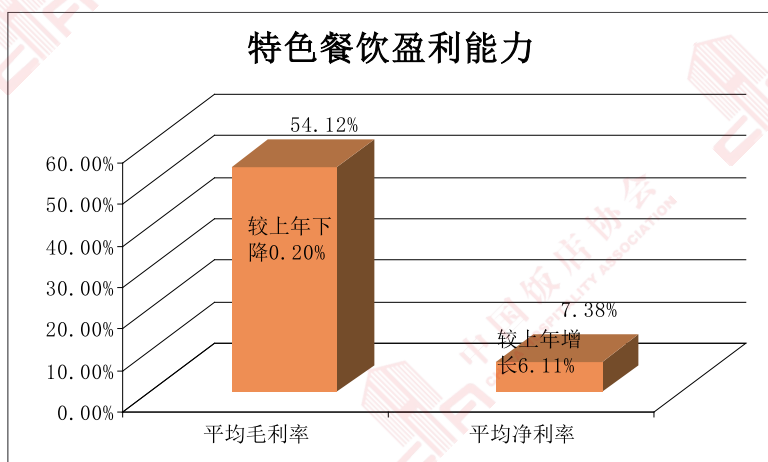


特色餐饮重点板块占营业额比例



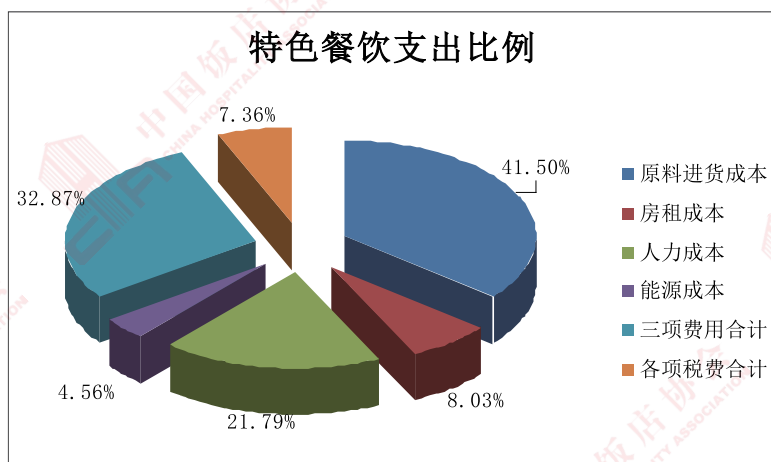
5、盈利情况

特色餐饮盈利能力

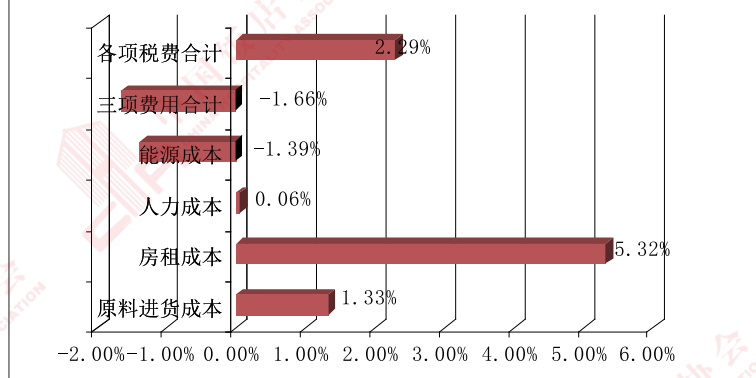


6、支出比例及变动

特色餐饮支出比例



特色餐饮各项支出较上年变动



7、员工流失

年平均员工流失率:14.02%

(二) 火锅餐饮市场分析

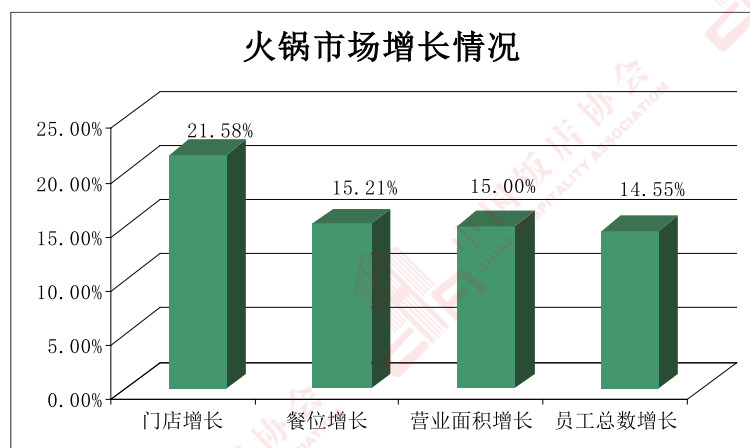
1、营收情况

项目	数值
每平米营收	1.47 万元
每餐位营收	4.62 万元
人均劳效	18.98 万元

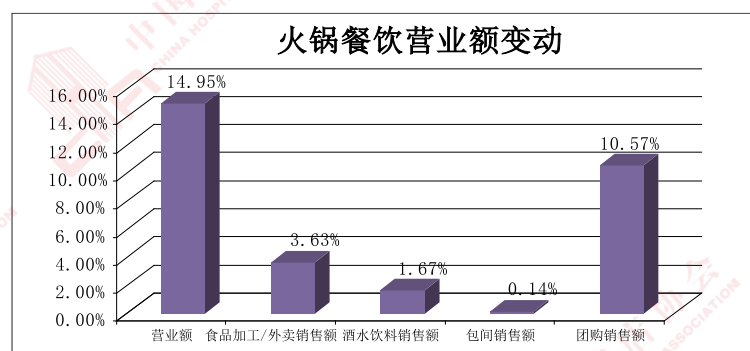
2、消费变化

项目	高档餐饮	中档餐饮	大众餐饮
人均消费较上年变化	6.29%	9.16%	4.85%
消费人次较上年变化	-2.67%	4.94%	6.85%

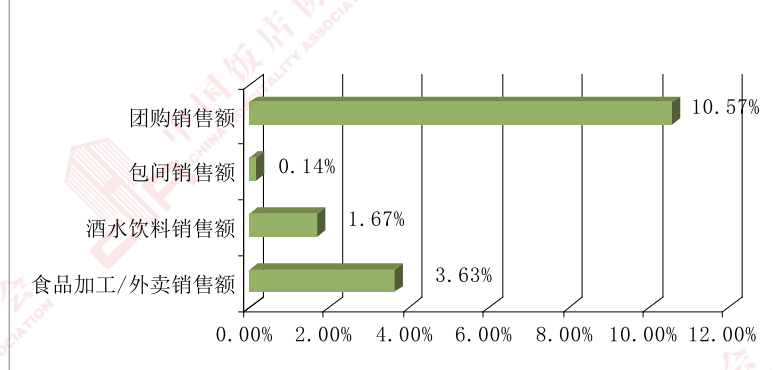
3、增长情况



4、营业额变动及构成

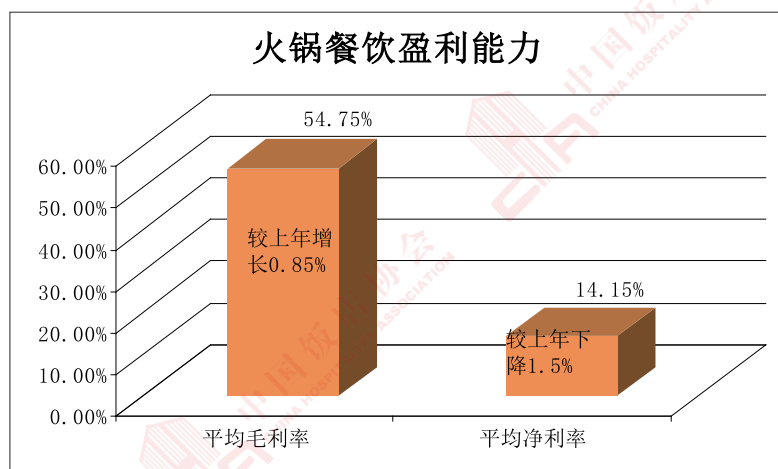


火锅餐饮重点板块占营业额比例



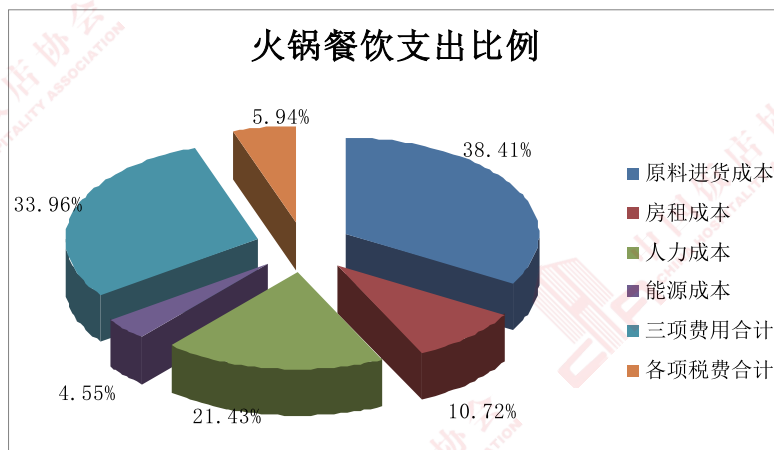
5、盈利情况

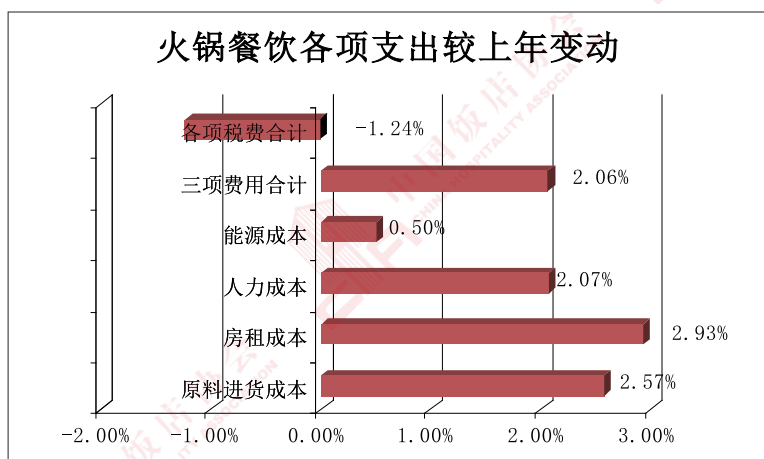
火锅餐饮盈利能力



6、支出比例及变动

火锅餐饮支出比例





7、员工流失

年平均员工流失率 :14.46%

(三) 快餐市场分析

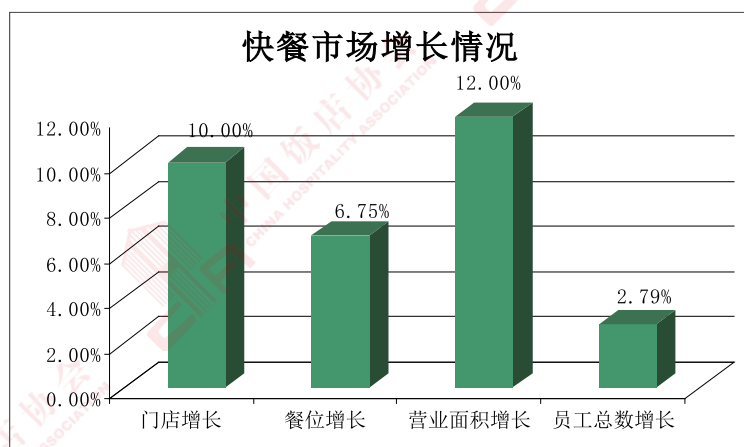
1、营收情况

项目	数值
每平米营收	1.65 万元
每餐位营收	4.85 万元
人均劳效	17.37 万元

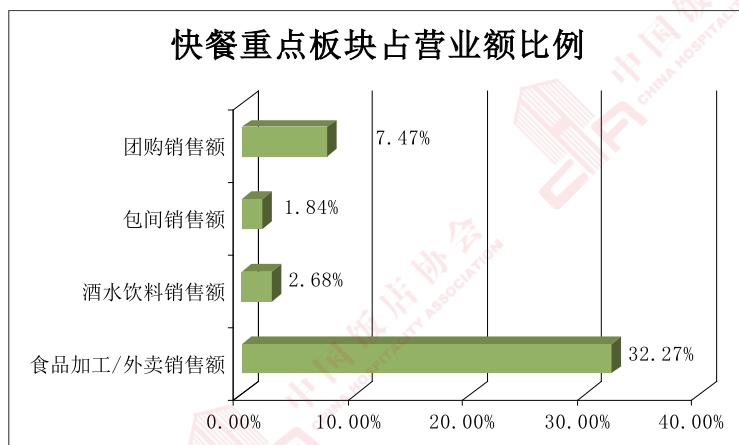
2、消费变化

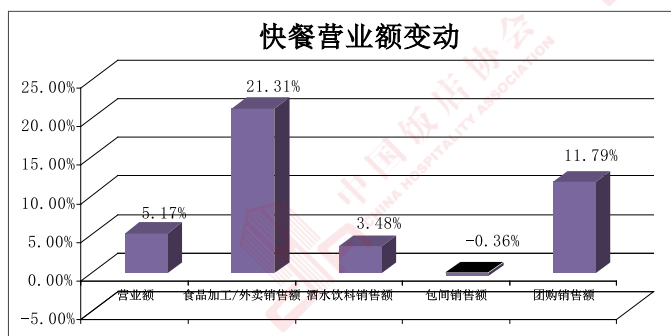
项目	数值
人均消费较上年变化	8.29%
消费较上年变化	-2.03%

3、增长情况

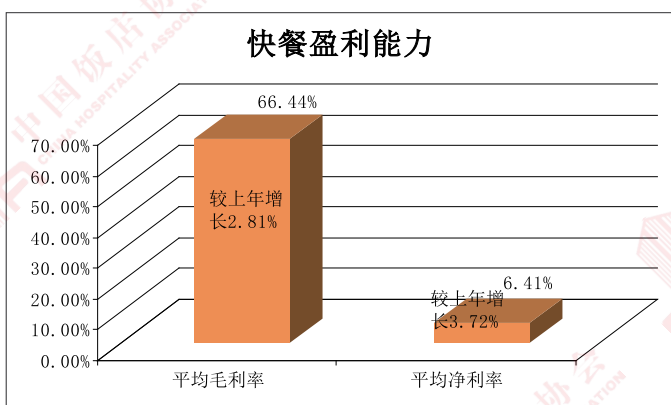


4、营业额变动及构成

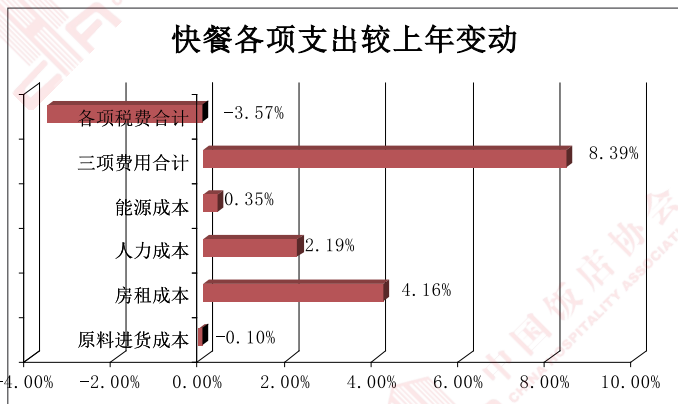
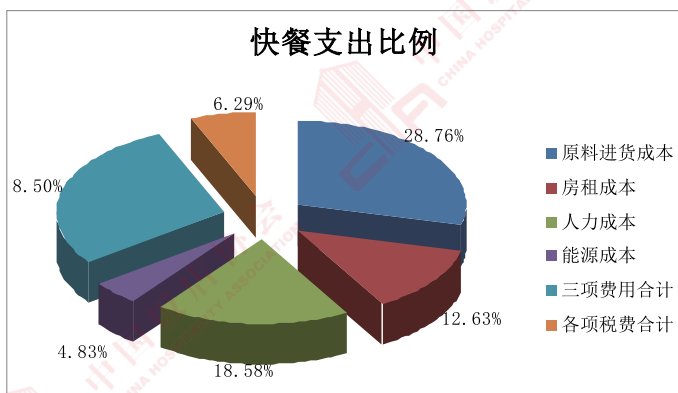




5、盈利情况



6、支出比例及变动



7、员工流失

年平均员工流失率 :41%

（四）团餐市场分析

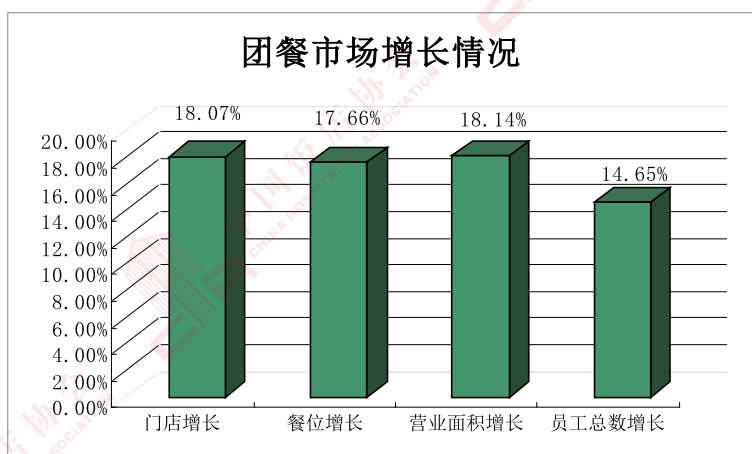
1、营收情况

项目	数值
每平米营收	1.02 万元
每餐位营收	2.20 万元
人均劳效	20.84 万元

2、消费变化

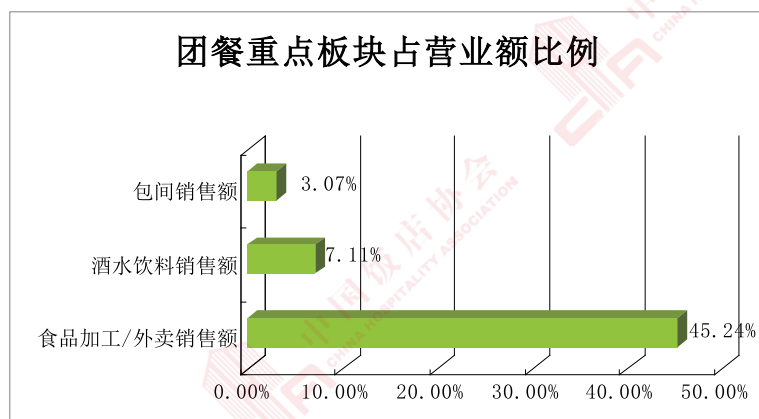
项目	数值
人均消费较上年变化	2.13%
消费人次较上年变化	7.81%

3、增长情况

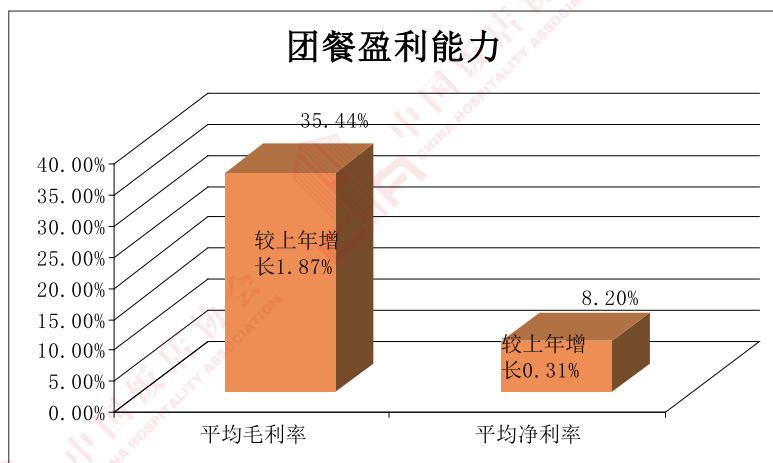


4、营业额变动及构成

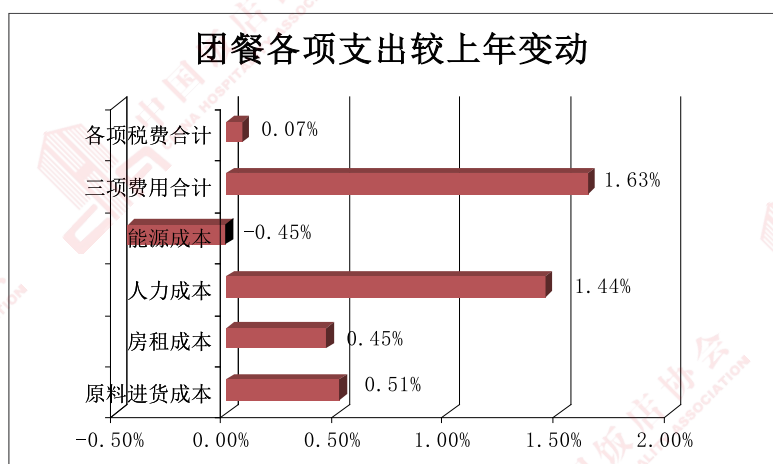
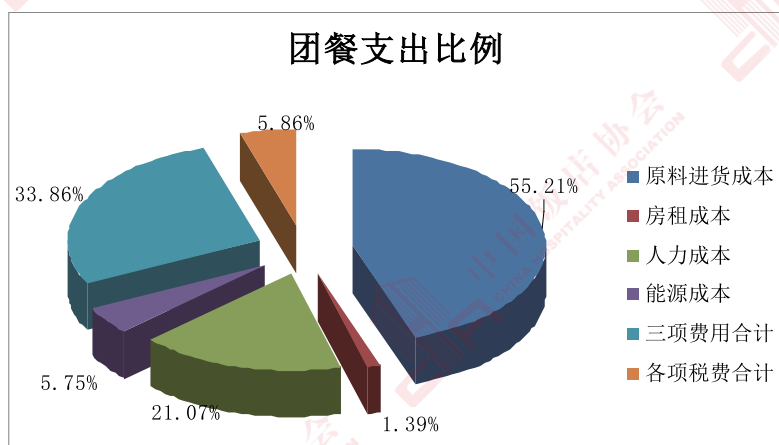
营业额较上一年度增长：14.55%



5、盈利情况



6、支出比例及变动



7、员工流失

年平均员工流失率 :14.95%

（五）西餐休闲餐饮市场分析

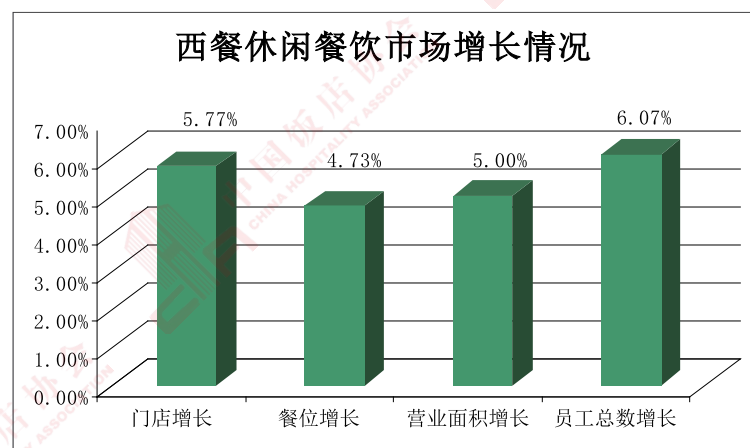
1、营收情况

项目	数值
每平米营收	1.04 万元
每餐位营收	4.04 万元
人均劳效	23.42 万元

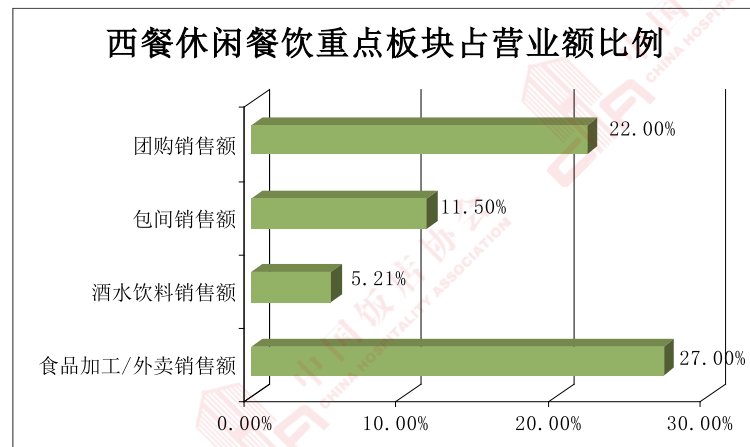
2、消费变化

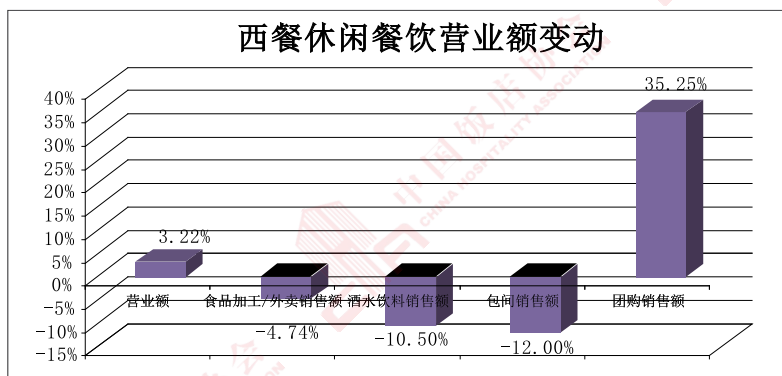
项目	高档餐饮	中档餐饮	大众餐饮
人均消费较上年变化	-7.67%	-4.83%	13.33%
消费人次较上年变化	-12.95%	-2.63%	7.25%

3、增长情况

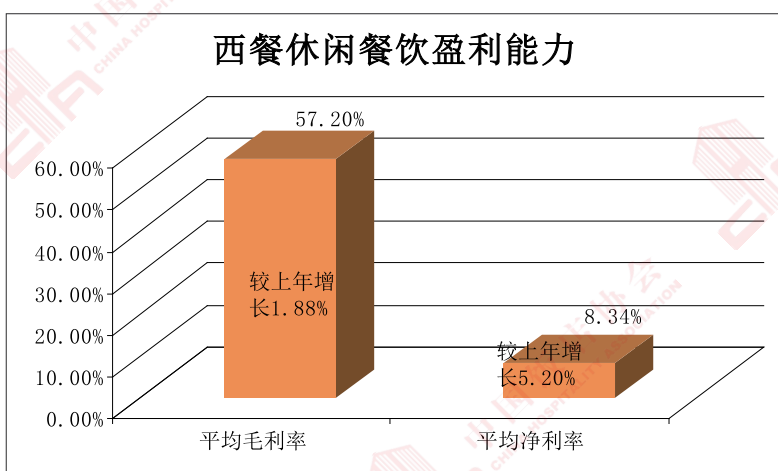


4、营业额变动及构成

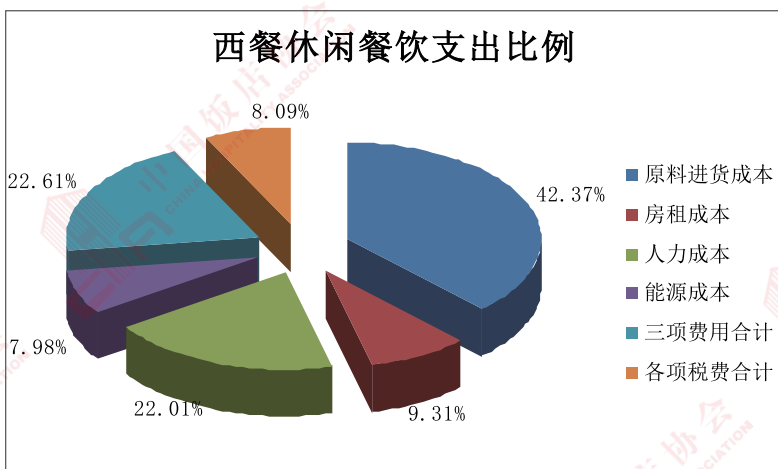




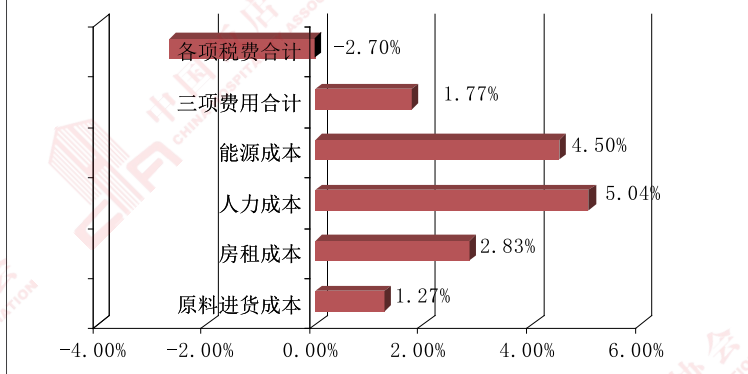
5、盈利情况



6、支出比例及变动



西餐休闲餐饮各项支出较上年变动



7、员工流失

年平均员工流失率 :7.5%

（六）餐饮上市公司经营分析¹

1、全聚德 (002186)

2015 年，全聚德营业收入为 185,320.57 万元，同比上升 0.39%；利润总额为 18,987.68 万元，同比上升 6.64%；归属于母公司所有者的净利润为 13,113.85 万元，同比上升 4.48%；基本每股收益为 0.4251 元，同比上升 0.19%；加权平均净资产收益率为 9.85%，同比下降 1.53%；扣除非经常性损益的净利润为 11,909.66 万元，同比上升 1.43%；接待宾客 726.82 万人次，同比增长 3.15%；人均消费同比下降 2.14%；上座率同比上升 4.95%。

2、西安饮食 (000721)

2015 年内，公司实现营业收入 499,001,566.85 元，同比下降 8.57%；归属于上市公司股东的净利润 -31,647,585.76 元，同比下降 386.13%；按公司期末总股本计算，每股收益 -0.0634 元，同比下降 385.59%；总资产 1,087,001,188.69 元，较年初增长 2.13%。全年散客收入占比达到 50%，同比上年提升 2 个百分点；接待散客人次、外卖收入分别同比上年增长 6% 和 20% 左右。公司 4 家分（子）公司 O2O 微信平台实现线上销售收入 67 万元；借力第三方平台实现销售收入 1016 万元；“一卡通”实现收入 530 万元。

3、小南国 (03666)

小南国于 2015 年全年收入增长 31.8% 至人民币 2,035.2 百万元，期内毛利增长 35.8% 至人民币 1405.4 百万元，同时期内亏损为人民币 94.8 百万元。2015 年收入增长主要得益于 2015 年可比餐厅的销售额较上年同期增加 1.9%，2015 年新品牌和新门店的开设以及年初并购的百佳香港旗下 30 家门店。为提升经营利润率，小南国于 2015 年对门店进行了优化梳理并对公司架构进行调整由此产生的一次性费用导致亏损，如扣除一次性费用影响，公司经营利润率基本保平。2015 年公司主营业务（包含慧公馆、小南国、南小馆三个品牌）稳健增长，总销售额上升 9.3%，同店销售增长 1.9%，门店营业利润达到 8.4%（2014 年为 6.8%），可见小南国在动荡的市场环境下的运营及管理能力。

4、呷哺呷哺 (00520)

截止 2015 年底，呷哺呷哺于中国八个省份的 39 个城市，以及三个直辖市拥有 552 间直营餐厅，其中，年内新开设 100 间新餐厅。全年营业收入达到人民币 24.25 亿元，较 2014 年增长 10.1%；经营利润由 2014 年的人民币 4.50 亿元增加 10.0% 至 4.95 亿元。2015 年净利润达到人民币 2.63 亿元，如果剔除员工期权计划相关的以股份为基础的报酬开支人民币 6.52 百万元，调整后净利润约为人民币 2.70 亿元，较 2014 年增长 45.1%；调整后净利润率达到了 11.1%，较去年提升了 2.7%。翻座率 3.4 倍，顾客人均消费人民币 46.8 元。全国同店销售额下降 4.0%，主要由于中国经济增长放缓，从而导致消费者外出用餐的可支配消费较为谨慎。

¹ 本部分内容摘编自各公司 2015 年报。

5、味千 (00538)

至 2015 年底，集团拥有 673 家餐厅，形成遍布全国的零售网络，味千餐厅已进入中国 120 个城市及 30 个省份；各大城市中，上海餐厅数量最多，共 142 家，江苏其后，共有 80 家，广东共有 56 家（不包括深圳），另外还有 357 家分布在中国由南到北的其他各大城市。2015 年，集团营业额较去年同期下降 5.8%，利润下降 17.7%，利润率由 8.3% 下降至 7.3%，食材成本由 30.9% 降至 30.4%，租金成本由 15.2% 升至 16.0%，人工成本由 23.8% 降至 23.5%，营运成本仍然为 15.2%。2015 年营业额达到约港币 31.29 亿元，较 2014 年减少约 5.8%。毛利达到约港币 21.77 亿元，较去年减少约 5.0%；年度溢利减少约 15.5% 及股东应占溢利约为港币 2.27 亿元，较去年的减少约 17.7%；净边际利润率也由去年的约 8.3% 下降至约 7.3%。

6、丰收日 (833673)

2015 年，公司实现营业收入 10.02 亿元，较去年同期上升 8.89%；实现净利润 5300 万元，较去年同期上升 4.29%；资产总额达到 7.36 亿元，较去年同期上升 7.67%。

7、唐宫中国 (01181)

集团于 2015 年财政年度之收益增加人民币 99.1 百万元，或 10.0%，由 2014 年财政年度的人民币 989.0 百万元增至人民币 1,088.1 百万元。已消耗存货成本及员工成本占主要部分的经营开支。年度已消耗存货成本占收益的百分比下降 0.7% 至 40.0%，员工成本（不包括以权益结算的购股权／股份奖励计划开支）占收益的百分比由于工资水平上涨及新店开张前之员工培训而增加 1.5% 至 27.4%。其他经营开支包括物业、厂房及设备项目的折旧，水电费及易耗品、租金及相关支出，及其他开支，占收益百分比数字均保持平稳。集团经营 56 家餐厅，另以合营方式经营 6 家餐厅。2015 年，在北京、成都、上海及香港 4 个城市合共新开设 5 家中式餐厅及 2 家休闲餐厅。

第二部分 2016年餐饮企业家信心指数分析报告

中国饭店协会、零点集团餐饮行业研究中心

2015 年，餐饮行业止跌回暖，然而，新常态下的餐饮行业还会面临泡沫过后的调整和镇痛。在 2015 年，餐饮行业月倒闭率高达 10%，一定程度上是由于结构化产能过剩的“势能”蔓延，资本聚集，进入行业的竞争者越来越多。加上租金成本、食品价格等成本负担加重和企业受到自身管理及营销等问题所困扰，餐饮企业在更加回归理性，还原市场基本面，知名品牌不盲目扩张，开店速度减缓，新兴特色餐饮顺势扩张，一切以市场真实需求为导向。当前，餐饮行业面临着机遇与风险并存的行业现状，餐饮人审慎而行，在这样的背景下，为了更好的掌握餐饮行业的发展脉搏和发展动态，了解餐饮企业家对于行业未来发展的信心。由中国饭店协会和零点餐饮行业研究中心共同发起行业调研，并由零点餐饮行业研究中心进行数据分析汇总，对于中国餐饮行业的发展信心做了相关的研究与分析。

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一：

表一 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. 先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. 然后，透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，一是依托零点餐饮行业研究中心公众号问卷填答平台对数据进行收集，二是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2016年2月4日至2016年5月1日。本次调查共有效访问185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餐（西北菜、粤菜等）、西餐、日本料理、火锅、团餐等十余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、扬州、昆明及其他省市等地区，数据具有餐饮行业广泛代表性。

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谨慎乐观态度：从表二调查数据显示，中国餐饮行业总体发展态势良好，餐饮行业总体乐观情况指数（一级指标）得分为 118.3 分，处于谨慎乐观区域。受访者对餐饮行业未来的信心指数得分为 118.1 分，对于现状的信心指数得分为 118.6 分，这说明企业家对行情看法稳定。其中高达 49.2% 的餐饮企业家对未来餐饮行业发展持乐观态度，仅 15.1% 表示悲观，说明行情被普遍看好。

表二 一级指标指数分值 (N=185)

指标名称	评价项目 总体指数	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	118.3	118.6	118.1

餐饮企业家对行业外部环境和企业内部环境信心趋同：表三调查数据显示，从二级指标内外部环境和企业内部信心角度去看，外部环境信心总体指数为 104.7 分，企业内部信心总体指数为 103.7 分，基本持平，说明餐饮企业家对外部环境和企业内部的信心没有明显差异。

表三 二级指标指数分值 (N=185)

指标名称	评价项目总体指数	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	104.7	103.7	105.3
企业内部信心	103.7	101.5	105.2

从三级细分指标去看，餐饮行业处于“稳中求进”阶段：见表四，如果说去年受宏观经济下行、成本压力加大、新常态政策等不明朗因素影响，不少餐饮行业放缓发展速度并持观望态度，本年餐饮行业则呈现稳中求进态势。三级指标中，除了宏观经济环境，六大指标中的未来信心指数均高于现状信心指数，餐饮企业家对行业未来发展信心更足。

表四 三级指标指数分值 (N=185)

维度	指标名称	评价项目 总体指数	评价项目现 状信心指数	评价项目未 来信心指数	影响权 重 (%)
外部环境信心	宏观经济环境	109.3	110.2	108.7	19.2%
	餐饮服务业融资环境	101.2	100.3	101.7	15.9%
	餐饮服务业政策环境	103.2	100.6	105.0	23.1%
企业内部信心	企业经营成本	91.9	90.2	93.1	1.2%
	企业盈利情况	99.2	93.5	103.0	14.3%
	企业投资意愿情况	106.7	106.4	106.9	26.3%

企业家对宏观经济环境最为乐观，投资意愿较强：在六大三级指标中，宏观经济环境信心指数达 109.3 分，位居第一，说明企业家看好餐饮行业宏观经济环境发展前景，是最为乐观的外部要素。宏观经济状况与企业家投资意愿密不可分，在宏观经济逐渐企稳的状

况下，企业家有更强的投资意愿，企业投资意愿情况指数达 106.7 分，在六大指标中位居第二，是企业家最为乐观的内部要素。在 2015 年，住宿及餐饮业对 GDP 增长贡献率接近 5%，仅此于房地产业，且增长率与 2014 基本持平，处于稳定态势。在服务业对 GDP 增长率贡献呈整体上升的情况下，可见预见未来餐饮业对我国宏观经济环境的贡献也会有所提升。

餐饮服务业融资环境是企业家较为担心的外部要素：餐饮服务业融资环境指数 101.2 分，在外部环境三大指标中最低，其中对未来感到悲观的企业家占比分别达 27%，在外部环境三大指标中比例较高，可见企业家对行业融资环境的态度更为谨慎。从不同规模企业去看，年营业额在 1 亿以上餐饮企业的对融资环境的信心偏低，为 98.6 分，而年营业额在 2000 万及以下的小型企业和 2000 万 -1 亿中型企业的信心指数则分别为 102.4 分、101.7 分。

企业经营成本是企业普遍担心的内部要素，同时是最不具有影响力的要素：餐饮企业家对企业经营成本最为忧心，该指标总体分数为 91.9 分，为最低分数项。主要是年营业额在 2000 万元及以下的小型企业在拉低指数得分，仅为 80.1，普遍呈现悲观态度。值得注意的是，对企业经营成本现状感到悲观的餐饮企业家比例为 35.7%，而对未来感到悲观为 31.4%，企业家对经营成本的信心更足。此外，企业经营成本指数对总体乐观情况的影响权重仅为 1.8%，影响力在六大指标中最低，不足以影响企业家对餐饮行业发展的整体信心。

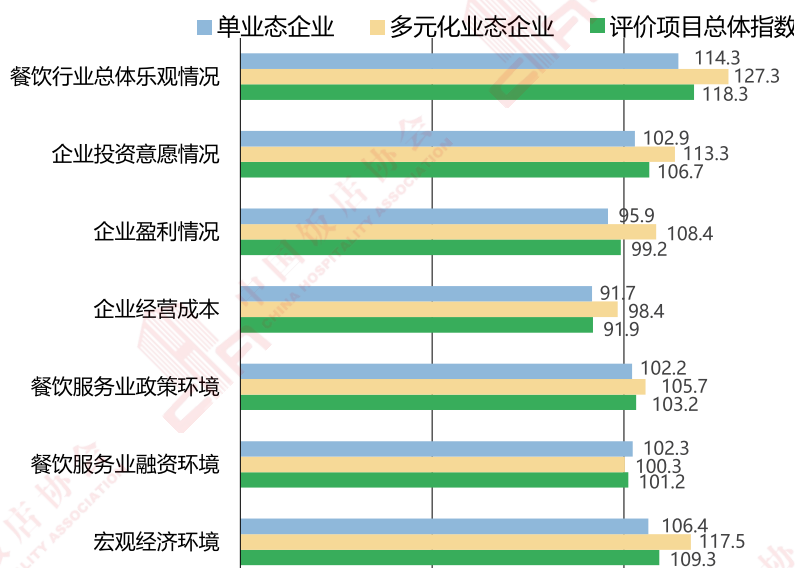
企业投资意愿是最具影响力的内部因素，餐饮服务业政策环境是最具影响力的外部因素：企业投资意愿指数影响权重达 26.3%，餐饮服务业政策环境影响权重达 23.1%，分别是最具影响力的内部因素和外部因素。这两个指标的总得分值分别为 106.7 和 103.2，在各大指标中，处于相对乐观水平。本年，餐饮界讨论最多的国家政策必然是“营改增”税收新政，此政策去除了营业税容易出现重复征税的弊端，减轻了餐饮企业，特别是中小型餐饮企业的缴税负担。从这一方面看，餐饮业对新政策应该抱乐观态度。但由于目前不少中小型餐饮企业进货没有发票是已经采用了避税的方式，在走向规范的过程中，要补齐这些成本，自然显得比原来付出的多了，政策改革短期内还是会有镇痛，餐饮企业对政策的看法也是谨慎乐观的，但随着财务规范化，餐饮企业必然不能够逃避营改增的方向，走向税负更低，更有活力的餐饮新时代。

此外，在政策层面，有企业家反映行政审批手续繁琐低效，存在着重复或相近的审批手续，增加了企业不必要的时间成本和经营负担；餐饮政策扶持不足，特别是对连锁餐饮行业扶持不足等问题，这是需要我们重视的。餐饮业的发展离不开行业协会组织的带领作用，仅希望在协会的带动下，餐饮企业家们共同努力，推动国家按照市场规律制定更有利于餐饮行业发展的政策。

四、不同类型餐饮企业家信心指数分析

（一）不同业态餐饮企业家对比分析

本调查餐饮业态覆盖全面，其中包括单业态餐饮企业和多元化业态餐饮企业，单业态餐饮企业是指某一种业态收入占企业总收入 90% 以上，90% 及以下则为多元化餐饮企业。本次调查中，共有 141 为单业态餐饮企业家，44 位多元化业态餐饮企业家作答。从投资与经营角度去看，多元化业态餐饮企业可分为两大类型，一种是仅限于餐厅上的多元化投资与经营，例如本次受访企业之一的杭州饮食服务集团经营业务覆盖中式餐饮（知味观、西湖饭店等）和西式餐饮（投资杭州肯德基等）；另外一种是不局限于餐厅上的投资与经营，例如受访企业之一的半岛餐饮管理集团有限公司，旗下有凯利华食品集团、利是百顺室内装饰、恒利文化传播等商业投资企业，形成覆盖上游成本链、中游生产链及下游销售链的综合性餐饮企业。



图一 不同业态餐饮企业家信心指数 (N=185)

多元化业态企业对未来餐饮行业发展更有信心：如图一所示，多元化业态企业对餐饮行业总体乐观情况指数为 127.3 分，而单业态企业仅为 114.3 分，差值达到 13 分。其中表示乐观和悲观的多元化业态企业家比例分别为 58% 和 10.2%，而单业态企业的比例则分别为 46.5% 和 18.1%，可见多元化业态企业对未来餐饮行业发展更有信心。

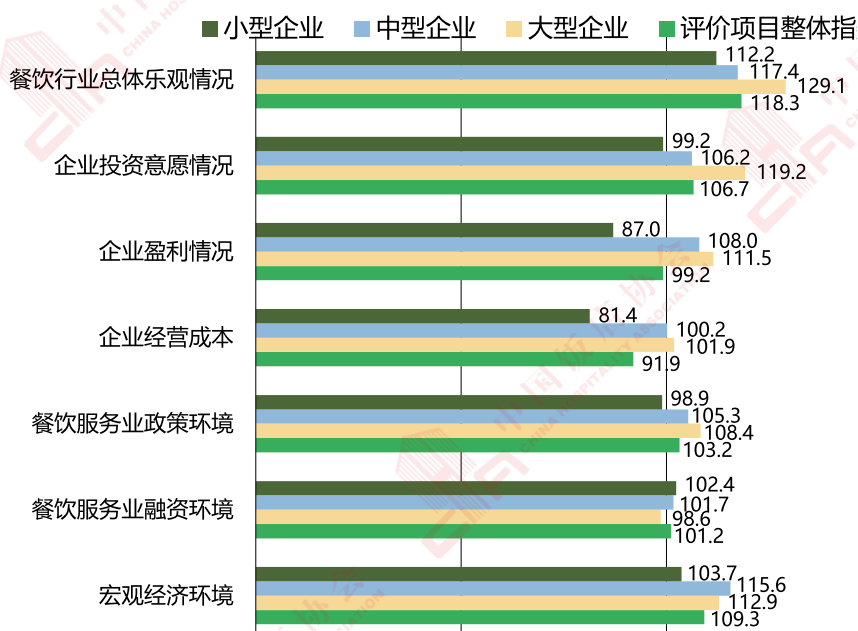
从六大细分指标角度去看，除了餐饮服务业融资环境指数，其他指数均由多元化业态企业领先。可见多元化业态企业家对餐饮行业发展各项因素的信心更为充足，而单业态企业对未来抱有更谨慎的心态，影响了评价项目的总体信心水平。

多元化业态企业多为大型及中型企业：在本次调研中，多元化业态企业有 79.5% 是中型及大型企业（年营业额为 2000 万以上），远高于单业态企业的 31.9%。在中国当前的餐饮市场，大众需求日渐多元化，不乏众多餐饮企业细耕、精耕细分市场，其中，中大型餐饮集团打造涵盖不同业态的子品牌，推出适合企业发展和满足大众细分需求和精度需求

的多元化餐饮形式，既满足和丰富了消费者的饮食选择，也扩大了市场版图，形成市场区隔和品牌，进一步提升市场竞争力和品牌影响力。可见在不久的将来，具规模餐饮企业在经营特色化、业态多元化等发展将会有更多的投入。

（二）不同规模餐饮企业对比分析

参考 2014 国家统计局、国家发展和改革委员会、财政部等部门关于印发中小企业划型标准规定的通知，可将受访餐饮企业划分为大型企业、中型企业和小型企业，其中大型企业年营业额为 1 亿元以上，中型企业年营业额为 2000 万（不含）至 1 亿，小型企业年营业额为 2000 万及以下。在本次调查 185 个样本中，大中小型企业家分别占比 28.6%、24.9%、46.5%。



图二 不同规模餐饮企业家信心指数 (N=185)

小型企业信心疲软，中大型企业信心企稳：见图二，从餐饮行业的总体乐观情况指数去看，大型餐饮企业得分 129.1，明显高于中型企业和小型企业得分，属于较为乐观区域，可见大型餐饮企业家对餐饮行业未来发展信心更为充足。从六大细分指标去看，中大型企业信心指数均高于小型企业，反映小型企业对餐饮行业的未来信心相对疲弱，整体呈现谨慎乐观。其中，大型企业的企业投资意愿情况指数达 119.2 分，对未来宏观经济环境指数也达 112.9 分，这是内外部对信心具较大影响力的指标要素，进一步证明大型企业的较高信心水平。

小型企业在企业经营成本和企业盈利情况指数中呈悲观态度：值得注意的是，在资本角力、激烈竞争的餐饮市场中，饱受“四高一低”困境之苦的餐饮企业生存艰辛，特别是小型餐饮企业，首当其冲就是要面对运营上高成本、低利润的压力，并在本年餐饮企业高速增长放缓的市场拐点迎来更多的挑战。所以，小型餐饮企业在企业经营成本和企业盈利情况指数仅为 81.4 和 87.0 分，属于悲观范围。

附件

国务院办公厅关于加快发展生活性服务业 促进消费结构升级的指导意见

2015年11月发布
国办发〔2015〕85号

各省、自治区、直辖市人民政府，国务院各部委、各直属机构：

国务院高度重视发展服务业。近年来，我国服务业发展取得显著成效，成为国民经济和吸纳就业的第一大产业，稳增长、促改革、调结构、惠民生作用持续增强。当前我国进入全面建成小康社会的决胜阶段，经济社会发展呈现出更多依靠消费引领、服务驱动的新特征。但总体看，我国生活性服务业发展仍然相对滞后，有效供给不足、质量水平不高、消费环境有待改善等问题突出，迫切需要加快发展。与此同时，国民收入水平提升扩大了生活性服务消费新需求，信息网络技术不断突破拓展了生活性服务消费新渠道，新型城镇化等国家重大战略实施扩展了生活性服务消费新空间，人民群众对生活性服务的需要日益增长、对服务品质的要求不断提高，生活性服务消费蕴含巨大潜力。

生活性服务业领域宽、范围广，涉及人民群众生活的方方面面，与经济社会发展密切相关。加快发展生活性服务业，是推动经济增长动力转换的重要途径，实现经济提质增效升级的重要举措，保障和改善民生的重要手段。为加快发展生活性服务业、促进消费结构升级，经国务院同意，现提出以下意见。

一、总体要求

（一）指导思想。全面贯彻党的十八大和十八届二中、三中、四中、五中全会精神，认真落实国务院部署要求，以增进人民福祉、满足人民群众日益增长的生活性服务需要为主线，大力倡导崇尚绿色环保、讲求质量品质、注重文化内涵的生活消费理念，创新政策支持，积极培育生活性服务新业态新模式，全面提升生活性服务业质量和效益，为经济发展新常态下扩大消费需求、拉动经济增长、转变发展方式、促进社会和谐提供有力支撑和持续动力。

（二）基本原则。

坚持消费引领，强化市场主导。努力适应居民消费升级的新形势新要求，充分发挥市场配置资源的决定性作用，更好发挥政府规划、政策引导和市场监管的作用，挖掘消费潜力，增添市场活力。

坚持突出重点，带动全面发展。加强生活性服务业分类指导，聚焦重点领域和薄弱环节，综合施策，形成合力，实现重点突破，增强示范带动效应。

坚持创新供给，推动新型消费。抢抓产业跨界融合发展新机遇，运用互联网、大数据、

云计算等推动业态创新、管理创新和服务创新，开发适合高中低不同收入群体的多样化、个性化潜在服务需求。

坚持质量为本，提升品质水平。进一步健全生活性服务业质量管理体系、质量监督体系和质量标准体系，推动职业化发展，丰富文化内涵，打造服务品牌。

坚持绿色发展，转变消费方式。加强生态文明建设，促进服务过程和消费方式绿色化，推动生活性服务业高水平发展，加快生活方式转变和消费结构升级。

（三）发展导向。围绕人民群众对生活性服务的普遍关注和迫切期待，着力解决供给、需求、质量方面存在的突出矛盾和问题，推动生活性服务业便利化、精细化、品质化发展。

1. 增加服务有效供给。鼓励各类市场主体根据居民收入水平、人口结构和消费升级等发展趋势，创新服务业态和商业模式，优化服务供给，增加短缺服务，开发新型服务。城市生活性服务业要遵循产城融合、产业融合和宜居宜业的发展要求，科学规划产业空间定位，合理布局网点，完善服务体系。农村生活性服务业要以改善基础条件、满足农民需求为重点，鼓励城镇生活性服务业网络向农村延伸，加快农村宽带、无线网络等信息基础设施建设步伐，推动电子商务和快递服务下乡进村入户，以城带乡，尽快改变农村生活性服务业落后面貌。

2. 扩大服务消费需求。深度开发人民群众从衣食住行到身心健康、从出生到终老各个阶段各个环节的生活性服务，满足大众新需求，适应消费结构升级新需要，积极开发新的服务消费市场，进一步拓展网络消费领域，加快线上线下融合，培育新型服务消费，促进新兴产业成长。加强生活性服务基础设施建设，创新设计理念，体现人文精神。提升服务管理水平，拓展服务维度，精细服务环节，延伸服务链条，发展智慧服务。积极运用互联网等现代信息技术，改进服务流程，扩大消费选择。培育信息消费需求，丰富信息消费内容。改善生活性服务消费环境，加强服务规范和监督管理，健全消费者权益保护体系。深度挖掘我国传统文化、民俗风情和区域特色的发展潜力，促进生活性服务“走出去”，开拓国际市场。

3. 提升服务质量水平。营造全社会重视服务质量的良好氛围，打造“中国服务”品牌。鼓励服务企业将服务质量作为立业之本，坚持质量第一、诚信经营，强化质量责任意识，制定服务标准和规范。推进生活性服务业职业化发展，鼓励企业加强员工培训，增强爱岗敬业的职业精神和专业技能，提高职业素质。积极运用新理念和新技术，改进提高服务质量。优化质量发展环境，完善服务质量治理体系和顾客满意度测评体系。

经过一个时期的努力，力争实现生活性服务业总体规模持续扩大，新业态、新模式不断培育成长；生活性服务基础设施进一步完善，公共服务平台功能逐步增强；以城带乡和城乡互动发展机制日益完善，区域结构更加均衡，消费升级取得重大进展；消费环境明显改善，质量治理体系进一步健全，职业化进程显著加快，服务质量和品牌双提升，国内顾客和国外顾客双满意。

二、主要任务

今后一个时期，重点发展贴近服务人民群众生活、需求潜力大、带动作用强的生活性

服务领域，推动生活消费方式由生存型、传统型、物质型向发展型、现代型、服务型转变，促进和带动其他生活性服务业领域发展。

（一）居民和家庭服务。健全城乡居民家庭服务体系，推动家庭服务市场多层次、多形式发展，在供给规模和服务质量方面基本满足居民生活性服务需求。引导家庭服务企业多渠道、多业态提供专业化的生活性服务，推进规模经营和网络化发展，创建一批知名家庭服务品牌。整合、充实、升级家庭服务业公共平台，健全服务网络，实现一网多能、跨区域服务，发挥平台对城乡生活性服务业的引导和支撑作用。完善社区服务网点，多方式提供婴幼儿看护、护理、美容美发、洗染、家用电器及其他日用品修理等生活性服务，推动房地产中介、房屋租赁经营、物业管理、搬家保洁、家用车辆保养维修等生活性服务规范化、标准化发展。鼓励在乡村建立综合性服务网点，提高农村居民生活便利化水平。

（二）健康服务。围绕提升全民健康素质和水平，逐步建立覆盖全生命周期、业态丰富、结构合理的健康服务体系。鼓励发展健康体检、健康咨询、健康文化、健康旅游、体育健身等多样化健康服务。积极提升医疗服务品质，优化医疗资源配置，取消对社会办医的不合理限制，加快形成多元化办医格局。推动发展专业、规范的护理服务。全面发展中医药健康服务，推广科学规范的中医养生保健知识及产品，提升中医药健康服务能力，创新中医药健康服务技术手段，丰富中医药健康服务产品种类。推进医疗机构与养老机构加强合作，发展社区健康养老。支持医疗服务评价、健康管理服务评价、健康市场调查等第三方健康服务调查评价机构发展，培育健康服务产业集群。积极发展健康保险，丰富商业健康保险产品，发展多样化健康保险服务。

（三）养老服务。以满足日益增长的养老服务需求为重点，完善服务设施，加强服务规范，提升养老服务体系建设和水平。鼓励养老服务与相关产业融合创新发展，推动基本生活照料、康复护理、精神慰藉、文化服务、紧急救援、临终关怀等领域养老服务的发展。积极运用网络信息技术，发展紧急呼叫、健康咨询、物品代购等适合老年人的服务项目，创新居家养老服务模式，完善居家养老服务体系。加快推进养老护理员队伍建设，加强职业教育和从业人员培训。大力发展老年教育，支持各类老年大学等教育机构发展，扩大老年教育资源供给，促进养教结合。鼓励专业养老机构发挥自身优势，培训和指导社区养老服务组织和人员。引导社会力量举办养老机构，通过公建民营等方式鼓励社会资本进入养老服务业，鼓励境外资本投资养老服务业。鼓励探索创新，积极开发切合农村实际需求的养老服务方式。

（四）旅游服务。以游客需求为导向，丰富旅游产品，改善市场环境，推动旅游服务向观光、休闲、度假并重转变，提升旅游文化内涵和附加值。大力发展红色旅游，加强革命传统教育，弘扬民族精神。突出乡村特色，充分发挥农业的多功能性，开发一批形式多样、特色鲜明的乡村旅游产品。进一步推动集观光、度假、休闲、娱乐、海上运动于一体的滨海旅游和海岛旅游。丰富老年旅游服务供给，积极开发多层次、多样化的老年人休闲养生度假产品。引导健康的旅游消费方式，积极发展休闲度假旅游、研学旅行、工业旅游，推动体育运动、竞赛表演、健身休闲与旅游活动融合发展。适应房车、自驾车、邮轮、游艇等新兴旅游业

态发展需要,合理规划配套设施建设和基地布局。开发线上线下有机结合的旅游服务产品,推动旅游定制服务,满足个性化需求,深化旅游体验。开发特色旅游路线,加强国际市场营销,积极发展入境旅游。加强旅游纪念品在体现民俗、历史、区位等文化内涵方面的创意设计,推动中国旅游商品品牌建设。

(五) 体育服务。大力推动群众体育与竞技体育协同发展,促进体育市场繁荣有序,加速形成门类齐全、结构合理的体育服务体系。重点培育健身休闲、竞赛表演、场馆服务、中介培训等体育服务业,促进康体结合,推动体育旅游、体育传媒、体育会展等相关业态融合发展。以足球、篮球、排球三大球为切入点,加快发展普及性广、关注度高、市场空间大的运动项目。以举办2022年冬奥会为契机,全面提升冰雪运动普及度和产业发展水平。大力普及健身跑、自行车、登山等运动项目,带动大众化体育运动发展。完善健身教练、体育经纪人等职业标准和管理规范,加强行业自律。推动专业赛事发展,丰富业余赛事,探索完善赛事市场开发和运作模式,实施品牌战略,打造一批国际性、区域性品牌赛事。有条件的地方可利用自然人文特色资源,举办汽车拉力赛、越野赛等体育竞赛活动。推动体育产业联系点工作,培育一批符合市场规律、具有竞争力的体育产业基地。鼓励体育优势企业、优势品牌和优势项目“走出去”。

(六) 文化服务。着力提升文化服务内涵和品质,推进文化创意和设计服务等新型服务业发展,大力推进与相关产业融合发展,不断满足人民群众日益增长的文化服务需求。积极发展具有民族特色和地方特色的传统文化艺术,鼓励创造兼具思想性艺术性观赏性、人民群众喜闻乐见的优秀文化服务产品。加快数字内容产业发展,推动文化服务产品制作、传播、消费的数字化、网络化进程,推进动漫游戏等产业优化升级。深入推进新闻出版精品工程,鼓励民族原创网络出版产品、优秀原创网络文学作品等创作生产,优化新闻出版产业基地布局。积极发展移动多媒体广播电视、网络广播电视等新媒体、新业态。推动传统媒体与新兴媒体融合发展,提升先进文化的互联网传播吸引力。完善文化产业国际交流交易平台,提升文化产业国际化水平和市场竞争力。

(七) 法律服务。加强民生领域法律服务,推进覆盖城乡居民的公共法律服务体系建设。大力发展律师、公证、司法鉴定等法律服务业,推进法律服务的专业化和职业化。提升面向基层和普通百姓的法律服务能力,加强对弱势群体的法律服务,加大对老年人、妇女和儿童等法律援助和服务的支持力度。支持中小型法律服务机构发展和法律服务方式创新。统筹城乡、区域法律服务资源,建立激励法律服务人才跨区域流动机制。加快发展公职律师、公司律师队伍,构建社会律师、公职律师、公司律师等优势互补、结构合理的律师队伍。规范法律服务秩序和服务行为,完善职业评价体系、诚信执业制度以及违法违规执业惩戒制度。强化涉外法律服务,着力培养一批通晓国际法律规则、善于处理涉外法律事务的律师人才,建设一批具有国际竞争力和影响力的律师事务所。完善法律服务执业权利保障机制,优化法律服务发展环境。

(八) 批发零售服务。优化城市流通网络,畅通农村商贸渠道,加强现代批发零售服

务体系建设。合理规划城乡流通基础设施布局,鼓励发展商贸综合服务中心、农产品批发市场、集贸市场以及重要商品储备设施、大型物流(仓储)配送中心、农村邮政物流设施、快件集散中心、农产品冷链物流设施。推动各类批发市场等传统商贸流通企业转变经营模式,利用互联网等先进信息技术进行升级改造。发挥实体店的服务、体验优势,与线上企业开展深度合作。鼓励发展绿色商场,提高绿色商品供给水平。大力发展社区商业,引导便利店等业态进社区,规范和拓展代收费、代收货等便民服务。积极发展冷链物流、仓储配送一体化等物流服务新模式,推广使用智能包裹柜、智能快件箱。依照相关法律、行政法规规定,加强对关系国计民生、人民群众生命安全等商品的流通准入管理,健全覆盖准入、监管、退出的全程管理机制。

(九)住宿餐饮服务。强化服务民生的基本功能,形成以大众化市场为主体、适应多层次多样化消费需求的住宿餐饮业发展新格局。积极发展绿色饭店、主题饭店、客栈民宿、短租公寓、长租公寓、有机餐饮、快餐团餐、特色餐饮、农家乐等满足广大人民群众消费需求的细分业态。大力推进住宿餐饮业连锁化、品牌化发展,提高住宿餐饮服务的文化品味和绿色安全保障水平。推动住宿餐饮企业开展电子商务,实现线上线下互动发展,促进营销模式和服务方式创新。鼓励发展预订平台、中央厨房、餐饮配送、食品安全等支持传统产业升级的配套设施和服务体系。

(十)教育培训服务。以提升生活性服务质量为核心,发展形式多样的教育培训服务,推动职业培训集约发展、内涵发展、融合发展、特色发展。广泛开展城乡社区教育,整合社区各类教育培训资源,引入行业组织等参与开展社区教育项目,为社区居民提供人文艺术、科学技术、幼儿教育、养老保健、生活休闲、职业技能等方面的教育服务,规范发展秩序。大力加强各类人才培养,创新人才培养模式,坚持产教融合、校企合作、工学结合,强化专业人才培养。加快推进教育培训信息化建设,发展远程教育和培训,促进数字资源共建共享。鼓励发展股份制、混合所有制职业院校,允许以资本、知识、技术、管理等要素参与办学。建立家庭、养老、健康、社区教育、老年教育等生活性服务示范性培训基地或体验基地,带动提升行业整体服务水平。逐步形成政府引导、以职业院校和各类培训机构为主体、企业全面参与的现代职业教育体系和终身职业培训体系。

在推动上述重点领域加快发展的同时,还要加强对生活性服务业其他领域的引导和支持,鼓励探索创新,营造包容氛围,推动生活性服务业在融合中发展、在发展中规范,增加服务供给,丰富服务种类,提高发展水平。

三、政策措施

围绕激发生活性服务业企业活力和保障居民放心消费,加快完善体制机制,注重加强政策引导扶持,营造良好市场环境,推动生活性服务业加快发展。

(一)深化改革开放。

优化发展环境。建立全国统一、开放、竞争、有序的服务业市场,采取有效措施,切实破除行政垄断、行业垄断和地方保护,清理并废除生活性服务业中妨碍形成全国统一市

场和公平竞争的各种规定和做法。进一步深化投融资体制改革，鼓励和引导各类社会资本投向生活性服务业。进一步推进行政审批制度改革，简化审批流程，取消不合理前置审批事项，加强事中事后监管。取消商业性和群众性体育赛事审批。健全并落实各类所有制主体统一适用的制度政策，切实解决产业发展过程中存在的不平等问题，促进公平发展。支持各地结合实际放宽新注册生活性服务业企业场所登记条件限制，为创业提供便利的工商登记服务。积极探索适合生活性服务业特点的未开业企业、无债权债务企业简易注销制度，建立有序的市场退出机制。

扩大市场化服务供给。积极稳妥推进教育、文化、卫生、体育等事业单位分类改革，将从事生产经营活动的事业单位逐步转为企业，规范转制程序，完善过渡政策，鼓励其提供更多切合市场需求的生活性服务。加快生活性服务业行业协会商会与行政机关脱钩，推动服务重心转向企业、行业和市场，提升专业化服务水平。创建全国服务业创新成果交易中心，加快创新成果转化和产业化进程。总结推广国家服务业综合改革试点经验，适应新形势新要求，开展新一轮试点示范工作，力争在一些重点难点问题上取得突破。稳步推进电子商务进农村综合示范。开展拉动城乡居民文化消费试点工作，推动文化消费数字化、网络化发展。

提升国际化发展水平。统一内外资法律法规，推进文化、健康、养老等生活性服务领域有序开放，提高外商投资便利化程度，探索实行准入前国民待遇加负面清单管理模式。支持具备条件的生活性服务业企业“走出去”，完善支持生活性服务业企业“走出去”的服务平台，提升知名度和美誉度，创建具有国际影响力的服务品牌。鼓励中华老字号服务企业利用品牌效应，带动中医药、中餐等产业开拓国际市场。增强境外投资环境、投资项目评估等方面的服务功能，为境外投资企业提供法律、会计、税务、信息、金融、管理等专业化服务。

（二）改善消费环境。

营造全社会齐抓共管改善消费环境的有利氛围，形成企业规范、行业自律、政府监管、社会监督的多元共治格局。鼓励弹性作息和错峰休假，强化带薪休假制度落实责任，把落实情况作为劳动监察和职工权益保障的重要内容。推动生活性服务业企业信用信息共享，将有关信用信息纳入国家企业信用信息公示系统，建立完善全国统一的信用信息共享交换平台，实施失信联合惩戒，逐步形成以诚信为核心的生活性服务业监管制度。深入开展价格诚信、质量诚信、计量诚信、文明经商等活动，强化环保、质检、工商、安全监管等部门的行政执法，完善食品药品、日用消费品等产品质量监督检查制度。严厉打击居民消费领域乱涨价、乱收费、价格欺诈、制售假冒伪劣商品、计量作弊等违法犯罪行为，依法查处垄断和不正当竞争行为，规范服务市场秩序。完善网络商品和服务的质量担保、损害赔偿、风险监控、网上抽查、源头追溯、属地查处、信用管理等制度，引入第三方检测认证等机制，有效保护消费者合法权益。

（三）加强基础设施建设。

适应消费结构升级需求,加大对社会投资的引导,改造提升城市老旧生活性服务基础设施,补齐农村生活性服务基础设施短板,提升生活性服务基础设施自动化、智能化和互联互通水平,提高服务城乡的基础设施网络覆盖面,以健全高效的基础设施体系支撑生活性服务业加快发展和结构升级。围绕旅游休闲、教育文化体育和养老健康家政等领域,尽快组织实施一批重大工程。改善城市生活性服务业发展基础设施条件,鼓励社会资本参与大中城市停车场、立体停车库建设。在符合城市规划的前提下,充分利用地下空间资源,在已规划建设地铁的城市同步扩展地下空间,发展购物、餐饮、休闲等便民生活性服务。统筹体育设施建设规划和合理利用,推进企事业单位和学校的体育场馆向社会开放。

(四) 完善质量标准体系。

提升质量保障水平。健全以质量管理体系、诚信制度、监管制度和监测制度为核心的服务质量治理体系。规范服务质量分级管理,加强质量诚信制度建设,完善服务质量社会监督平台。加强认证认可体系建设,创新评价技术,完善生活性服务业重点领域认证认可制度。健全顾客满意度、万人投诉量等质量发展指标。加快实施服务质量提升工程和监测基础建设工程,规范集贸市场、餐饮行业、商品超市等领域计量行为,完善涉及人身健康与财产安全的商品检验制度和产品质量监管制度。实施服务标杆引领计划,发挥中国质量奖对服务企业的引导作用。

健全标准体系。制定实施好国家服务业标准规划和年度计划。实施服务标准体系建设工程,加快家政、养老、健康、体育、文化、旅游等领域的关键标准研制。完善居住(小)区配套公共设施规划标准,为生活性服务业相关设施建设、管理和服务提供依据。积极培育生活性服务业标准化工作技术队伍。继续开展国家级服务业标准化试点,总结推广经验。

(五) 加大财税、金融、价格、土地政策引导支持。

创新财税政策。适时推进“营改增”改革,研究将尚未试点的生活性服务行业纳入改革范围。科学设计生活性服务业“营改增”改革方案,合理设置生活性服务业增值税税率。发挥财政资金引导作用,创新财政资金使用方式,大力推广政府和社会资本合作(PPP)模式,运用股权投资、产业基金等市场化融资手段支持生活性服务业发展。对免费或低收费向社会开放的公共体育设施按照有关规定给予财政补贴。推进政府购买服务,鼓励有条件的地区购买养老、健康、体育、文化、社区等服务,扩大市场需求。

拓宽融资渠道。支持符合条件的生活性服务业企业上市融资和发行债券。鼓励金融机构拓宽对生活性服务业企业贷款的抵质押品种类和范围。鼓励商业银行在商业自愿、依法合规、风险可控的前提下,专业化开展知识产权质押、仓单质押、信用保险保单质押、股权质押、保理等多种方式的金融服务。发展融资担保机构,通过增信等方式放大资金使用效益,增强生活性服务业企业融资能力。探索建立保险产品保护机制,鼓励保险机构开展产品创新和服务创新。积极稳妥扩大消费信贷,将消费金融公司试点推广至全国。完善支付清算网络体系,加强农村地区和偏远落后地区的支付结算基础设施建设。

健全价格机制。在实行峰谷电价的地区,对商业、仓储等不适宜错峰运营的服务行业,

研究实行商业平均电价，由服务业企业自行选择执行。深化景区门票价格改革，维护旅游市场秩序。研究完善银行卡刷卡手续费定价机制，进一步从总体上降低餐饮等行业刷卡手续费支出。

完善土地政策。各地要发挥生活性服务业发展规划的引导作用，在当地土地利用总体规划 and 年度用地计划中充分考虑生活性服务业设施建设用地，予以优先安排。继续加大养老、健康、家庭等生活性服务业用地政策落实力度。

（六）推动职业化发展。

生活性服务业有关主管部门要制定相应领域的职业化发展规划。鼓励高等学校、中等职业学校增设家庭、养老、健康等生活性服务业相关专业，扩大人才培养规模。鼓励高等学校和职业院校采取与互联网企业合作等方式，对接线上线下教育资源，探索职业教育和培训服务新方式。依托各类职业院校、职业技能培训机构加强实训基地建设，实施家政服务员、养老护理员、病患服务员等家庭服务从业人员专项培训。鼓励从业人员参加依法设立的职业技能鉴定或专项职业能力考核，对通过初次职业技能鉴定并取得相应等级职业资格证书或专项职业能力证书的，按规定给予一次性职业技能鉴定补贴。鼓励和规范家政服务企业以员工制方式提供管理和服务，实行统一标准、统一培训、统一管理。

（七）建立健全法律法规和统计制度。

完善生活性服务业法律法规，研究制订文化产业促进法，启动服务业质量管理立法研究。加强知识产权保护立法和实施工作，强化对专利、商标、版权等无形资产的开发和保护。以国民经济行业分类为基础，抓紧研究制定生活性服务业及其重点领域统计分类，完善统计制度和指标体系，明确有关部门统计任务。建立健全部门间信息共享机制，逐步建立生活性服务业信息定期发布制度。

各地区、各部门要充分认识加快发展生活性服务业的重大意义，把加快发展生活性服务业作为提高人民生活水平、促进消费结构升级、拉动经济增长的重要任务，采取有效措施，加大支持力度，做到生产性服务业与生活性服务业并重、现代服务业与传统服务业并举，切实把服务业打造成经济社会可持续发展的新引擎。地方各级人民政府要加强组织领导，结合本地区实际尽快研究制定加快发展生活性服务业的实施方案。国务院有关部门要围绕发展生活性服务业的主要目标任务，抓紧制定配套政策措施，组织实施一批重大工程，为生活性服务业加快发展创造良好条件。发展改革委要会同有关部门，抓紧研究建立服务业部际联席会议制度，充分发挥专家咨询委员会作用，进一步强化政策指导和督促检查，重大情况和问题及时向国务院报告。

附件：政策措施分工表

国务院办公厅

2015 年 11 月 19 日

(此件公开发布)

附件

政策措施分工表

序号	工 作 任 务	负 责 部 门
1	积极探索适合生活性服务业特点的未开业企业、无债权债务企业简易注销制度，建立有序的市场退出机制。	工商总局
2	推动生活性服务业企业信用信息共享，将有关信用信息纳入国家企业信用信息公示系统，建立完善全国统一的信用信息共享交换平台。	发展改革委、人民银行、工商总局、商务部会同有关部门
3	围绕旅游休闲、教育文化体育和养老健康家政等领域，尽快组织实施一批重大工程。	发展改革委及各有关部门
4	加强认证认可体系建设，创新评价技术，完善生活性服务业重点领域认证认可制度。加快实施服务质量提升工程和监测基础建设工程。	质检总局
5	制定实施好国家服务业标准规划和年度计划。实施服务标准体系建设工程，加快家政、养老、健康、体育、文化、旅游等领域的关键标准研制。继续开展国家级服务业标准化试点，总结推广经验。	质检总局及各有关部门
6	适时推进“营改增”改革，研究将尚未试点的生活性服务行业纳入改革范围。科学设计生活性服务业“营改增”改革方案，合理设置生活性服务业增值税税率。	财政部、税务总局会同有关部门
7	支持符合条件的生活性服务业企业上市融资和发行债券。	证监会、发展改革委、人民银行会同有关部门
8	鼓励金融机构拓宽对生活性服务业企业贷款的抵押品种类和范围。鼓励商业银行在商业自愿、依法合规、风险可控的前提下，专业化开展知识产权质押、仓单质押、信用保险保单质押、股权质押、保理等多种方式的金融服务。探索建立保险产品保护机制，鼓励保险机构开展产品创新和服务创新。	人民银行、银监会、保监会

序号	工 作 任 务	负 责 部 门
9	深化景区门票价格改革，维护旅游市场秩序。	发展改革委、旅游局
10	鼓励高等学校、中等职业学校增设家庭、养老、健康等生活性服务业相关专业，扩大人才培养规模。	教育部、发展改革委
11	依托各类职业院校、职业技能培训机构加强实训基地建设，实施家政服务员、养老护理员、病患服务员等家庭服务从业人员专项培训。	人力资源社会保障部
12	鼓励从业人员参加依法设立的职业技能鉴定或专项职业能力考核，对通过初次职业技能鉴定并取得相应等级职业资格证书或专项职业能力证书的，按规定给予一次性职业技能鉴定补贴。	人力资源社会保障部
13	鼓励和规范家政服务企业以员工制方式提供管理和服务，实行统一标准、统一培训、统一管理。	人力资源社会保障部、商务部
14	加强知识产权保护立法和实施工作，强化对专利、商标、版权等无形资产的开发和保护。	知识产权局、工商总局、版权局
15	以国民经济行业分类为基础，抓紧研究制定生活性服务业及其重点领域统计分类，完善统计制度和指标体系，明确有关部门统计任务。建立健全部门间信息共享机制，逐步建立生活性服务业信息定期发布制度。	统计局、发展改革委会同各有关部门

商务部关于加快居民生活服务业线上线下融合创新发展的实施意见

2015 年 10 月发布
商服贸函〔2015〕865 号

各省、自治区、直辖市、计划单列市及新疆生产建设兵团商务主管部门：

为贯彻落实《国务院办公厅关于推进线上线下互动加快商贸流通创新发展转型升级的意见》（国办发〔2015〕72 号）文件精神，推动互联网技术在居民生活服务领域的广泛应用，加快居民生活服务业线上线下融合创新发展，现提出如下实施意见：

一、总体要求

（一）指导思想。全面贯彻党的十八大和十八届二中、三中、四中全会精神，按照党中央、国务院决策部署，加快互联网与居民生活服务业融合创新发展，优化资源配置，提升服务质量，推进政策创新、管理创新和服务创新，创造公平竞争、开放有序、优质安全的居民生活服务线上线下发展环境，进一步激发居民生活服务领域创新动力，加快推动居民生活服务业转型发展。

（二）基本原则。一是坚持市场主导与政府引导相结合。充分发挥市场配置资源的决定性作用，在政府引导和支持下，更好地发挥企业的主体作用。二是坚持网络经济与实体经济相结合。以促进实体经济发展为主线，采用互联网技术推动居民生活服务业转型升级，满足大众个性化多样性的消费需求，实现劳动力、资金、信息等资源的高效流转，加快创新成果转化。三是坚持政策落实与政策创新相结合。多措并举，优化公共服务，完善本地居民生活服务线上线下发展政策体系，加大政策集成与创新力度。四是坚持消费者体验与企业转型相结合。以用户体验为出发点再造企业业务流程和组织架构，构建以消费者为中心的、灵活动态的商业模式和营销方法。

（三）工作目标。通过加快推进居民生活服务业线上线下融合创新发展，形成一批有效满足居民生活服务需求、具有较强专业化服务能力的本地生活服务平台；培育一批创新型生活服务企业，并从中成长出引领未来居民生活服务业发展的骨干企业，形成新的业态和经济增长点；培养一支引领互联网时代发展的从业人员队伍，能为居民提供良好的用户体验，满足人民群众对多样性、便利化的生活服务需求。

二、重点任务

（四）推动模式创新。鼓励居民生活服务企业创新商业模式，采用团购式、体验式、上门式、配送式等线上到线下融合发展模式，实现企业多元化发展。整合各类公用设施和社会资源，统筹建设和改造餐饮、住宿、家政、洗染、维修、美发美容等居民生活服务网点，

完善一站式便民综合服务体系。鼓励餐饮企业通过团购式、配送式、上门服务式等，实现外卖、订座、点餐、半成品配送、厨师上门等服务线上线下融合创新发展。支持住宿企业依托网点优势，利用微信、微博、客户端等建立直销体系，提供方便快捷的预订住宿服务；充分利用第三方酒店在线预订平台拓展营销渠道；加快建设民宿短租平台，开发闲置资源，扩大住宿服务供给。支持家政服务业与互联网深度融合，建立集聚家政服务人员的服务平台，方便消费者选择服务；鼓励发展集聚家政服务企业的信息平台，向会员企业提供技术支持，并对其进行规范管理；引导各类家政和养老信息平台提供面向老年人的在线咨询、法律援助、健康保险、医疗护理等服务。支持洗染、维修、美容美发等行业依托已有电商平台或自有服务平台，开展上门取送、到家服务等业务，拓展营销渠道。

（五）加强政策引导。各地商务主管部门要用好中央财政服务业发展专项资金，引导居民生活服务企业创新发展。有条件的地区要设立促进居民生活服务业创新发展资金，支持居民生活服务业线上线下融合。引导居民生活服务企业充分发挥多层次资本市场作用，通过互联网股权众筹等方式，为创新发展获取金融资源。围绕构建企业间、产业间的交互、跨界和协同体系，研究出台政策措施。依托以市场化方式发展养老服务产业试点，积极推进智能化养老服务消费。通过开展优化环境促进餐饮业转型发展试点，推动餐饮业线上线下融合。各地商务主管部门视情开展居民生活服务业线上线下融合创新试点和示范工作。

（六）破除体制障碍。各地商务主管部门要按照职权法定原则，对现有行政职权进行清理、调整，优化权力运行机制，加强事中事后监管。要坚持问题导向，以有利于居民生活服务业转型创新为出发点，把群众生活密切相关的事项放在优先位置，着力解决服务差、服务贵等社会反映强烈的突出问题，让群众切实感受到居民生活服务业创新发展带来的变化。对于不在商务主管部门职权范围内的体制机制障碍，要积极协调有关部门予以解决。

（七）规范市场秩序。按照国务院职能转变和简政放权的要求，加强对居民生活服务质量的监管，通过制定企业标准、社团标准提升服务质量。规范居民生活服务企业线上线下竞争行为，建立开放、公平、诚信的市场竞争环境，加强个人信息保护工作。加强反垄断监测，及时发现和制止垄断协议和滥用市场支配地位等不公平竞争行为。完善部门、群团、行业组织等信息共享和职能衔接机制，切实保护消费者利益。鼓励居民生活服务类平台完善点评机制和惩戒机制，通过信息公开，加强行业自律。

（八）健全信用体系。按照《商务部关于加快推进商务诚信建设工作的实施意见》（商秩函〔2014〕772号）的总体要求，加快建立居民生活服务业行政管理信息共享机制，整合政务信息资源，实现部门信息互通共享；建立市场化生活服务综合信用评价机制，保障消费者权益；建立第三方信用评价机制，客观、公正反映信用建设情况。各地商务主管部门要引导企业建立包括用户信息认证、信用等级评价、业务流程保障、惩恶扬善机制等内容的信用体系。支持第三方消费点评平台建设，打击虚假点评，让商家承担更多责任，维护消费者权益。

（九）开展典型示范。各地商务主管部门要深度挖掘居民生活服务业创新发展的先进

典型，在制订科学合理的评价标准和严格规范的遴选程序前提下，推荐一批影响力大、带动性强、示范效应好的典型企业，引领行业有针对性的推进线上线下融合发展。通过现场经验交流会、新闻媒体和政府公众信息平台等渠道，推广先进典型，扩大社会影响，调动社会资本积极参与居民生活服务业发展，在全社会形成支持发展居民生活服务业的良好氛围。

三、保障措施

（十）明确工作重点。要以促进实体经济发展为主线，倡导网络化、数字化、智能化生活方式，重点发展大众化餐饮、住宿、家政、洗染、维修等居民生活服务业态的线上线下创新与转型，着力发展面向老年人的订餐、家政、咨询等上门服务。

（十一）加强人才培养。各地商务主管部门要加强人才培养，培养一批掌握商业经营管理和信息化应用知识的高端紧缺人才。推动大专院校、培训机构、行业组织等开设互联网创业教育课程，培养一批符合行业发展要求的优质服务员队伍。

（十四）发挥协会作用。支持生活服务领域行业组织建设，特别是鼓励民间行业社团发展。鼓励行业组织根据发展实际搭建企业协作平台，制订社团标准，开展行业自律，加强行业研究，宣传先进典型，开展人员培训。

各地商务主管部门要高度重视推进居民生活服务业线上线下融合创新发展工作，强化互联网思维和创新意识，加强与相关部门的工作协调，加强情况调研，完善政策措施，认真抓好落实工作。

商务部关于推动餐饮业转型发展的指导意见

2016 年 03 月发布

餐饮业在保障和改善民生、扩大消费、促进就业、拉动经济增长等方面具有重要作用。近年来，餐饮业顺应经济发展新常态，主动调整、积极转型，大众化发展取得了长足进展，但经营负担重等因素制约了其创新发展的步伐。为进一步优化餐饮业发展环境，切实减轻餐饮企业负担，推动餐饮业加快转型发展，现提出以下指导意见：

一、总体要求

（一）指导思想。深入贯彻党的十八大和十八届三中、四中、五中全会和中央经济工作会议精神，牢固树立创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念，以供给侧结构性改革引领餐饮业发展的新常态，以创新为动力，推动餐饮业健康持续快速发展，满足人民群众日益增长的餐饮服务需求。

（二）基本原则。

坚持市场化运作。坚持发挥市场配置资源的决定性作用，鼓励餐饮业加快转变发展方式，创新发展模式，提升发展能力。

坚持政策引导。按照供给侧结构性改革的要求，完善并落实好促进政策，简化行政审批程序，强化事中事后监管，营造良好发展环境。

坚持突出重点。围绕社区、商务区、人口流动集中地区等重点区域建设大众化餐饮服务网络，着力解决市场薄弱环节和企业发展中面临的突出矛盾和问题。

（三）发展目标。通过优化环境，引导餐饮企业加速转型，为消费者提供安全、营养、健康、方便、美味的餐饮服务，推动餐饮业向大众化、信息化、标准化、集约化、国际化方向发展。力争用 5 年的时间，培育一批连锁化、品牌化餐饮企业，基本形成以大众化餐饮为主体、区域布局合理、城乡协同、各业态协调的发展格局，满足多层次、多样化消费需求的餐饮服务体系。

二、重点任务

（一）运用信息化技术推动创新发展。鼓励餐饮企业运用互联网、大数据、云计算等技术提高管理水平，推动餐饮实体店开展电子商务应用或与网络服务平台深入合作，积极开发网上营销、在线订餐、电子支付、美食鉴赏、顾客点评等服务功能，大力发展外卖和外送服务模式，实现餐饮服务的线上线下融合创新发展。推动餐饮业与其他行业融合发展，鼓励餐饮企业积极开展产品创新、服务创新、管理创新和业态创新，提升企业竞争力。

（二）探索多元化途径推动协调发展。积极引导自助餐饮、商场餐饮、外卖外送、商务餐饮、婚宴、寿宴、家庭聚餐、旅游团餐等多种业态协调发展，满足不同群体的需求。

不断完善城乡餐饮布局，在城市重点发展特色餐饮、休闲餐饮、快餐、团餐和社区餐饮，在乡镇地区着力提升餐饮服务规范化水平、重点发展农家乐餐饮。发掘和弘扬民族饮食文化，开发针对儿童、青年人、老年人等特定消费群体的特色产品，满足个性化、品质化消费需求。

（三）开展集约化经营推动绿色发展。鼓励有条件的地区依托本地文化、旅游资源，因地制宜发展本地特色产品，打造美食街（区），推动餐饮业集聚式发展。支持餐饮企业完善企业管理制度，通过直营、加盟等形式发展连锁网络，扩大企业规模，提升品牌知名度。积极建设中央厨房，实现原辅料的集中采购、产品的统一生产、统一配送，同时建立绿色餐饮原辅材料基地，向种养、加工、物流配送等产业链的上下游延伸。完善有机餐饮行业标准，鼓励餐饮企业以绿色化为方向，减少一次性用品的使用，加强餐厨废弃物回收体系建设，在生产各个环节推广应用新型节能技术，创建一批“环保典型示范企业”，大力倡导绿色消费。

（四）实施标准化管理推动开放发展。加快构建餐饮产品和服务标准体系，引入国际质量管理标准，建设现代化食品溯源制度，增强标准覆盖面和适用性，加强标准在市场准入等方面的应用，引导海外中餐企业采用国内中餐标准开展规范服务。鼓励特色餐饮企业通过参加美食节、展会等方式，加强国际交流，提高中餐的知名度和美誉度。结合中医、中国文化服务出口扶持政策，支持建设“中餐海外推广中心”，鼓励有实力的餐饮品牌企业到国外开设经营网点。主动加强与海外中餐业较发达的国家协商，逐步解决食材、人才准入等制约餐饮企业走出去的难题。

（五）围绕大众化目标实现共享发展。鼓励高端餐饮企业发展大众化餐饮网点和品牌，优先供应大众化餐饮产品，提供平价特色服务。引导餐饮企业在社区、学校、医院、办公集聚区、交通枢纽等地设立经营网点，大力发展早餐、快餐、团餐、特色小吃、食街排挡等民生服务业态和品质化的特色美食。加快建设规范化生产、连锁化经营、覆盖居民社区的早餐供应体系，着力发展营养、卫生、美味、经济的中式快餐和风味小吃，鼓励发展面向老人、中小学生、病人等特定消费群体的产品。配合相关监管部门做好餐饮卫生安全工作，加强餐饮卫生安全宣传教育，引导餐饮企业认真贯彻执行食品安全法律法规，建立健全餐饮服务卫生规范，消除安全隐患。

三、保障措施

（一）加强部门协作，建立长效机制。结合本地实际成立“促进餐饮业转型发展领导小组”，建立由商务主管部门牵头、各纵向和横向部门共同参与的联动机制，搭建政府、协会和企业沟通的平台，统筹推进餐饮业转型发展的促进工作。

（二）优化发展环境，完善政策措施。根据中央关于简政放权、放管结合、优化服务的要求，进一步简化审批手续，合理降低餐饮企业年检、环评等标准。落实国家关于扶持小微企业的税收优惠政策，减免行政事业性收费，简化征管程序，切实减轻餐饮企业税费负担。设立餐饮业创新发展专项资金，拓展融资渠道，完善用地保障措施和配套设施建设，支持餐饮企业开展产品研发、人才培养、电子商务应用以及建设中央厨房和物流配送体系

等项目。

（三）健全法规标准，加强人才培养。加快完善特色餐饮产品和服务标准，建立企业质量档案，完善质量评价体系，重点针对企业诚信建设、服务质量、安全生产等方面对企业行为、服务流程、商业信用提出要求，及时发布质量信息，引导消费者选择服务。支持有条件的学校开设烹饪专业，鼓励搭建在线教育平台，将学校教学同行业实践结合起来；支持开展校企合作，加大从业人员职业技能培训力度，建立餐饮从业人员培训示范基地，切实提高培训的专业性、有效性；鼓励餐饮企业传承优秀技艺，引进境外优秀人才，提升餐饮业的整体发展水平。

（四）完善行业统计，做好宣传推广。各地商务主管部门要根据商务部统一部署，继续完善统计指标，改进统计方法，支持建立政府与社会紧密互动的大数据采集机制，加强对市场运行的监测分析和预测预警，在企业投资、市场运行等方面提供信息引导服务。总结餐饮业转型发展的成功经验和做法，借助新闻媒体，推广先进经验，加强典型引导，定期向商务部推荐优秀企业典型、安排采访报道，营造促进餐饮业转型发展的良好氛围。

（五）发挥协会作用，加强行业自律。各地商务主管部门要支持行业协会在业务交流、倡导餐饮节约以及人员培训等方面开展工作。行业协会要加强统计分析，及时掌握餐饮业发展动态，总结餐饮业转型发展的情况和问题，帮助企业解决实际困难。各级商务主管部门要引导企业开展诚信经营，鼓励符合条件的第三方信用评估服务机构建设餐饮企业信用数据库，推进诚信经营示范建设，弘扬诚信文化，努力营造良好的餐饮消费环境。鼓励完善行业自律机制，提高行业规范化发展水平，建立开放、公平、公正的市场竞争环境，促进餐饮业健康发展。



中国饭店协会简介

中国饭店协会是经国家民政部批准成立的国家一级行业协会，是为全国饭店与餐饮行业的企业、相关院校、供应商、产业链企业服务的全国性行业组织，成立于 1994 年，隶属于国务院国有资产监督管理委员会，并接受商务部的业务指导。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、中国绿色饭店、中国文化主题饭店、中国饭店业职业经理人、全国饭店业职业技能竞赛、中国饭店产业大会、中国名厨大会等品牌活动。近年来，协会先后被民政部评为国家 4A 级行业协会，连续多年获得“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，学习型和创新型组织建设卓有成效。协会构建的五大服务体系是：

★政府事务服务

协会积极参与制定行业国家标准、行业标准和行业自律规则。受政府委托组织实施《饭店业职业经理人执业资格条件》、《绿色饭店》国家标准和《中国烹饪名师大师评定条件》、《餐饮企业质量评估体系》、《餐饮业现场管理规范》、《商务饭店经营服务规范》等数十个行业标准；协会积极开展“绿色饭店”创建活动及职业经理人认证活动，协会每年权威发布《中国经济型饭店年度报告》、《中国餐饮业调查报告》、《中国饭店业职业经理人薪酬报告》、《中国绿色饭店发展报告》，受到上市企业欢迎和政府部门的关注。

★品牌服务

帮助优秀会员企业境内外上市、申请中国驰名商标、中华老字号等工作，已成为协会日常的工作。目前通过协会的推荐，已有近 30 家企业获得了中国驰名商标，近百家企业获得中华老字号，一些企业在境内外成功上市。“中国美食名城”、“中国餐饮名店”、“国际餐饮名店”、“中国美食之都”的品牌创建工作，极大地推动了行业的品牌提升。

协会主办的中国美食节暨国际美食博览会和中国绿色饭店博览会均被商务部列入扩大内需重点支持展会项目。中国美食节，已成为我国餐饮业规模大、档次高、影响力广、群众参与性强的国际性美食盛会。期间颁布的“中国金鼎奖”是经国家批准的全行业最高奖。同时，“国际美食质量金奖”是全行业的国际大奖。

★培训服务

拥有强大的学术资源及专家队伍，与国内外一些著名饭店管理领域、知名国际饭店管理集团建立了长期的合作关系。饭店职业经理人、客房、餐饮、财务、工程、人力资源、市场营销等培训是全国饭店业质量最高的培训活动。协会积极开展专业的技术评估、职业资格认证、组织开展全国饭店职业经理人资格考试、全国饭店业服务技能竞赛工作，为饭店业转变发展方式，奠定人力资源基础。

★信息服务

拥有广泛的行业信息资源,按月出版《中国饭店业》刊物、及时更新协会官方网站(www.chinahotel.org.cn),方便会员单位及时掌握国内外饭店与餐饮业的最新动态。宣传企业经典案例、反映行业诉求、了解国内外热点问题,推动饭店与餐饮企业信息技术应用和特色文化建设。

★国际交流服务

协会作为国际饭店与餐馆协会亚太区主席单位,积极组织开展行业国际交流活动,建立与国外同行的联系,组织会员和企业赴欧、美进行专业学习考察、参观访问。组织饭店和餐饮企业参加国际会展活动,帮助企业扩大国内、国际的交流合作,引进先进的管理经验和技术,开拓国内、国际市场。



扫描关注
协会最新动态



如果对此报告有任何意见或建议，请随时联系：

地址：北京市西城区月坛北街25号

电话：010-68391490 传真：010-68391490

网址：www.chinahotel.org.cn

邮箱：41629460@qq.com