

2021中国餐饮业年度报告

2021 CHINA RESTAURANT INDUSTRY SURVEY REPORT

2020财政年度
Financial Year 2020

发布单位

中国饭店协会

联合发布单位

新华网

2021.9

编 委 会

主 编：陈新华

副 主 编：宋小溪、张翔

数据收集：金勇、张宪红、李剑锋、何娟、邢程、那柏伦、侯鼎原、
郭琦

报告撰写：董一鸣、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。

本报告由各地区餐饮收入及各业态领跑企业名单、行业整体经营状况分析、上市公司分析、餐饮企业家信心指数分析和精选附件五大部分组成。其中，行业整体经营状况分析以内地 26 个省市区的 116 家餐饮企业和集团的调研数据为基础。调研企业包含内资民营企业、国有企业、港澳台资企业和外商企业，涵盖正餐、火锅、团餐、快餐等多元业态；涉及门店数 3.1 万余家、品牌总数 400 余个。报告通过八大维度、80 余个细分指标开展数据分析与研究，全方位、立体式解析并呈现行业现状与特点。

本报告从宏观及微观的角度考察、分析了 2020 年疫情前后中国餐饮行业发展情况，结合协会调研结果，通过科学的统计指标与详实的数据反映餐饮行业发展现状与走向，并针对行业趋势与国家新政进行详细解读、给出相关发展建议；精选附件包含了对餐饮行业有重大指导意义的国家政策、法律和标准文件，供相关从业人员参考。报告旨在通过对 2020 年餐饮行业发展的全面记录，为广大餐饮业者、商务主管人员和投资人士提供相关决策依据，同时希望能够对餐饮行业的高质量发展指引方向、提供协助。

回顾过去，2020 年初的新冠疫情一度对我国餐饮行业造成重大打击。但随着疫情防控形势总体平稳、国家出台各类促消费与营商优惠政策，行业在 2020 年下半年得到快速恢复；着眼现在，“双碳”目标、流量时代、预制半成品、供应链建设、特色文化赋能等趋势映射出高质量发展的五化——绿色化、数字化、新零售化、标准化和品牌化正成为餐饮企业未来发展中的重要导向标；展望未来，国家喜迎建党百年和全面建成小康社会之年，各行各业兴旺繁荣，人民生活水平得到进一步提高，消费能力与意愿不断回升。相信餐饮行业前途光明、未来可期！

最后，感谢所有参与本报告调研与完善工作的地方协会和餐饮企业。正是由于这些兄弟协会和优秀企业的鼎力相助，本报告的研究工作才得以顺利开展，研究成果才得以成功发布。

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 | 山东省饭店协会 |
| 2 | 北京市餐饮行业协会 | 43 | 山东省餐饮与住宿行业协会 |
| 3 | 上海市餐饮烹饪行业协会 | 44 | 山东省烹饪协会 |
| 4 | 天津市饭店协会 | 45 | 济南市饭店业协会 |
| 5 | 天津市烹饪协会 | 46 | 青岛市饭店和烹饪协会 |
| 6 | 天津市餐饮行业协会 | 47 | 青岛市餐饮行业协会 |
| 7 | 重庆市餐饮行业协会 | 48 | 河南省餐饮与饭店行业协会 |
| 8 | 重庆市餐饮商会 | 49 | 河南省豫菜文化研究会 |
| 9 | 重庆市火锅协会 | 50 | 湖北省烹饪酒店行业协会 |
| 10 | 重庆市烹饪协会 | 51 | 武汉餐饮业协会 |
| 11 | 河北省饭店烹饪餐饮行业协会 | 52 | 湖南省餐饮行业协会 |
| 12 | 石家庄饭店烹饪行业协会 | 53 | 广东省餐饮服务行业协会 |
| 13 | 山西省饭店业商会 | 54 | 广东烹饪协会 |
| 14 | 山西省烹饪餐饮饭店行业协会 | 55 | 广州市饮食商会 |
| 15 | 太原市烹饪餐饮业协会 | 56 | 深圳市饭店业协会 |
| 16 | 内蒙古自治区餐饮与饭店行业协会 | 57 | 深圳市饮食服务行业协会 |
| 17 | 内蒙古烹饪餐饮饭店行业协会 | 58 | 深圳市餐饮商会 |
| 18 | 辽宁省餐饮烹饪行业协会 | 59 | 广西烹饪餐饮行业协会 |
| 19 | 辽宁省饭店餐饮协会 | 60 | 南宁餐饮行业协会 |
| 20 | 大连市饭店协会 | 61 | 海南省酒店与餐饮行业协会 |
| 21 | 吉林省饭店餐饮烹饪协会 | 62 | 海南省烹饪协会 |
| 22 | 长春市饭店餐饮烹饪协会 | 63 | 四川省饭店与餐饮娱乐行业协会 |
| 23 | 黑龙江省餐饮烹饪行业协会 | 64 | 四川火锅协会 |
| 24 | 黑龙江省饭店协会 | 65 | 成都市烹饪协会 |
| 25 | 哈尔滨市饭店烹饪协会 | 66 | 黔东南州饭店餐饮协会 |
| 26 | 江苏省餐饮行业协会 | 67 | 云南省餐饮与美食行业协会 |
| 27 | 江苏省烹饪协会 | 68 | 云南省烹饪协会 |
| 28 | 南京餐饮商会 | 69 | 云南省旅游饭店行业协会 |
| 29 | 浙江省饭店业协会 | 70 | 西藏自治区烹饪餐饮饭店业协会 |
| 30 | 浙江省餐饮行业协会 | 71 | 陕西省餐饮商会 |
| 31 | 杭州市餐饮旅店行业协会 | 72 | 陕西省饭店协会 |
| 32 | 宁波市餐饮业与烹饪协会 | 73 | 西安饭店与餐饮行业协会 |
| 33 | 安徽省餐饮行业协会 | 74 | 甘肃省饭店协会 |
| 34 | 安徽省烹饪协会 | 75 | 兰州烹饪协会 |
| 35 | 安徽省饭店业协会 | 76 | 宁夏餐饮饭店协会 |
| 36 | 合肥市餐饮烹饪行业协会 | 77 | 银川餐饮烹饪行业协会 |
| 37 | 福州市餐饮烹饪行业协会 | 78 | 青海省餐饮烹饪行业协会 |
| 38 | 厦门餐饮行业协会 | 79 | 青海省饭店协会 |
| 39 | 江西省餐饮烹饪行业协会 | 80 | 新疆维吾尔自治区饭店协会 |
| 40 | 江西省赣菜产业发展促进会 | 81 | 乌鲁木齐市饮食协会 |
| 41 | 南昌市餐饮（烹饪）行业协会 | | |
| | | | 等饭店餐饮烹饪饮食行业协会 |

关于此报告

1、本报告主要是对2020年餐饮行业发展的新形势与动态做出调查分析，力求真实、准确地反映我国餐饮行业2020年发展现状和2021年发展方向。报告中对现状和趋势的分析主要依据为调研企业2020财年经营数据、发展规划及未来信心指数，并结合疫情前后国家出台的各类政策与行业风向进行研判。

2、本报告的调研部分依据为中国饭店协会对内地百余家典型餐饮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与差异性，报告中的数据结果可能存在少许误差。

4、本报告旨在反映餐饮行业绿色化、数字化、品牌化、标准化和新零售化等方面的发展动态与趋势，为企业经营决策、相关投资及政策规划提供参考依据。

目 录

联合调查及支持单位	4
关于此报告	5
第一篇 2021餐饮行业各地区及各业态领跑者发布	10
一、2021国内各地区餐饮收入（2020财年）	11
（一）2021国内各省市市区餐饮收入排行	11
（二）2021“丝绸之路”主要省市市区餐饮收入排行	12
（三）2021“21世纪海上丝绸之路”主要省市市区餐饮收入排行	12
（四）2021“京津冀”主要省市餐饮收入排行	12
（五）2021“长江经济带”主要省市餐饮收入排行	13
二、2021餐饮行业各业态领跑者（2020财年）	14
（一）2021中国正餐企业 TOP50	14
（二）2021中国火锅企业 TOP20	15
（三）2021中国团餐企业 TOP20	16
（四）2021中国快餐小吃企业 TOP10	16
第二篇 2021餐饮行业整体经营状况分析	17
一、调研企业基本情况	18
（一）调研企业数量及规模	18
（二）调研企业地理分布	18
（三）调研企业业态分布	20
二、规模分析	21
（一）门店扩张幅度放缓，50家以下门店为主流	21
（二）品牌数增幅放缓，维持现状谨慎发展	21
（三）营业面积持续扩大，增速有所放缓	22
（四）行业持续容纳就业，但疫情下员工稳定性受影响较为严重	23
（五）出于精益管理以及食品安全考虑，建设中央厨房和种养殖基地的企业整体增加	24
三、收益成本分析	26
（一）外部压力导致整体盈利下降，结构性调整仍然艰难	26
（二）疫情下总体成本压力持续攀升	27
（三）规模效益指标分析汇总	31
四、现代化程度分析	34
（一）连锁化增速放缓但规模继续扩大，加盟店成为扩张新热点	34
（二）移动支付比例继续提升，主要支付地位凸显	35

目 录

五、财务数据分析	36
（一）偿还能力	36
（二）运营能力	36
（三）盈利质量	37
（四）发展能力总资产增长率	37
六、企业社会责任分析	38
七、战略发展分析	39
（一）品牌化仍是关注重点，供应链发展和数字化智能化备受关注	39
（二）疫情重组餐饮业格局，新投资新品牌成为热点	39
（三）营收预期总体乐观	40
八、各业态指标对比汇总	41
（一）规模相关指标汇总	41
（二）营收相关指标汇总	41
（三）成本相关指标汇总	41
（四）效益相关指标汇总	42
（五）现代化程度相关指标汇总	43
（六）财务相关指标汇总	43
九、2020年餐饮行业发展状态分析	44
（一）新冠疫情重创餐饮业，10月份行业迎来正增长	44
（二）促消费“组合拳”密集出台，行业加快调整迎回补性消费	44
（三）疫情倒逼餐饮行业打响绿色发展与反食品浪费战役	45
（四）餐饮行业是做好“六稳”工作、落实“六保”任务重要阵地	46
（五）疫情加快线上线下融合发展，数字化转型全面加速	47
十、政策指引分析	48
（一）加快绿色发展	48
（二）增强文化自信，打造民族品牌	49
（三）营造良好营商环境，推动投资拉动内需	50
（四）完善行业标准体系	51
（五）建设完备产业链	52
（六）鼓励科技与技术创新	52
（七）加强职业技能人才培养	52
（八）推动产业数字化变革	53

目 录

十一、行业发展趋势分析	54
（一）落实分餐制，加速发展绿色餐饮	54
（二）供应链平台化、生态化发展，对于降本增效以及提高抗风险能力意义重大	54
（三）精益化央厨助推行业高质量发展	55
（四）预制半成品满足消费升级和人们对美好生活追求的需要，引领超市与餐饮融合发展	55
（五）外卖市场继续下沉，面临专业化品质化挑战	56
（六）特色单品、小吃迎来红利期	57
（七）疫情下团餐市场逆势增长，团餐将迎来资本布局风口	58
（八）职业教育改革助力行业人才培养与服务提升	58
第三篇 2021餐饮业上市公司经营分析	60
一、上市公司经营指标统计（2020财年）	61
（一）上市公司营收利润统计汇总	61
（二）上市公司盈利能力情况统计	62
二、主板企业	63
（一）全聚德	63
（二）西安饮食	63
（三）广州酒家	64
（四）同庆楼	65
（五）中科云网	66
（六）巴比食品	67
三、香港及海外上市公司	68
（一）百胜中国	68
（二）味千中国	68
（三）呷哺呷哺	69
（四）国际天食	70
（五）唐宫中国	70
（六）海底捞	71
（七）九毛九	71
（八）中国新华教育	72
四、新三板企业	73
（一）洛阳餐旅	73
（二）百富餐饮	73

目 录

（三）优格花园（同汇科技）	74
（四）红鼎豆捞	75
（五）华鼎团膳	75
（六）伊秀餐饮	75
（七）新五心	76
（八）小尾羊	76
（九）幸运时间	77
（十）小六饮食	77
（十一）新丰小吃	78
（十二）紫罗兰	79
（十三）望湘园	79
（十四）蓝鼎餐饮	80
第四篇 2021餐饮企业家信心指数分析	81
一、餐饮企业家信心指数编制与计算方法	82
（一）信心指数编制方法	82
（二）信心指数计算方法	82
二、数据收集情况	83
三、信心指数整体分析	83
附件	85
中华人民共和国反食品浪费法	85
国务院印发关于上海市浦东新区开展“一业一证”改革试点大幅降低行业准入成本总体方案的批复 住宿餐饮业内容摘编	90
国务院办公厅关于服务“六稳”“六保”进一步做好“放管服”改革有关工作的意见	91
关于支持民营企业加快改革发展与转型升级的实施意见	97
关于支持新业态新模式健康发展 激活消费市场带动扩大就业的意见	103
市场监管总局 商务部 文化和旅游部关于以标准化促进餐饮节约反对餐饮浪费的意见	108
商务部关于发布商务领域一次性塑料制品使用、回收报告办法（试行）的公告	110
“十四五”文化和旅游发展规划（摘编）	113
教育部办公厅 国家发展改革委办公厅 财政部办公厅关于推进1+X证书制度试点工作的指导意见	119
人力资源社会保障部 财政部 国务院国资委 中华全国总工会 全国工商联 关于印发关于全面推行 中国特色企业新型学徒制 加强技能人才培养的指导意见的通知	123
《绿色餐饮经营与管理》（GB/T 40042-2021）国家标准	127

一、2021 国内各地区餐饮收入（2020 财年）¹

（一）2021 国内各省市餐饮收入排行

表 1.1 2021 国内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	广东	¥4,124.76	-18.70%	¥110,760.94	2.30%	
2	河北	¥3,856.40	9.73%	¥36,206.90	3.90%	含住宿
3	江苏	¥3,434.36	-7.90%	¥102,719.00	3.70%	含住宿
4	山东	¥3,129.10	-6.20%	¥73,129.00	3.60%	
5	浙江	¥2,787.00	-8.40%	¥64,613.00	3.60%	
6	四川	¥2,482.50	-9.00%	¥48,598.80	3.80%	
7	河南	¥2,299.25	-17.10%	¥54,997.07	1.30%	含住宿
8	安徽	¥1,980.40	-6.30%	¥38,680.60	3.90%	
9	湖南	¥1,883.50	-9.40%	¥41,781.50	3.80%	含住宿
10	福建	¥1,739.56	-6.90%	¥43,903.89	3.30%	
11	重庆	¥1,495.04	-0.20%	¥25,002.79	3.90%	
12	湖北	¥1,446.86	-23.70%	¥43,443.46	-5.00%	含住宿
13	云南	¥1,289.50	-9.60%	¥24,521.90	4.00%	
14	天津	¥1,254.04	11.77%	¥14,083.73	1.50%	含住宿
15	上海	¥1,178.28	-19.60%	¥38,700.58	1.70%	含住宿
16	广西	¥1,112.68	-6.40%	¥20,352.51	6.80%	
17	陕西	¥978.86	-11.90%	¥26,181.86	2.20%	
18	黑龙江	¥914.53	-24.20%	¥13,698.50	1.00%	
19	北京	¥871.70	-27.36%	¥36,102.60	1.20%	
20	江西	¥855.60	0.50%	¥25,691.50	3.80%	
21	辽宁	¥690.00	-16.30%	¥25,115.00	0.60%	
22	内蒙古	¥580.70	18.80%	¥17,359.80	0.20%	
23	山西	¥573.40	-10.70%	¥17,651.93	3.60%	
24	吉林	¥513.11	-9.70%	¥12,311.32	2.40%	
25	贵州	¥438.08	-3.00%	¥17,826.56	4.50%	
26	甘肃	¥418.20	-7.10%	¥9,016.70	3.90%	
27	新疆	¥402.26	-16.20%	¥13,797.58	3.40%	
28	海南	¥202.75	-23.00%	¥5,532.39	3.50%	
29	宁夏	¥164.35	-7.20%	¥3,920.55	3.90%	
30	西藏	¥68.58	-7.00%	¥1,902.74	7.80%	
31	青海	¥64.86	-8.60%	¥3,005.92	1.50%	

¹ 统计范围：中国内地各省、市及自治区。暂不包含香港特别行政区、澳门特别行政区及台湾地区数据。

第一篇 2021 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

(二) 2021 “丝绸之路”主要省市餐饮收入排行

表 1.2 2021 “丝绸之路”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(%)
1	四川	¥2,482.50	-9.00%	¥48,598.80	3.80%
2	重庆	¥1,495.04	-5.40%	¥25,002.79	15.92%
3	云南	¥1,289.50	-9.60%	¥24,521.90	4.00%
4	陕西	¥978.86	-11.90%	¥26,181.86	2.20%
5	内蒙古	¥580.70	-18.8%	¥17,359.80	0.20%
6	甘肃	¥418.20	-7.10%	¥9,016.70	3.90%
7	新疆	¥402.26	-16.2%	¥13,797.58	3.40%
8	宁夏	¥164.35	-0.20%	¥3,920.55	3.90%
9	青海	¥64.86	-8.60%	¥3,005.92	1.50%

(三) 2021 “21世纪海上丝绸之路”主要省市餐饮收入排行

表 1.3 2021 “21世纪海上丝绸之路”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	广东	¥4,124.76	-18.70%	¥110,760.94	2.30%	
2	江苏	¥3,434.36	-7.90%	¥102,719.00	3.70%	含住宿
3	山东	¥3,129.10	-6.20%	¥73,129.00	3.60%	
4	浙江	¥2,787.00	-8.40%	¥64,613.00	3.60%	
5	福建	¥1,739.56	-6.9%	¥43,903.89	3.30%	
6	天津	¥1,254.04	11.77%	¥14,083.73	1.50%	含住宿
7	上海	¥1,178.28	-19.6%	¥38,700.58	1.70%	含住宿
8	广西	¥1,112.68	-6.40%	¥20,352.51	6.80%	
9	海南	¥202.75	-23.00%	¥5,532.39	3.50%	

(四) 2021 “京津冀”主要省市餐饮收入排行

表 1.4 2021 “京津冀”主要省市餐饮收入统计表

序号	省份(亿元)	餐饮收入	同比增长(%)	GDP同比增长(%)	GDP收入(亿元)	备注	
1	河北	¥3,856.40	9.73%		¥36,206.90	3.90%	含住宿
2	天津	¥1,254.04	11.77%		¥14,083.73	1.50%	含住宿
3	北京	¥871.70	-27.36%		¥36,102.60	1.20%	

(五) 2021 “长江经济带”主要省市餐饮收入排行

表 1.5 2021 “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	¥3,434.36	-7.90%	¥102,719.00	3.70%	含住宿
2	浙江	¥2,787.00	-8.40%	¥64,613.00	3.60%	
3	四川	¥2,482.50	-9.00%	¥48,598.80	3.80%	
4	安徽	¥1,980.40	-6.30%	¥38,680.60	3.90%	
5	湖南	¥1,883.50	-9.40%	¥41,781.50	3.80%	
6	重庆	¥1,495.04	-0.20%	¥25,002.79	3.90%	
7	湖北	¥1,446.86	-23.7%	¥43,443.46	-5.00%	
8	云南	¥1,289.50	-9.60%	¥24,521.90	4.00%	
9	上海	¥1,178.28	-19.60%	¥38,700.58	1.70%	
10	江西	¥855.60	0.50%	¥25,691.50	3.80%	
11	贵州	¥438.08	-3.00%	¥17,826.56	4.50%	

二、2021 餐饮行业各业态领跑者（2020 财年）

（一）2021 中国正餐企业 TOP50

表 1.6 2021 中国正餐企业 TOP50 列表

序号	企业名称
1	杭州饮食服务集团有限公司
2	山东凯瑞商业集团
3	广州酒家集团股份有限公司
4	山东蓝海酒店集团
5	北京华天饮食集团公司
6	九毛九国际控股有限公司
7	上海杏花楼（集团）股份有限公司
8	宁波白金汉爵酒店投资有限公司
9	南京大惠企业发展有限公司
10	丰收日（集团）股份有限公司
11	外婆家餐饮集团有限公司
12	北京鱼你在一起餐饮管理有限公司
13	安徽小菜园餐饮管理有限公司
14	安徽岸香国际控股集团有限公司
15	厦门豪客来餐饮有限公司
16	安徽同庆楼集团
17	新荣记餐饮服务公司
18	湖南徐记酒店管理有限公司
19	南京古南都投资发展集团有限公司
20	眉州东坡餐饮管理（北京）有限公司
21	唐宫（中国）控股有限公司
22	厦门舒友海鲜大酒楼有限公司
23	宁波石浦酒店管理发展有限公司
24	厦门豪享来餐饮娱乐有限公司
25	广州岭南国际酒店管理有限公司
26	济南嘉和世纪酒店管理有限公司
27	江苏水天堂餐饮管理有限公司
28	中国全聚德（集团）股份有限公司
29	江苏小厨娘餐饮管理有限公司
30	上海避风塘美食有限公司
31	旺顺阁（北京）投资管理有限公司
32	长沙饮食集团有限公司
33	国际天食集团有限公司
34	四平李连贵饮食服务股份有限公司
35	杭州新白鹿餐饮管理有限公司

序号	企业名称
36	武汉市半秋山餐饮管理有限公司
37	望湘园（上海）餐饮管理股份有限公司
38	广州市耀华饮食集团
39	金海华餐饮发展有限公司
40	广州市绮醒钢餐饮有限公司（品牌：万岁寿司）
41	西安饮食股份有限公司
42	武汉湖锦酒楼管理有限公司
43	烟台百纳餐饮有限公司
44	广州半岛投资集团
45	武汉艳阳天商贸发展有限公司
46	北京金鼎轩酒楼有限责任公司
47	广西好友缘餐饮投资有限公司
48	上海趣盘餐饮管理有限公司
49	北京便宜坊烤鸭集团有限公司
50	杭州楼外楼实业集团股份有限公司

（二）2021 中国火锅企业 TOP20

表 1.7 2021 中国火锅企业 TOP20 列表

序号	企业名称
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	四川至膳品牌管理有限公司
4	成都小龙坎餐饮管理有限公司
5	重庆德庄饮食连锁有限公司
6	重庆刘一手实业有限公司
7	巴奴毛肚火锅有限公司
8	重庆朝天门餐饮控股集团有限公司
9	上海左庭右院企业管理有限公司
10	成都蜀大侠餐饮管理有限公司
11	捞王（上海）餐饮管理有限公司
12	重庆五斗米饮食文化有限公司
13	成都大龙燚餐饮管理有限公司
14	无锡大渝餐饮管理有限公司
15	北京东来顺集团有限责任公司
16	上海龙辉餐饮管理有限公司
17	湖北李二鲜鱼村餐饮连锁管理有限公司
18	浙江凯旋门澳门豆捞控股集团有限公司
19	重庆民贤餐饮管理有限公司 - 珮姐老火锅
20	鲁西肥牛（重庆）餐饮管理有限公司

(三) 2021 中国团餐企业 TOP20

表 1.8 2021 中国团餐企业 TOP20 列表

序号	企业名称
1	河北千喜鹤饮食股份有限公司
2	北京健力源餐饮管理有限公司
3	深圳市德保膳食管理有限公司
4	北京金丰餐饮有限公司
5	广东好来客集团有限公司
6	快客利(北京)集团有限公司
7	蜀王优芙得餐饮服务服务有限公司
8	武汉华工后勤管理有限公司
9	广东中膳金勺子食品集团有限公司
10	上海麦金地集团股份有限公司
11	北京东贸国际餐饮管理有限公司
12	广州中味餐饮服务有限公司
13	广东新又好企业管理服务有限公司
14	北京振达餐饮管理有限公司
15	广东乡谷村膳食管理有限公司
16	东莞市鸿骏膳食管理有限公司
17	宁波康喜乐嘉餐饮管理有限公司
18	安徽大佳一餐饮管理有限公司
19	广东中膳健康产业科技有限公司
20	江苏松霖餐饮有限公司

(四) 2021 中国快餐小吃企业 TOP10

表 1.9 2021 中国快餐小吃企业 TOP10 列表

序号	企业名称
1	安徽老乡鸡餐饮股份有限公司
2	上海杨国福企业管理(集团)有限公司
3	黑龙江盛世千秋餐饮管理有限公司(张亮麻辣烫)
4	北京李先生加州牛肉面大王有限公司
5	味千(中国)控股有限公司
6	曼玲餐饮管理集团有限公司
7	真功夫餐饮管理有限公司
8	江苏和府餐饮管理有限公司(和府捞面)
9	济南超意兴餐饮有限公司
10	北京庆丰餐饮管理有限公司

第二篇 2021 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

本次调研的企业集团共计 116 家，涉及门店数 3.1 万余家，涉及品牌总数 400 余个。2020 年营业收入超过 2000 万元的企业占比 83%，2020 年营业收入超过 1 亿元的企业占比 64%。从所有制上看，内资民营企业占比 78%，国有 / 国有控股企业占比 12%，港澳台资和其他类型企业占比 3%，外商企业占比 1%。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

调研企业实现七大区域全覆盖，分布在 26 个省、市和自治区，如图所示。

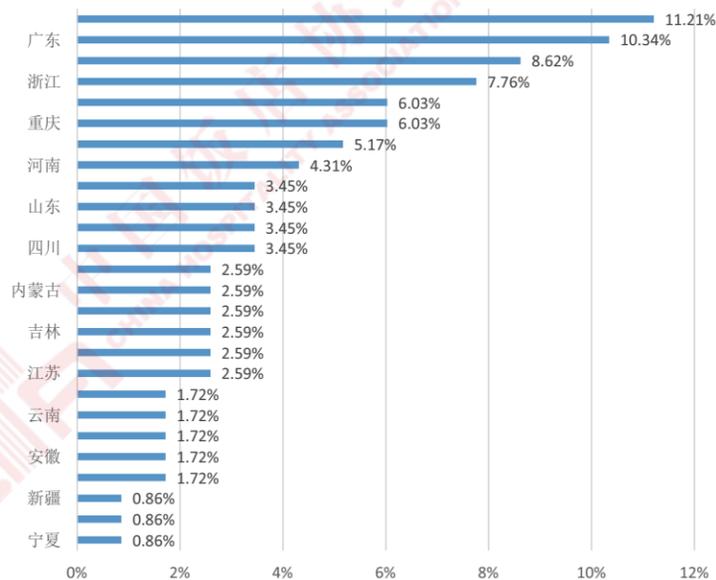


图 2.1 调研企业地区分布图

2、门店主要分布

调研企业中，布局内地一线城市的企业占比 32.32%；布局内地二线城市的的企业最多，占比 42.93%，布局内地三线以下城市占比 21.21%，布局港澳台地区企业占比 0.51%，布局海外的企业占比 3.03%。

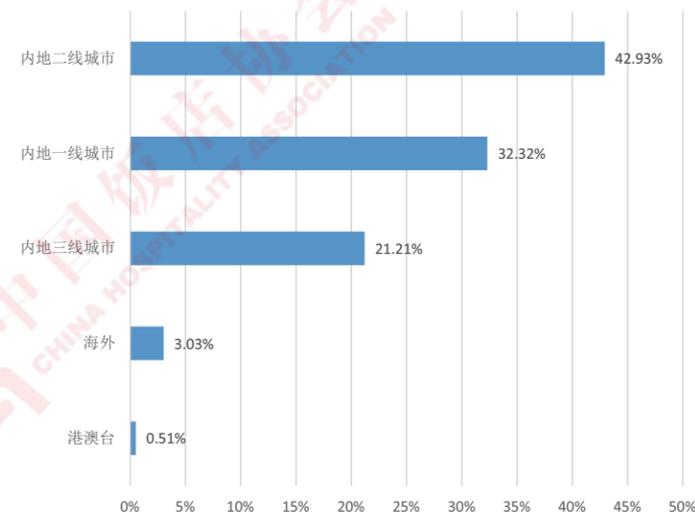


图 2.2 调研企业门店布局分布图

3、门店选址

调研企业以街边店为主要布局选择。根据调研结果，有 72% 的企业布局街边店，有 53% 的企业布局商场内，有 24% 的企业布局社区店，有 9% 的企业门店布局涉及到政府机关、企事业单位、写字楼、旅游景区、自建设施等地点。

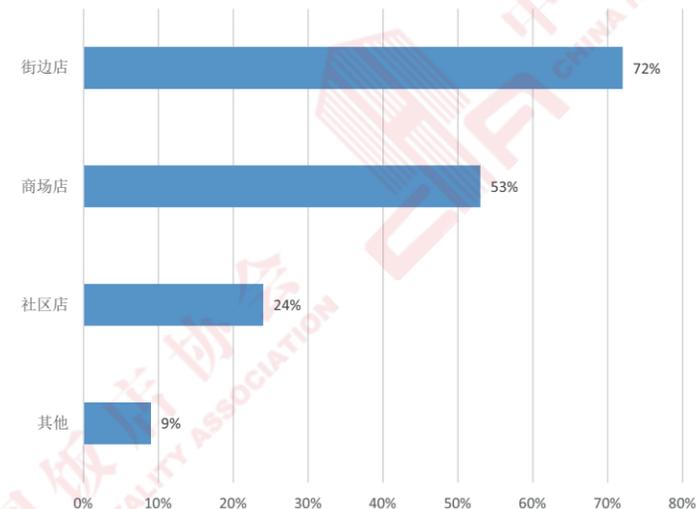


图 2.3 调研企业门店选址分布图

（三）调研企业业态分布

调研企业中，各业态占比情况分布如下：正餐企业占比 37%，火锅企业占比 31%，休闲西餐企业占比 11%，团餐企业占比 8%，日料企业占比 5%，快餐企业占比 2%。其他业态企业占比 6%。

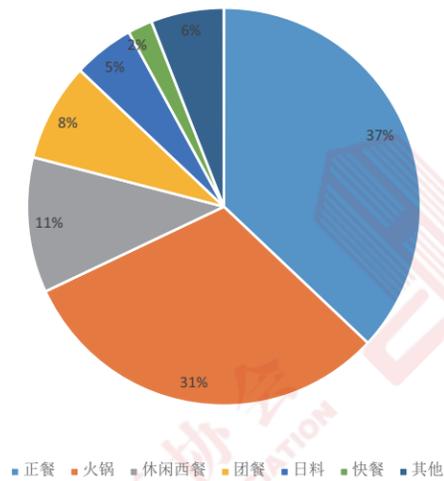


图 2.4 调研企业业态分布图

二、规模分析

（一）门店扩张幅度放缓，50 家以下门店为主流

1、门店数量及变动

调研中，虽然整体门店数量持续增加，但 53.8% 的企业表示门店有所减少，总体而言呈现出明显的品类差异。门店数量大幅增加的多为火锅、快餐、小吃品类，如呷哺呷哺的门店总数增长了 115%，锅圈供应链（上海）有限公司门店总数增长了 148.4%；门店数量大度减少的主要为日料品类，有的日料门店下降幅度高达 50%。

表 2.1 门店数统计表

指标	数值
门店数均值	279.32
门店数中位数值	42 个
门店数 1/4 位值	10 个
门店数 3/4 位值	168 个
门店数同比变动均值	21.95%
门店数同比变动中值	1.6%

2、不同门店数量的企业分布

调研企业中，拥有 50 家以下门店的企业最多，占比 52%；拥有 500 家以上门店的企业占比 17%，位列第二；拥有 50-99 家门店和 100-199 家门店的企业占比相同，均为 13%；拥有 300-399 家门店的企业占比 4%；拥有 200-299 家门店和 400-499 家门店的企业最少，均为 1%。

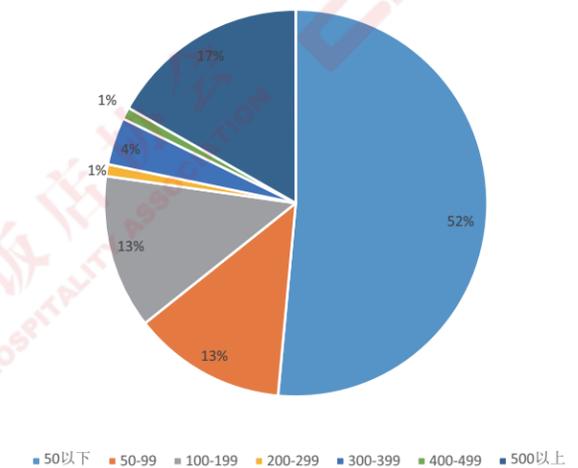


图 2.5 拥有不同门店数的企业分布图

（二）品牌数增幅放缓，维持现状谨慎发展

1、品牌数量及变动

调研企业平均拥有品牌数 3.9 个，品牌数量中值为 3 个，品牌数同比增长 8.13%，增幅同比下降约 1 个百分点，有 59.5% 的企业维持或减少了品牌数量。较去年同期数据，品牌数扩张速度稍有放缓。有更多的企业选择了比较谨慎的策略，维持当前品牌数量不变。

表 2.2 品牌数量统计表

指标	数值
品牌数均值	3.9 个
品牌数中位数值	3 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	8.13%
品牌数同比变动中值	0

2、品牌数量分析

调研企业中，拥有 1-3 个品牌的企业最多，占比约 59%；拥有 4-6 个品牌的企业占比约 27%；拥有 7 个以上品牌的企业占比约 15%。

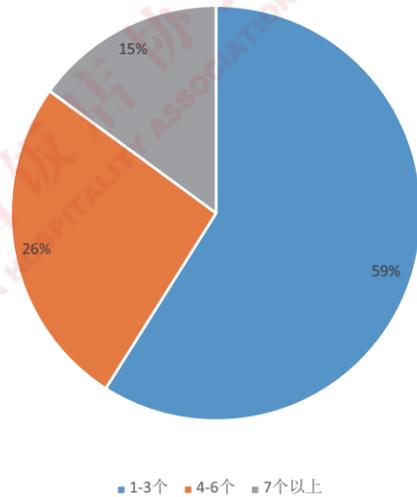


图 2.6 拥有不同品牌数量的企业分布图

(三) 营业面积持续扩大，增速有所放缓

调研企业的营业面积同比变动均值为 3%，涨幅较去年下降 2 个百分点。

表 2.3 营业面积统计表

指标	数值
营业面积中位数值	22,000 平方米
营业面积 1/4 位值	9,048 平方米
营业面积 3/4 位值	56,111 平方米
营业面积同比变动均值	3.0%
营业面积同比变动中值	0

(四) 行业持续容纳就业，但疫情下员工稳定性受影响较为严重

1、员工总数及变动

疫情之下，调研企业员工总数同比增长 6.6%，行业持续容纳更多就业，但是其增长幅度放缓，较去年下降 3.3 个百分点。

表 2.4 员工数量统计表

指标	数值
员工总数均值	9,137 人
员工总数中位数值	1,100 人
员工总数 1/4 位值	393 人
员工总数 3/4 位值	4,174 人
员工总数同比变动均值	6.6%
员工总数同比变动中值	2%

2、一线员工及管理人员所占比例

调研企业中，各企业人员占比结构较为稳定。一线人员与管理人员比值均值为 10.26:1，与去年同期相比，组织向更加扁平化发展，管理效率有所提升。

表 2.5 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	82.02%	14.83%
中位数值	85%	10.50%
1/4 位值	80%	9%
3/4 位值	90%	20%

3、员工流失率

尽管员工人数总体增加，但餐饮行业人员流失率也在大幅增加，企业或在未来承担一定用工压力；调研企业中，员工流失率均值为 19.34%，较去年数据上升约 4.6 个百分点；流失率中值、四分之一位和四分之三位值较去年均有所上升。员工流失率在 12% 以上企业占比约 51%，超过半数水平，员工流失情况较去年有所加重。

表 2.6 员工流失率统计表

指标	数值
员工流失率均值	19.34%
员工流失率中位数值	12%
员工流失率 1/4 位值	8%
员工流失率 3/4 位值	24.25%

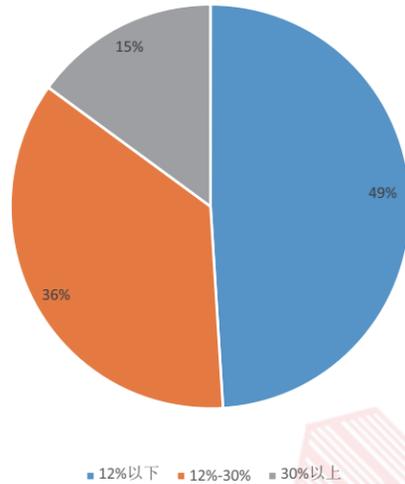


图 2.7 员工流失率分布图

（五）出于精益管理以及食品安全考虑，建设中央厨房和种养殖基地的企业整体增加

1、中央厨房分析

疫情之下，成本的严格管控，标准化、工业化发展以及食品安全成为企业更加关注的问题。调研企业中，建设中央厨房的企业数显著上升，约 52% 的企业拥有中央厨房，同比上升了 7 个百分点；拥有 1 个中央厨房的企业占比约 39.7%，同比上升约 7.7 个百分点；拥有 2 个中央厨房的企业约 3.4%，同比上升约 1.4 个百分点；拥有 3 个中央厨房的企业占比 2.6%，同比下降约 2.4 个百分点；拥有 4 个及以上中央厨房的企业占比约 4.3%，同比上升约 1.3 个百分点。中央厨房数量均值也较去年上升了 0.49 点，增长明显。

表 2.7 中央厨房数量统计表

指标	数值
中央厨房数量均值	1.16
中央厨房数量中位数值	1
中央厨房数量 1/4 位值	0
中央厨房数量 3/4 位值	1

2、种养殖基地分析

总体而言，建设种养殖基地的企业也在增加，侧面反映出越来越多的餐饮企业开始关注到上游及供应链方面的问题。调研企业中，拥有种养殖基地的企业占比约 21.6%，同比上升约 6.6 个百分点；拥有 1 个种养殖基地的企业占比约 12.9%，同比上升约 4.9 个百分点；拥有 2 个种养殖基地的企业占比约 3.4%，同比上升约 1.4 个百分点；拥有 3 个种养殖基地的企业占比约为 2.6%，同比上升约 1.6 个百分点；拥有 4 个及以上种养殖基地的企业占比

约为 2.6%，同比小幅下降约 1.4 个百分点。种养殖基地数量均值也较去年上升了 0.43 点，增长明显。

表 2.8 种养殖基地数量统计表

指标	数值
种养殖基地数量均值	0.78
种养殖基地数量中位数值	0
种养殖基地数量 1/4 位值	0
种养殖基地数量 3/4 位值	1

三、收益成本分析

(一) 外部压力导致整体盈利下降，结构性调整仍然艰难

1、营业收入

疫情造成的外部成本和环境压力导致企业盈利能力下降。调研企业中，营收变动均值和中值均为负数。其中，营收变动均值大幅下滑，跌幅约 196.55%。

表 2.9 营业收入统计表

指标	数值
营业收入均值	10.31 亿元
营业收入中位数值	2.55 亿元
营业收入数量 1/4 位值	0.86 亿元
营业收入数量 3/4 位值	9.24 亿元
营业收入变动均值	-11.20%
营业收入变动中值	-8.5%

2、酒水饮料销售占比

酒水饮料销售情况并不乐观。酒水饮料销售占比各项统计指标数据均较去年有所下降，其中销售占比均值较去年下降了 0.86 个百分点，同比增速还不足 1 个百分点。

表 2.10 酒水饮料销售占比统计表

指标	数值
酒水饮料销售占比均值	8.57%
酒水饮料销售占比中位数值	7%
酒水饮料销售占比 1/4 位值	3%
酒水饮料销售占比 3/4 位值	10.65%
酒水饮料销售占比变动均值	0.17%
酒水饮料销售占比变动中值	0

3、外卖销售占比

尽管调研企业中，专做外卖的企业比例并不高，但疫情和新零售的发展使消费者的消费习惯发生改变，调研企业的外卖业绩有一定提升。外卖销售占比均值同比上升 0.41 个百分点。疫情期间各方面压力也一定程度上影响了调研企业的经营能力：外卖销售同比增长均值和中值较去年均有所下降，且下降幅度超过 30%。

表 2.11 外卖销售占比统计表

指标	数值
外卖销售占比均值	8.16%
外卖销售占比中位数值	5%
外卖销售占比 1/4 位值	1%
外卖销售占比 3/4 位值	14.9%
外卖销售占比变动均值	6.87%
外卖销售占比变动中值	0.66%

4、电商销售占比

调研企业中，电商销售占比比较低，但相较于去年有小幅提升。电商销售占比均值同比上升 0.3 个百分点；占比变动均值同比上升 1.58 个百分点，不少头部企业面对疫情不断拓展电商销售渠道。其中广州酒家、上海杏花楼、重庆巴九门的电商销售占比涨幅均超过了 50%，上海杏花楼的涨幅更是达到 67.52%。

表 2.12 电商销售占比

指标	数值
电商销售占比均值	5.52%
电商销售占比中位数值	0
电商销售占比 1/4 位值	0
电商销售占比 3/4 位值	5%
电商销售占比变动均值	3.98%
电商销售占比变动中值	0

(二) 疫情下总体成本压力持续攀升

1、原料进货成本占营业收入比例及其变动

总体来看，调研企业的原料成本压力仍然存在，且有小幅增加的情况。原料进货成本变动均值和中值较去年分别上升了 1.01 和 0.2 个百分点，有四分之三的调研企业原料进货成本在营收中的占比达 48.3%，较去年上升 0.3 个百分点。

表 2.13 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	41.78%
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	34%
原料进货成本占营业收入比例 3/4 位值	48.3%
原料进货成本同比变动均值	3.11%
原料进货成本同比变动中值	1.2%

2、房租及物业成本占营业收入比例及其变动

总体来看，受租金减免政策惠及，调研企业的房租及物业成本压力稍有下降。房租物业成本占营收比例均值较去年下降了 1.26 个百分点。

表 2.14 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	10.51%
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	5.03%
房租及物业成本占营业收入比例 3/4 位值	15%
房租及物业成本同比变动均值	2.29%
房租及物业成本同比变动中值	0.66%

3、人力成本占营业收入比例及其变动

调研企业中，人力成本的压力仍然存在。人力成本占营收比例的均值仍维持在 21% 左右，中值仍保持在 20% 这一档。但人力成本增速放缓，由之前的 3.69% 下降至 1.16%。

表 2.15 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	21.51%
人力成本占营业收入比例中位数值	20.15%
人力成本占营业收入比例 1/4 位值	16%
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	1.16%
人力成本同比变动中值	0.78%

4、能源成本占营业收入比例及其变动

调研企业中，相对来说能源成本压力有较为明显的减轻。能源成本占营收比例均值同比下降了 0.28 个百分点，中值下降了 0.86 个百分点，且能源成本增速出现负增长。疫情导致企业日常业务量骤减及关停或临时关闭部分店面，客观上降低了能源消耗的需求。

表 2.16 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	3.72%
能源成本占营业收入比例中位数值	3.14%
能源成本占营业收入比例 1/4 位值	2.14%
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	-0.78%
能源成本同比变动中值	0.02%

5、外卖平台佣金占营业收入比例及其变动

调研企业中，外卖平台成本压力有所增加，但增速放缓。外卖平台提成占营收比例均值同比上升 1.95 个百分点，中值同比上升 1 个百分点，涨幅均值下降 1.94 个百分点。

表 2.17 外卖平台提成占营业收入比例统计表

指标	数值
外卖平台提成占营业收入比例均值	12.10%
外卖平台提成占营业收入比例中位数值	13.00%
外卖平台提成同比变动均值	2.82%
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，三项费用占比虽然较上年数据下降了 1 个百分点，但仍维持在 20% 的水平，所占比例较高。其中，销售费用在三项费用中的占比最高，且各项指标较去年数据增加明

显，疫情期间餐企转战外卖、网络销售等新零售业务，对于销售费用增加有一定影响。管理费用和财务费用占营业收入比例较去年变化不大，基本维持在同一水平。但值得注意的是，二者的增速都较去年有所提高，尤其是财务费用增长明显：管理费用的增速同比增加了 2.01 个百分点，财务费用的增速同比增加了 7.73 个百分点，疫情导致的融资需求一定程度上加速了财务费用增长。

表 2.18 销售费用占营业收入比例统计表

指标	数值
销售费用占营业收入比例均值	18.34%
销售费用占营业收入比例中位数值	10%
销售费用占营业收入比例 1/4 位值	4.33%
销售费用占营业收入比例 3/4 位值	30.38%
销售费用同比变动均值	2.82%
销售费用同比变动中值	1%

表 2.19 管理费用占营业收入比例统计表

指标	数值
管理费用占营业收入比例均值	6.7%
管理费用占营业收入比例中位数值	5%
管理费用占营业收入比例 1/4 位值	2.18%
管理费用占营业收入比例 3/4 位值	8.51%
管理费用同比变动均值	3.1%
管理费用同比变动中值	0.16%

表 2.20 财务费用占营业收入比例统计表

指标	数值
财务费用占营业收入比例均值	1.82%
财务费用占营业收入比例中位数值	0.85%
财务费用占营业收入比例 1/4 位值	0.2%
财务费用占营业收入比例 3/4 位值	2%
财务费用同比变动均值	6.23%
财务费用同比变动中值	0

表 2.21 三项费用占营业收入比例统计表

指标	数值
三项费用占营业收入比例均值	20.03%
三项费用占营业收入比例中位数值	12.65%
三项费用占营业收入比例 1/4 位值	1.75%
三项费用占营业收入比例 3/4 位值	30%
三项费用同比变动均值	8.67%
三项费用同比变动中值	0

7、各项税费合计占营业收入比例及其变动

在国家各项税费优惠政策下，企业的税费压力有所缓解。税费合计占营业收入比例均值为 2.27%，同比下降 0.97 个百分点，税费合计同比减少 6.6%

表 2.22 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	2.27%
税费合计占营业收入比例中位数值	1.36%
税费合计占营业收入比例 1/4 位值	0.27%
税费合计占营业收入比例 3/4 位值	3.00%
税费合计同比变动均值	-6.60%
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，占比最高的仍然是原料进货成本；人力成本和三项费用成本分列第二、第三位。增速最快的是三项费用成本，其次是原料进货成本和房租物业成本。

和去年情况相比，总体来说，疫情客观地使餐企减少了一部分成本开支，调研企业部分成本的占比和增速出现了下降；但总体成本压力依旧存在，尤其是三项成本费用增速明显。企业仍需关注内外环境，科学、适当地对成本进行压缩和管理。

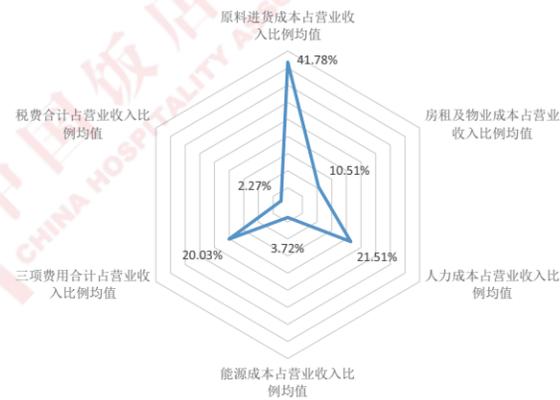


图 2.8 各项成本费用占营业收入比例分布图

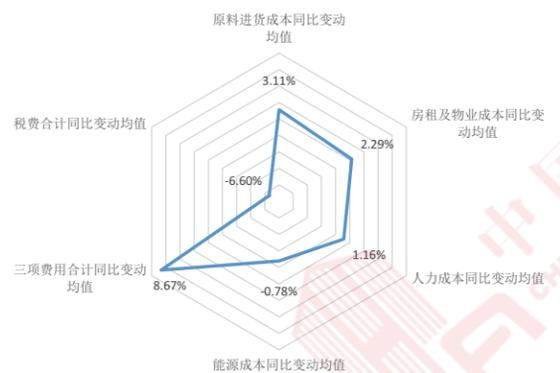


图 2.9 各项成本费用占营业收入比例同比变动分布图

(三) 规模效益指标分析汇总

1、每餐位营收

调研企业每餐位营收大幅下降，每餐位营收均值为 4.02 万元，较去年同期减少了近 20%，减少额度为 10,048 元。

表 2.23 每餐位营收统计表

指标	数值
每餐位营收均值	40,200 元
每餐位营收中位数值	35,600 元
每餐位营收 1/4 位值	19,837 元
每餐位营收 3/4 位值	543,600 元

2、人均劳效

调研企业人均劳效均值为 22.9 万元，中值为 18.18 万元。人均劳效均值较去年同期下降了 4.74%，下降额度为 11,402 元。

表 2.24 人均劳效统计表

指标	数值
人均劳效均值	229,000 元
人均劳效中位数值	181,818 元
人均劳效 1/4 位值	139,632 元
人均劳效 3/4 位值	265,678 元

3、毛利率及其变动

与去年数据相比，调研企业毛利率均值等各项指标变化不大，但新冠疫情加重了调研企业的运营成本压力，毛利率增速出现负增长。

表 2.25 毛利率统计表

指标	数值
毛利率均值	50.08%
毛利率中位数值	55.14%
毛利率 1/4 位值	40%
毛利率 3/4 位值	62%
毛利率同比变动均值	-1.41%
毛利率同比变动中值	0

4、净利率及其变动

新冠疫情大背景下，调研企业的运营成本较高，净利率平均降低了 13.02%。

表 2.26 净利率统计表

指标	数值
净利率均值	10.23%
净利率中位数	8.16%
净利率 1/4 位值	2.33%
净利率 3/4 位值	18%
净利率同比变动均值	-13.02%
净利率同比变动中值	-0.1%

5、平均翻台率

调研企业平均翻台率均值为 2.13 次 / 天，与去年同期相比下降 28.28%，一些企业的翻台率同比下降超过 50%。

表 2.27 平均翻台率统计表

指标	数值
平均翻台率均值	2.13 次 / 天
平均翻台率中位数	2 次 / 天
平均翻台率 1/4 位值	1 次 / 天
平均翻台率 3/4 位值	3 次 / 天
平均翻台率同比变动均值	-4.30%
平均翻台率同比变动中值	0

6、员工工资

调研显示，一线员工工资均值为 5,209 元，管理人员工资均值为 13,453 元，二者工资均出现上涨；其中，一线员工工资增速最为明显：同比变动均值为 6.23%，较去年增加 0.27 个百分点；管理人员工资同比变动均值为 5.96%，较去年增加 0.06 个百分点。可见，调研企业的用工成本和压力均有所攀升。

表 2.28 一线员工工资统计表

指标	数值
一线员工工资均值	5,209 元
一线员工工资中位数	4,000 元
一线员工工资 1/4 位值	3,500 元
一线员工工资 3/4 位值	4,800 元
一线员工工资同比变动均值	6.23%
一线员工工资同比变动中值	4.83%

表 2.29 管理人员工资统计表

指标	数值
管理人员工资均值	13,453 元
管理人员工资中位数	7,900 元
管理人员工资 1/4 位值	6,000 元
管理人员工资 3/4 位值	9,391 元
管理人员工资同比变动均值	5.96%
管理人员工资同比变动中值	4.07%

7、人均消费

调研企业中，大众人均消费均值为 64.49 元，中档人均消费均值为 129.56 元，高档人均消费均值为 199.63 元。疫情期间，人们对于健康和更加关注，消费升级仍在持续，大众消费、中档消费和高档消费同比增长幅度分别为 2.16%、1.67% 和 0.55%，其中大众消费引领增长。

表 2.30 大众人均消费统计表

指标	数值
大众人均消费均值	64.49 元
大众人均消费中位数	65 元
大众人均消费 1/4 位值	30 元
大众人均消费 3/4 位值	80 元
大众人均消费同比变动均值	2.16%
大众人均消费同比变动中值	0

表 2.31 中档人均消费统计表

指标	数值
中档人均消费均值	129.56 元
中档人均消费中位数	100 元
中档人均消费 1/4 位值	85 元
中档人均消费 3/4 位值	150 元
中档人均消费同比变动均值	1.67%
中档人均消费同比变动中值	1%

表 2.32 高档人均消费统计表

指标	数值
高档人均消费均值	199.63 元
高档人均消费中位数	180 元
高档人均消费 1/4 位值	100 元
高档人均消费 3/4 位值	250 元
高档人均消费同比变动均值	0.55%
高档人均消费同比变动中值	0

四、现代化程度分析

（一）连锁化增速放缓但规模继续扩大，加盟店成为扩张新热点

1、直营店数量及变动

调研企业中，直营店的规模仍在持续增长，但增速放缓，直营店数量同比增加值比去年下降 8.6 个百分点。

据调研结果，与去年相比，调研企业直营店数量规模有明显提升，但增速有所放缓：直营店数量均值较去年增加了 30.59 家，中值增加 4 家，但直营店数量同比变动率均值较去年下降了约 3.93 个百分点。

表 2.33 直营店数量统计表

指标	数值
直营店数量均值	81.36 家
直营店数量中位数值	17 家
直营店数量 1/4 位值	6.5 家
直营店数量 3/4 位值	51 家
直营店数量同比增加数均值	7.29 家
直营店数量同比增加数中值	0.5 家
直营店数量同比变动率均值	12.60%
直营店数量同比变动率中值	3.2%

2、加盟店数量及变动

调研企业加盟店规模和增速出现大幅增长、加盟成为热门扩张方式：加盟店数量同比变动率均值为 12.8%，较去年数据增加 5.4 个百分点。在总体成本压力的影响下，随着新技术的发展和应用、现代化管理能力的提升以及建设供应链需求的增加，以“轻资产模式”为特色的加盟店成为调研企业钟爱的扩张方式。

表 2.34 加盟店数量统计表

指标	数值
加盟店数量均值	211.32 家
加盟店数量中位数值	2 家
加盟店数量 1/4 位值	0 家
加盟店数量 3/4 位值	95.25 家
加盟店数量同比增加数均值	59.95 家
加盟店数量同比增加数中值	0
加盟店数量同比变动率均值	12.8%
加盟店数量同比变动率中值	0

（二）移动支付比例继续提升，主要支付地位凸显

据调研结果，各项移动支付统计指标较去年数据均有明显提升，移动支付趋势和其主流支付地位不断加强、凸显：与去年数据相比，移动支付占比均值增加 5.82 个百分点，中值增加 10 个百分点，四分之一位值和四分之三位值分别增加 10.95 个百分点和 5.5 个百分点。

表 2.35 移动支付比例统计表

指标	数值
移动支付占比均值	72.15%
移动支付占比中位数值	80%
移动支付占比 1/4 位值	60.95%
移动支付占比 3/4 位值	90%

五、财务数据分析

调研中，约 22% 的企业流动比率大于 2，约 75% 的企业资产负债率低于 60%，约 24% 的企业盈利现金比率大于 1，约 52% 的企业全部资产现金回收率大于 0.06。

总体而言，2020 年的新冠疫情对调研企业的经营造成了一定的影响，其中较为明显的影响是：企业的资金流动速度下降；盈利能力下滑；企业应收账款和流动资产的周转时间都出现了不同程度的增加，侧面反映出疫情大背景下企业面临着较大经营压力。

（一）偿还能力

1、流动比率

表 2.36 流动比率统计表

指标	2020 年数值	2019 年数值
流动比率均值	2.47	2.52
流动比率中位数值	1.36	1.78
流动比率 1/4 位值	0.84	0.84
流动比率 3/4 位值	2.55	2.79

2、资产负债率

表 2.37 资产负债率统计表

指标	2020 年数值	2019 年数值
资产负债率均值	43.1%	38.6%
资产负债率中位数值	33.3%	28.2%
资产负债率 1/4 位值	4.4%	3.5%
资产负债率 3/4 位值	69.3%	56.3%

（二）运营能力

1、应收账款周转

表 2.38 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	13.63	82.32
中位数值	19.04	20.1
1/4 位值	7.8	2.7
3/4 位值	52.9	126

2、流动资产周转天数

表 2.39 流动资产周转统计表

指标	数值（天）
流动资产周转天数均值	138
流动资产周转天数中位数值	72
流动资产周转天数 1/4 位值	5.1
流动资产周转天数 3/4 位值	166.8

（三）盈利质量

1、盈利现金比率

表 2.40 盈利现金比率统计表

指标	数值
盈利现金比率均值	1.19
盈利现金比率中位数值	0.23
盈利现金比率 1/4 位值	0
盈利现金比率 3/4 位值	1.23

2、全部资产现金回收率

表 2.41 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	0.63
全部资产现金回收率中位数值	0.15
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	0.46

（四）发展能力总资产增长率

表 2.42 总资产增长率统计表

指标	数值
总资产增长率均值	8%
总资产增长率中位数值	7.2%
总资产增长率 1/4 位值	-13.1%
总资产增长率 3/4 位值	20.9%

六、企业社会责任分析

承担更多的社会责任，是餐饮企业发展到一定阶段后的内在要求，同时也是餐饮行业高质量发展的必然要求。更多的社会责任意味着企业能够实现自身成长，满足股东、员工和企业发展的需求；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的要求，依据行业标准为消费者提供卓越的商品和服务；意味着企业充分发挥市场主体作用，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 8 个指标（具体指标内容详见表 2.43）作为企业社会责任的测量维度，并通过行业内企业互评方式获得评价分值结果。如表 2.43 所示，倡导节约消费行为、制定食品质量标准及倡导使用公勺公筷或双筷制位列前三，表明调研企业认为行业在这三个方面表现良好，但在安全生产管理体系、减少一次性碗筷和节能环保设施方面仍有待提高。

表 2.43 企业社会责任评价表

序号	指标	分值
1	倡导节约消费行为	4.65
2	食品质量标准	4.50
3	倡导使用公筷公勺或双筷制	4.46
4	安全生产教育和培训	4.43
5	安全事故预案	4.41
6	安全生产管理体系	4.33
7	减少一次性碗筷	4.29
8	节能环保设施	4.14

七、战略发展分析

（一）品牌化仍是关注重点，供应链发展和数字化智能化备受关注

调研中，最受餐企关注的前三个发展方向分别是品牌化、供应链发展和数字化智能化，分别占比 56%、52% 和 45%，而这也与当下国内大环境和行业发展情况相符：一是国家大力推行“打造国牌”、健全供应链产业链和推动数字化商务发展，二是疫情让餐企意识到成熟的品牌、稳定完善的供应链和互联网支持给业务带来的巨大推力。因此调研餐企将目光集中到了这三个发展方向上。

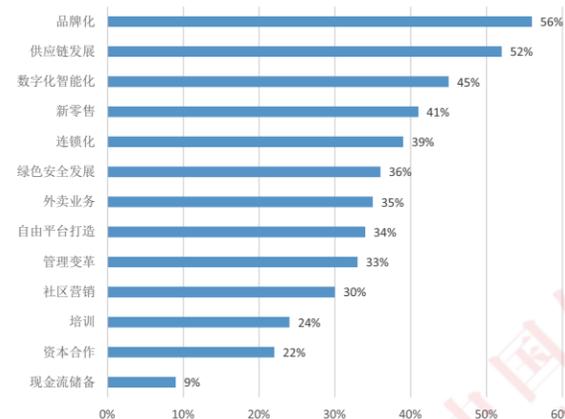


图 2.10 企业关注发展方向统计图

（二）疫情重组餐饮业格局，新投资新品牌成为热点

在四个发展方向中，新投资意向和新品牌计划受到调研企业的青睐，有 63% 的调研企业表示将有新投资意向，有 52% 的调研企业表示将有新品牌计划。疫情重组国内餐饮业发展格局，餐企纷纷寻找新思维和新方法拓宽市场。而计划裁员的调研企业仅占 5%，说明大部分调研企业在疫情期间顶住了压力、坚守社会责任，保证群众就业稳定。

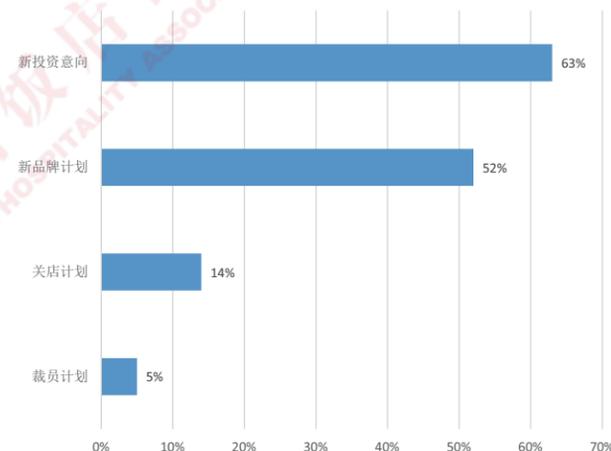


图 2.11 企业行动决策统计图

（三）营收预期总体乐观

随着国内疫情防控形势总体平稳、国际形势有所缓和，多数调研企业对于营业收入和利润预期均持乐观的态度：有半数以上的调研企业认为营收和利润会增加，有 10% 左右的调研企业认为营收和利润会较上年持平，仅有 5% 左右的企业认为营收和利润会减少。

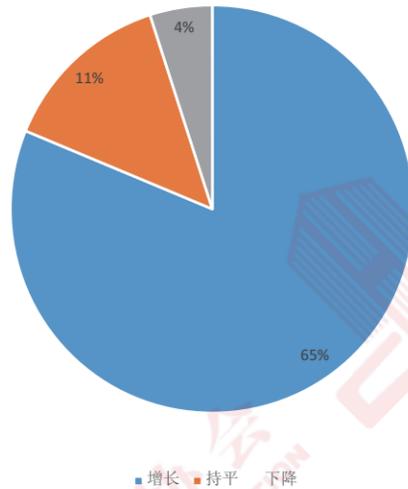


图 2.12 2021 企业营业收入预期统计图

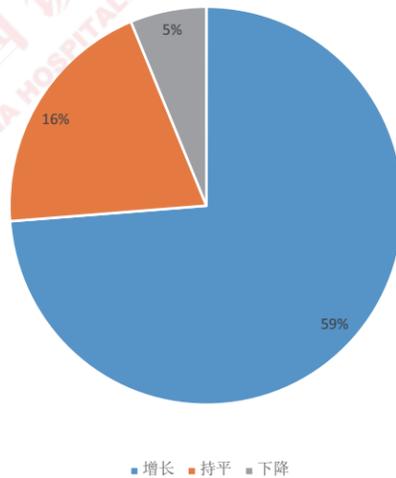


图 2.13 2021 企业营业利润预期统计图

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 14 个指标作为反映餐饮行业各业态规模情况的指标。具体指标和各业态指标数据详见下表。

表 2.44 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	团餐	休闲西餐、日料
1	门店数量（个）	58.19	364.44	726.67	15
2	门店数量同比变动	1.55%	49.32%	8.72%	1.47%
3	品牌数量（个）	4.43	3.48	10.4	1.88
4	品牌数量同比变动	5.89%	13%	12.26%	0.81%
5	营业面积（平方米）	75,937	182,673	1,124,091	7,550
6	营业面积同比变动	3.96%	51.81%	10.45%	1.38%
7	员工数量（人）	8,021	6,090	51,948	434
8	员工数量同比变动	5.24%	65.53%	11.22%	11.60%
9	单店员工数（人）	125	31	105	36
10	一线员工占比	83.83%	80.60%	82.90%	80.07%
11	管理人员占比	15.10%	15.54%	15.96%	13.32%
12	员工流失率	21.02%	21.29%	13.50%	17.08%
13	中央厨房数量（个）	0.81	1.26	5	0.29
14	养殖基地数量（个）	0.59	0.47	6.4	0

（二）营收相关指标汇总

本次调研选取 10 个指标作为反映餐饮行业各业态营收情况的指标。具体指标和各业态指标数据详见下表。

表 2.45 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	团餐	休闲西餐、日料
1	营业收入（亿元）	7.01	9.83	38.16	1.21
2	营业收入同比变动	-13.71%	38.45%	8.28%	-21.25%
3	食品加工销售额占比	51.06%	30.65%	72.17%	47.44%
4	食品加工销售额同比变动	-1.55%	8.02%	4.32%	3.03%
5	酒水饮料销售额占比	5.84%	4.83%	8.69%	13.10%
6	酒水饮料销售额同比变动	0.42%	4.60%	10.18%	2.06%
7	外卖销售额占比	7.39%	5.99%	2.60%	10.66%
8	外卖销售额同比变动	-0.58%	17.56%	4.30%	7.03%
9	电商销售额占比	5.78%	5.00%	3.67%	16.43%
10	电商销售额同比变动	6.91%	4.98%	1.40%	0.83%

（三）成本相关指标汇总

本次调研选取 19 个指标作为反映餐饮行业各业态成本情况的指标。具体指标和各业态指标数据详见下表。

表 2.46 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	团餐	休闲西餐、日料
1	原料进货成本占比	36.52%	42.47%	53.56%	40.24%
2	原料进货成本同比变动	2.63%	1.67%	2.89%	2.62%
3	房租及物业成本占比	8.90%	10.52%	0.83%	17.56%
4	房租及物业成本同比变动	0.61%	1.84%	0.85%	6.71%
5	人力成本占比	24.86%	18.54%	18.70%	24.44%
6	人力成本占比同比变动	3.04%	-1.57%	0.11%	3.24%
7	能源成本占比	3.96%	3.56%	2.27%	4.64%
8	能源成本同比变动	-1.18%	-3.03%	2.25%	2.98%
9	外卖平台提成占外卖营业额比例	13.20%	10.32%	—	15.00%
10	销售费用占比	21.19%	14.58%	13.89%	22.76%
11	销售费用同比变动	2.31%	2.43%	3.34%	3.67%
12	管理费用占比	9.22%	5.29%	5.61%	5.61%
13	管理费用同比变动	5.57%	-1.34%	2.22%	6.95%
14	财务费用占比	3.00%	1.03%	1.28%	1.69%
15	财务费用同比变动	4.97%	0.57%	-10.83%	31.44%
16	三项费用合计占比	31.33%	14.79%	16.03%	17.40%
17	三项费用合计同比变动	11.65%	1.12%	-2.90%	22.14%
18	税费合计占比	5.30%	3.47%	2.30%	2.15%
19	税费合计同比变动	-5.79%	-2.55%	-19.31%	-17.07%

(四) 效益相关指标汇总

本次调研选取 21 个指标来反映餐饮行业各业态效益情况。具体指标和各业态指标数据详见下表。

表 2.47 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	团餐	休闲西餐、日料
1	人均劳效(元)	249,202	153,804	306,843	255,050
2	毛利率	50.08%	53.44%	29.85%	53.66%
3	毛利率同比变动	-4.18%	-2.00%	1.54%	1.95%
4	净利率	3.94%	17.80%	8.11%	2.67%
5	净利率同比变动	-13.28%	2.00%	-18.74%	-50.41%
6	平均翻台率(次/天)	1.86	3.09	7	1.47
7	平均翻台率同比变动	-4.47%	-0.83%	1.00%	-1.54%
8	门店数量变动	1.55%	49.32%	8.72%	1.47%
9	一线员工工资(元/月)	4,196	4,643	4,719	4,453
10	一线员工工资同比变动	3.27%	11.16%	9.44%	1.18%
11	管理人员工资(元/月)	9,264	15,011	10,586	7,258
12	管理人员工资同比变动	2.10%	12.14%	5.37%	1.03%
13	大众人均消费(元)	69.17	60.23	9.00	103.38
14	大众人均消费同比变动	1.34%	1.97%	11.83%	-1.95%
15	大众消费人次同比变动	-1.63%	4.09%	11.33%	-6.53%
16	中档人均消费(元)	138.76	110.74	26.67	202.15

序号	效益相关指标	正餐	火锅	团餐	休闲西餐、日料
17	中档人均消费同比变动	1.36%	2.03%	9.33%	-2.17%
18	中档消费人次同比变动	-10.12%	1.30%	10.33%	-2.50%
19	高档人均消费(元)	232.89	147.43	50	346.64
20	高档人均消费同比变动	0.30%	0.88%	0	-2.18%
21	高档消费人次同比变动	-10.31%	2.42%	6.67	-4.09%

(五) 现代化程度相关指标汇总

本次调研选取 5 个指标来反映餐饮行业各业态现代化程度情况。具体指标和各业态指标数据详见下表。

表 2.48 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	团餐	休闲西餐、日料
1	直营店数量(个)	28.32	67.21	—	11.06
2	直营店数量同比变动	23.31%	37.33%	9.26%	-10.91%
3	加盟店数量(个)	11.11	315.8	217.6	3.88
4	加盟店数量同比变动	11.38%	251.40%	4.42%	-15.58%
5	移动支付占比	65.52%	82.14%	17.00%	73.30%

(六) 财务相关指标汇总

本次调研选取 7 个指标来反映餐饮行业各业态财务情况。具体指标和各业态指标数据详见下表。

表 2.49 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	团餐	休闲西餐、日料
1	流动比率	1.8	5.26	2.55	4.52
2	资产负债率(%)	49.04	34.83	38.40	28.36
4	应收账款周转天数(天)	83.23	152.8	157	179.71
5	流动资产周转天数(天)	147.6	159	159.3	276.7
6	盈利现金比率	0.8	1.66	7.38	3.67
7	全部资产现金回收率	0.17	0.72	0.95	1.28

九、2020 年餐饮行业发展状态分析

（一）新冠疫情重创餐饮业，10 月份行业迎来正增长

2020 年初，新型冠状病毒疫情突袭。受到疫情影响，全国餐饮业遭受重创，成为受损最严重的行业之一。2 月 6 日，中国饭店协会、红餐网联合发布的《疫情防控期间餐企经营指南》显示，接受调研的 100 家餐饮企业近 7 成门店关闭，近 9 成企业客流下滑超过 70%，营收平均锐减 86%，照此测算，2020 春节期间全国餐饮收入损失将超过千亿元。3 月 2 日，中国饭店协会研究院发布《新冠疫情下中国餐饮业发展现状与趋势报告》。报告显示，春节期间（农历大年三十至正月十五），餐饮行业各业态遭受全方位重创：超七成门店停摆、营业额整体同比下降超九成、客流量同比下降超九成。疫情对餐饮业影响巨大。对于餐饮企业来说，疫情中面对客源的骤降以及众多的限制性要求，许多住宿餐企停业止损，这导致企业营业收入骤降，现金回流艰难。与此同时，住宿餐企还要承受固定支出重压，亏损严重。这些压力主要有人力成本压力、门店租金压力，以及原辅料损耗带来的亏损压力。

新冠疫情在带来巨大考验的同时也为行业探索高质量发展道路提供了契机。在本次疫情中，餐饮企业表现出很大的抗压性，在疫情带来巨大的损失面前，没有一味地抱怨、没有被动地等待，而是积极自救，探索疫情防控环境下新的经营模式，一些模式还成为行业创新发展的突破口。为了减少食材损失，丰泽园、北京眉州东坡酒楼、旺顺阁等众多餐企纷纷打响了“卖菜”自救保卫战。餐企的卖菜自救，一方面为疫情期间城市保供作出了贡献，另一方面，开辟出一条新的餐饮服务 + 零售的发展之路。餐饮企业还探索把堂食的产品通过规范的工业化生产转变成可以在京东、天猫等电商平台上销售的产品。越来越多的企业加入到餐饮食品工业化行列以及电商行列。例如，古南都集团在疫情影响堂食的情况下，开发便携式菜品，满足社区团购需求，集团餐饮板块的线上社区销售成功实现逆风翻盘。中国饭店协会也积极应对疫情，与行业戮力同心，共克时艰。在疫情爆发之初，中国饭店协会引领行业打响疫情防控战。协会积极配合国家有关部门进行行业调研、提出政策研究建议，发布行业倡议，组织行业开展防疫抗疫工作，同时联合相关机构发布行业规范和疫情防控指南，指导行业疫情防控工作。

（二）促消费“组合拳”密集出台，行业加快调整迎回补性消费

新冠疫情对消费带来了一定的冲击。在疫情爆发初期，因防控需要，住宿餐饮消费被大大抑制。进入到 3 月份，随着国内防疫形势好转，尤其是 3 月 18 日湖北新增新冠肺炎确诊病例零增长后，稳定和扩大居民消费、促进消费回补和潜力释放成为国家层面重要政策导向。在国家高层发出统筹推进疫情防控和经济社会发展工作、促进实物消费和服务消费得到回补的总动员令后，国家各部门相继出台诸多措施鼓励和促进消费：3 月 13 日，国家发展改革委等 23 个部门联合印发的《关于促进消费扩容提质加快形成强大国内市场的实施意见》，从市场供给、消费升级、消费网络、消费生态、消费能力、消费环境等六方面

提出 19 条硬举措；3 月 19 日，商务部办公厅、国家发展改革委办公厅、国家卫生健康委办公厅发布《关于支持商贸流通企业复工营业的通知》。《通知》要求，扩大传统消费，推进餐饮、家政等生活服务集聚化、便利化发展；恢复服务消费，振兴餐饮住宿消费；引导消费者选择高品质特色餐饮、住宿服务；培育壮大新型消费，鼓励有条件的企业研发线上产品，拓展线上销售，采用“社区团购 + 集中配送”、“中央厨房 + 线下配送”、“无接触配送”、“餐饮 + 零售”等新发展模式进行经营。

这些促消费政策针对性极强，为住宿餐饮业如何刺激消费回补和潜力释放提供了方向指引。在国家各部门促消费政策密集出台、大力刺激消费回补之时，各地奇招迭出促消费：有的地方政府官员进餐馆、逛商场，带头餐饮消费和购物消费，消除市民的顾虑，提振消费信心；有的地方派发消费券刺激文旅、餐饮等消费；有的地方推出丰富多彩的促销活动和大力度的消费补贴政策。这些提振市场的暖雨和风，让餐饮、旅游等消费市场提前入春。中国饭店协会在引导行业促进消费回补和潜力释放方面积极作为，在国家防控疫情形势全面好转的形势下，协会及时把工作重心转向推动住宿产业企业复工复产，促进住宿餐饮企业加快调整以迎接住宿餐饮回补性消费；加快实施教育学院线上培训行动；举办首届中国外卖节。同时，协会快速启动会内知名度高、普及面广、行业参与性强、促消费作用大的住宿餐饮节展赛事品牌活动，如中国美食节、线上美食节、中国饭店文化节等活动，有效促进住宿餐饮消费回补和潜力释放。

（三）疫情倒逼餐饮业打响绿色发展与反食品浪费战役

绿色发展理念体现在“节约、环保、安全、健康”上。2020 年对于餐饮行业的绿色发展具有里程碑意义：2 月 24 日，第十三届全国人民代表大会常务委员会第十六次会议通过《关于全面禁止非法野生动物交易、革除滥食野生动物陋习、切实保障人民群众生命健康安全的决定》。《决定》明确规定，凡野生动物保护法和其他有关法律禁止猎捕、交易、运输、食用野生动物的，必须严格禁止。食用野生动物，成为餐饮企业不能触碰的“高压线”。2020 年 8 月 11 日，新华社发布了中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平对制止餐饮浪费行为作出的重要指示。习近平指出，餐饮浪费现象，触目惊心、令人痛心！习近平总书记作出制止餐饮浪费重要指示后，餐饮行业积极响应。行业上下形成了制止浪费、节俭消费的风尚。2020 年 12 月 22 日，《中华人民共和国反食品浪费法》草案提请十三届全国人大常委会第二十四次会议审议。草案明确，餐饮服务提供者可以对造成明显浪费的消费者收取处理厨余垃圾的相应费用，餐饮服务提供者应当主动对消费者进行防止食品浪费提示提醒，提供小份餐等选择，不得诱导、误导消费者超量点餐。制止餐饮浪费、倡导节俭消费成为行业义不容辞的责任。

新冠疫情爆发后，为了更好地保障餐饮安全卫生、减少餐饮浪费，由中国饭店协会、济南舜和酒店集团、山东省精品旅游促进会等单位起草的《餐饮业分餐制实施规范》团体标准于 2020 年 4 月发布；6 月，由山东舜和酒店集团、中国饭店协会、山东省市场监督管理局等单位联合起草的《餐饮业分餐制服务指南》（GB/T 39002-2020）经国家标准化管

理委员会正式发布，并于2020年6月21日正式实施；8月12日，中国饭店协会与中国商业联合会、美团点评等机构联名发布《关于制止餐饮浪费行为培养节约习惯的倡议书》；8月13日，中国饭店协会联合各地绿色饭店工作机构、行业协会共同向全国绿色饭店、绿色餐饮企业及饭店餐饮行业发出《关于制止餐饮浪费、倡导绿色消费的倡议书》。此后，在中国饭店协会举办的系列品牌活动如第二十一届中国美食节、第九届中国文化节暨全国饭店业振兴大会举办时都把制止餐饮浪费作为重要活动内容。在第九届中国文化节期间举办的“717百城千店绿色消费节”活动中，节约、环保是一直贯穿的主题。绿色消费节突出绿色消费氛围的营造，鼓励参与活动的餐厅提供“小份菜”以及“一人食”菜品。此外，文化节主办方还鼓励餐饮企业进一步加强精细化、数字化与科技化管理，通过数字化管理来降低损耗和存货，提高点单率相对较高的食材采购比例，减少原材料浪费。同时，中国饭店协会牵头起草了《绿色餐饮经营与管理》国家标准，进一步为餐饮行业绿色转型提供重要指导性文件。

（四）餐饮行业是做好“六稳”工作、落实“六保”任务重要阵地

2020年是全面建成小康社会和“十三五”规划收官之年，也是脱贫攻坚决战决胜之年。突如其来的新冠疫情给完成既定目标任务带来挑战。在这种情况下，中央及时作出新的安排，在扎实做好“六稳”的基础上，提出了“六保”的新任务，形成了“六稳”加“六保”的工作框架。扎实做好“六稳”工作、全面落实“六保”任务，关系经济发展和社会稳定大局。而“六稳”工作、“六保”任务，就业都摆在首位。

为了稳就业、保民生，按照党中央、国务院部署，2020年以来各政府部门为支持疫情防控保供、企业纾困和复工复产及时出台一系列政策措施：在减税降费方面，采取对小微企业和个体工商户减免增值税、提高部分产品出口退税率、延长交通运输和餐饮住宿等企业亏损结转年限、阶段性减免企业社保费、缓缴住房公积金、免收公路通行费、降低企业用电用气价格等措施，加上2019年减税降费政策翘尾，这些可为企业减负1.6万亿元；4月21日，国务院常务会议上确定，为减轻小微企业和个体工商户房租负担，推进对承租国有房屋的服务业小微企业和个体工商户免除上半年3个月租金的行动；5月9日，国家发改委、住房城乡建设部等八部门发布《关于应对新冠肺炎疫情进一步帮扶服务业小微企业和个体工商户缓解房屋租金压力的指导意见》，向受到疫情影响、经营困难的餐饮、住宿、旅游等行业提供支持。这些政策措施有利于在疫情影响严重时期稳住市场主体，尤其对遭受疫情重大打击的餐饮行业来说是一场解困的及时雨。

中国饭店协会也大力促进餐饮小店经济发展。在6月18日-28日协会举办的首届中国外卖节暨第七届中国外卖产业发展大会上，邀请了一些餐饮连锁品牌分享小店进阶的故事。此外，中国饭店协会举办的系列消费促进品牌活动，如第二十一届中国美食节、第九届中国国际饭店文化节，也把活动内容与做好“六稳”工作、落实“六保”任务紧密结合。比如第十一届中国美食节设置了“中国名厨”就业创业行动，创新“中国名厨+就业创业模式”；建设中国名厨大师工作室，以师带徒就业创业。美食节通过系列活动的举办，提

升餐饮业重要从业人员厨师的职业技能和职业素养，从而提升厨师在职场上的竞争能力，进而起到稳就业、保就业的作用。

中国饭店协会还大力开展职业技能提升行动。协会教育中心2020年依据协会制定的诸多行业标准，大力开展线上线下培训和职业水平等级评价活动，促进了行业从业者技能和素质的提高，进而提升行业从业人员的就业能力。中国饭店协会为了向行业培养与输送更多“一专多能”的技能型人才，在2020年申报了“1+X”证书制度试点单位。2020年12月31日，教育部职业技术教育中心研究所发布通知，中国饭店协会“酒店运营管理”和“餐饮管理运行”入选1+X证书制度第四批试点名单。中国饭店协会、中国就业培训技术指导中心、中国财贸轻纺烟草工会全国委员会联合举办2020年全国行业职业技能竞赛-第八届全国饭店业职业技能竞赛，通过举办技能竞赛促进培养和选拔高技能人才。

（五）疫情加快线上线下融合发展，数字化转型全面加速

餐行业属于传统行业，一直以来数字化程度普遍较低。但一场突如其来的新冠疫情加速了餐饮业的数字化转型。疫情下，由于线下业务停滞或减少，一些以前不做线上销售的餐饮企业做起了外卖；一些餐饮企业尝试做半成品、成品和食材等的零售；还有一些餐饮企业主动“触网”实施“互联网+”经营模式，开通网上订餐、电话预约平台，开发线上线下融合互动，运用第三方电商平台，研发适合互联网销售的菜品，推出在线预订、网订店取、送货上门等服务。根据中国饭店协会调研数据，尽管调研餐饮企业中专做外卖的企业比例并不高，但外卖销售额占比均值仍同比上升了0.41个百分点，一定程度上反映出数字化转型的势头。

新冠疫情加快了餐饮企业的数字化转型速度，数字化正在重构企业的管理、运营、工作模式。根据有关机构测算，数字化转型可使制造业企业成本降低17.6%、营收增加22.6%；使物流服务业成本降低34.2%，营收增加33.6%；使零售业成本降低7.8%，营收增加33.3%。疫情也让很多餐饮人发生了认知的变化：很多餐饮企业抢着去做外卖、做直播、做小程序、做新零售商品；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，开拓新市场；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、实现食品工业化来发展探索疫情常态化下的破局之路。

为了推动企业更好地加快数字化转型，中国饭店协会举办的诸多活动都设置了数字化的内容：于2020年6月18日-28日举行的首届中国外卖节暨第七届中国外卖产业发展大会围绕“新外卖、云平台、促消费”主题，聚焦外卖产业发展和餐饮数字化运营。本次外卖节围绕“一播一会一展”三大核心主体板块，线上线下同步开展。首届中国外卖节期间，中国饭店协会与美团大学合作的老字号赋能、外卖营收增长等课程，共有10万多人次在线学习，帮助众多餐饮企业更快开展外卖业务；第二十一届中国美食节期间举办的2020中国餐饮业品牌大会，以“绿色化、数字化、品牌化”为主题，助推企业打造餐饮新赛道；第五届中国国际饭店业大会，也致力于搭建饭店行业绿色化、数字化、品牌化的创新平台。

十、政策指引分析

（一）加快绿色发展

国务院印发的《关于加快建立健全绿色低碳循环发展经济体系的指导意见》（以下简称《指导意见》）提出：建立健全绿色低碳循环发展经济体系，促进经济社会发展全面绿色转型，是解决我国资源环境生态问题的基础之策，明确到 2025 年实现主要污染物排放总量持续减少、碳排放强度明显降低、生态环境持续改善等目标。《指导意见》从六个方面部署了重点工作任务：健全绿色低碳循环发展的生产体系、健全绿色低碳循环发展的流通体系、健全绿色低碳循环发展的消费体系、加快基础设施绿色升级、构建市场导向的绿色技术创新体系、完善法律法规政策体系；国务院关于落实《政府工作报告》重点工作部门分工的意见也明确要扎实做好碳达峰、碳中和各项工作，

这要求餐饮行业在未来的发展中要牢牢把持低碳排放、绿色环保的理念，深刻认识到“绿水青山就是金山银山”，树立可持续发展观，摒弃与汰换原有粗放的生产方式，努力探索和开发新的生产模式与技术，逐步向绿色、低碳、环保转型。

1、反对食品浪费

第十三届全国人民代表大会常务委员会第二十八次会议通过了《中华人民共和国反食品浪费法》（以下简称《反食品浪费法》），标志着国家以法律形式打击食品浪费行为。《反食品浪费法》明确了“厉行节约、反对浪费”两大主旨，倡导文明、健康、节约资源、保护环境的消费方式，提倡简约适度、绿色低碳的生活方式，并要求餐饮企业采取适当和必要的措施防止食品浪费，其中包括：建立健全食品采购、储存、加工管理制度；建立中央厨房与科学管理体系；加强服务人员职业培训；提升餐饮供给质量；正确提示和引导消费者点餐等。此外，教育部办公厅印发的《教育系统“制止餐饮浪费 培养节约习惯”行动方案》以及市场监管总局、商务部、文化和旅游部联合印发的《关于以标准化促进餐饮节约反对餐饮浪费的意见》也明确了反对食品浪费的内容与要求。2021 年 2 月，由中国饭店协会牵头起草的《绿色餐饮经营与管理》（GB/T 40042-2021）国家标准正式发布，并于 6 月 1 日起正式实施。本标准是餐饮行业落实习近平总书记关于“建立长效机制、坚决制止餐饮浪费”重要指示精神的重要举措，从节约餐饮、环保餐饮、放心餐饮、健康餐饮、绿色餐饮街区和持续改进角度，对餐饮业全产业链绿色化进行了规范。标准的出台弥补了国内绿色餐饮经营与管理领域的标准空白。

相关反食品浪费政策、法规与标准的出台，要求餐饮行业以更高的标准进行生产和经营活动。除了要在“下游”顾客群体中做好食品节约的宣传和引导，大力推行“分餐制”、“半份菜”和“小份菜”，还要着力做好“提质增效”，提升餐饮企业标准化规范化水平，利用数字化、标准化等新兴技术手段科学管理，在“上游”经营生产者层面杜绝浪费行为。

2、做好垃圾分类

2017 年，《生活垃圾分类制度实施方案》经国务院同意后交由有关机构和部门实施；

2020 年全国两会上，《固体废物污染环境防治法（修订草案）》首次将生活垃圾分类纳入国家立法中；全国多地也陆续发布并执行地方性垃圾分类标准和条例，并对违反标准和条例的企业做出实质性处罚。

如何落实好垃圾分类的工作，将是未来餐饮行业面临的一个重难点。鉴于行业的特殊性，餐厨后台每天会产生大量厨余垃圾。餐饮行业要做好垃圾分类，必须先树立起绿色环保的意识，从多个源头遏制食品浪费，尽力减少厨余垃圾总量；还要设立内部垃圾分类标准，做好人员培训，并将垃圾分类及配套工作纳入新店建设的考量因素中。做好垃圾分类不仅是践行国家倡导的绿色政策，还可以提升餐厅环境与品牌形象，建立新兴优势。

3、减少塑料制品使用

2020 年 8 月，商务部办公厅印发《关于进一步加强商务领域塑料污染治理工作的通知》，对禁塑限塑制定了阶段性任务，尤其是对餐饮行业，提出：到 2020 年底，全国范围内的餐饮企业禁止使用不可降解一次性塑料吸管、地级以上城市建成区餐饮堂食服务禁止使用不可降解一次性塑料餐具；到 2025 年底，县城建成区餐饮堂食服务禁止使用不可降解一次性塑料餐具、地级以上城市餐饮外卖领域不可降解一次性塑料餐具消耗强度下降 30%。2020 年 11 月，商务部发布《商务领域一次性塑料制品使用、回收报告办法（试行）》，进一步加强商业领域一次性塑料制品流转的规范与管制。

餐饮行业因其自身的特殊性，加上目前餐饮外卖业务火爆，导致塑料一次性餐具的消耗量极大，也由此产生了大量塑料废弃物，严重危害到了环境保护与生态建设。在未来的发展中，餐饮企业应明确限塑降塑的发展要求，不主动向消费者提供一次性塑料餐具；在条件允许的情况下，将塑料制一次性餐具逐步替换为可降解、易回收的环保型餐具，或与有资质的消毒餐具厂家合作，以回收利用式餐具替换一次性餐具。

（二）增强文化自信，打造民族品牌

2017 年，《国务院关于同意设立“中国品牌日”的批复》正式将每年的 5 月 10 日确定为中国品牌日，为国内自主品牌发展提供了更多的机会与平台；十四五规划中强调，要提升国家文化软实力，坚持文化自信，传承弘扬中华优秀传统文化，并推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展；2021 年，李克强总理在中国品牌日上做出重要批示：要加强品牌建设、提升我国品牌影响力和竞争力，使更多中国品牌成为国内外市场值得信赖的选择；《“十四五”文化和旅游发展规划》中提出要打造数字化文旅产业，将文旅与消费相结合，以文旅促进消费。这些政策与动向均表明国家已将原先“打造品牌”的战略，升级为打造有深度、有文化、有涵养的民族品牌。

品牌不仅是企业象征与品质代表，更是企业文化和其所在国家 / 地区文化的体现和宣传。相比于国外餐饮品牌，国内餐饮品牌在识别度、成熟度和文化底蕴上仍存在一定的差距。因此，餐饮企业品牌打造过程中要注意与文化产业的结合，以我国优秀传统文化为核心，以优质的服务和产品质量为基础，以科学管理、人才培养与技术创新为依托，以数字化渠道为手段，以高质量发展为目的，打造质量过硬、辨识度高、文化性强的民族餐饮品牌，

并推动民族品牌发展壮大。

（三）营造良好营商环境，推动投资拉动内需

餐饮业作为热门的消费行业之一，在国家经济发展中拥有举足轻重的地位。2020年的疫情曾一度使餐饮业遭受重大打击，但随着疫情防控总体平稳，国家经济也步入复苏阶段。为了活跃市场、提振消费，国家出台了多项改革、优惠与激励政策，助力餐饮业稳步快速发展，具体总结为以下四个方面：

1、改革营商政策

2020年以来，国家推出各类营商改革政策，降低企业入行门槛和难度：国务院签发的《关于上海市浦东新区开展“一业一证”改革试点大幅降低行业准入成本总体方案的批复》，将市场主体进入特定行业经营涉及的多张许可证整合为一张行业综合许可证，实现“一证准营”，大幅降低行业准入成本；《关于服务“六稳”“六保”进一步做好“放管服”改革有关工作的意见》也明确了要进一步推动减轻市场主体负担，优化涉企审批服务，健全惠企服务机制，减少企业审批负担与成本；《全国深化“放管服”改革优化营商环境电视电话会议重点任务分工方案》中，更是计划向餐饮等行业提供“套餐式、主题式”集成服务，提高入行审批效率。营商改革政策，将极大地降低企业入行的难度与成本、激发创业营商热情、促进市场总体活跃。2021年是餐饮行业大规模复苏的开局之年，无论是对于新生餐饮从业者，还是准备扩张版图的在业者，营商改革都无疑会提供极大的便利。

2、加大企业优惠

针对企业经营方面出现的问题和难点，国家出台各项企业优惠政策，加大对企业扶持力度、减轻企业运营负担：《关于做好2020年降成本重点工作的通知》中提出：要切实降低企业生产经营成本，继续推进减税降费、进一步降低能源、网络和物流成本，尤其是要降低企业用地成本。对于小微企业与民营企业，国家也有相应的优惠政策：发改委等多部门联合印发的《关于支持民营企业加快改革发展与转型升级的实施意见》中指出要在土地、人才和科技创新等方面给予民营企业优惠和支持；商务部等多部门联合印发的《关于提振大宗消费重点消费促进释放农村消费潜力若干措施的通知》中“完善惠企措施”部分特别提到，允许连锁企业单个门店享受小微企业租金减免政策。

目前，我国大部分餐饮企业为民营企业；而国家面向企业，尤其是民营、小微企业出台的各类优惠政策，餐饮行业应该认真解读、积极把握，搭上国家发展的“顺风车”，积极拓展业务，抓住餐饮行业内的团餐、外卖、小吃等发展热点，壮大自身实力；同时要利用政策带来的优惠，充分调动资源，努力发展新技术。

3、优化投资环境

《关于服务“六稳”“六保”进一步做好“放管服”改革有关工作的意见》指出，要进一步推动扩大有效投资、推动稳外贸稳外资，优化国内投资环境，鼓励合法投资行为，合理、充分地利用资本优势；《近期扩内需促消费的工作方案》也提出，要进一步优化外商投资环境，

加大对外资企业的支持力度。

相比于龙头企业与外资企业，小微企业和民营企业在大规模投资融资上先天优势不足，但同时又需要资金支持；对此，国家也出台了相关优惠和帮扶政策：《全国深化“放管服”改革优化营商环境电视电话会议重点任务分工方案》中第三点明确指示要优化对中小企业放贷模式、引导商业银行落实普惠型小微企业贷款政策，让中小微企业融资更加便利、优惠；《关于支持民营企业加快改革发展与转型升级的实施意见》中也提到要着力解决融资难题、引导扩大转型升级投资，加大对民营企业信贷支持力度，支持民营企业平等参与项目投资。

中国已经成为了全世界增长速度最快的、全球最大的消费市场，而这为全球的投资者提供了机会，餐饮服务业就是其中之一。由于国内餐饮市场逐年总体保持稳步增长，以及国家进一步落实“房住不炒”的方针、引导投资方向转变，餐饮行业越来越受到资本的青睐，尤其是团餐业务方面，资本更是有大举进驻的趋势。餐饮业者要以开放的心态面对资本，合理利用资本，从而推动企业可持续盈利、可持续成长。

4、持续扩大内需

《十四五规划和2035年远景目标建议》着重提到：要形成强大国内市场，构建新发展格局。通过促进消费转型、发展绿色消费、落实带薪休假等方式全面促进国民消费；《关于服务“六稳”“六保”进一步做好“放管服”改革有关工作的意见》中第五点指出，要通过清除消费隐性壁垒、便利新产品市场准入的方式，进一步激发推动消费潜力；针对后疫情时代的经济恢复，2020年国务院关于落实《政府工作报告》重点工作部门分工的意见明确指出，要实施扩大内需战略，推动经济发展方式加快转变，尤其是要支持餐饮等服务业快速恢复；发改委印发的《近期扩内需促消费的工作方案》中也强调，要在做好常态化疫情防控基础上，开辟服务消费新模式。而针对农村这一潜在的广大市场，中共中央、国务院印发的《关于全面推进乡村振兴加快农业农村现代化的意见》及商务部等多部门联合印发的《关于提振大宗消费重点消费促进释放农村消费潜力若干措施的通知》中指出，要全面促进农村消费、优化农村消费环境、提振餐饮消费，释放餐饮消费潜力。

作为消费业中的典型代表，餐饮行业最重要的发展资源之一就是市场。2020年受新冠疫情影响，餐饮业一度遭受重击；但随着疫情防控形势总体平稳，消费意愿逐步回升，市场逐渐回暖，再加上各类刺激消费、扩大内需的政策，未来餐饮行业将迎来反弹与增长，餐饮行业的复苏与振兴指日可待。

（四）完善行业标准体系

《全国深化“放管服”改革优化营商环境电视电话会议重点任务分工方案》及中共中央、国务院印发的《建设高标准市场体系行动方案》强调，要加快完善各领域监管标准体系，实施标准“领跑者”制度，鼓励行业制定更高水平自律标准，推动产品竞争力提高和产业转型升级，提升总体市场环境和质量。这要求餐饮行业要尽快摆脱粗放的发展方式与理念，向科学化和精细化管理转型，努力提高商品与服务的质量，通过高质量管理能力总结出高水

平运营经验，并以此作为发展新行业标准与体系的基础，带动行业整体提升。

（五）建设完备产业链

2020 的《政府工作报告》中提到要优化和稳定产业链，提升产业链自主供应能力；《十四五规划和 2035 年远景目标建议》强调，要提升产业链供应链现代化水平，锻造产业链供应链长板，立足规模优势、配套优势和部分领域先发优势，打造新兴产业链。面对疫情常态化及复杂的国际局势，保证顺畅、稳定与完备的产业链显得尤为重要。餐饮行业因其自身特点，需要较长的产业链和供应链进行支撑。而随着餐饮行业竞争加剧，餐企的竞争已经从前端门店经营竞争转向了后端供应链体系的竞争，供应链将决定餐饮企业能否在激烈的竞争中胜出。未来餐饮企业应重点关注食材溯源、物资供应、仓储运输、中央厨房等环节，充分发掘“后台优势”，打造完备供应链与产业链。这不仅是餐企发展的内在需求，也是落实高质量发展的必然要求。

（六）鼓励科技与技术创新

十四五规划、政府工作报告及《关于支持民营企业加快改革发展与转型升级的实施意见》等文件中一致强调，要坚持创新驱动发展、强化科技创新支撑、依靠创新推动实体经济高质量发展，提升企业技术创新能力，完善科技创新体制机制。通过对实行创新优惠和扶持政策、加强知识产权保护等方式鼓励企业大胆进行技术革新。对于餐饮行业而言，技术创新是落实高质量发展中不可缺少的环节。餐饮企业需合理配置资源，加大对技术创新的投入和支持力度，优化运营方式，以科技创新带动提质增效。

（七）加强职业技能人才培养

国务院关于落实《政府工作报告》重点工作分工的意见提出，要加强对职业教育的扶持力度，拓宽职业技能培训资金使用范围，开展大规模、多层次的职业技能培训，建设一批高技能人才培训基地；国务院职业教育工作部际联席会议成员单位联合印发的《职业教育提质培优行动计划（2020—2023 年）》对职业教育进行了统筹规划与革新，进一步加快职业教育现代化步伐。在这个大背景下，多部委、地方政府和机构也出台了众多职业技能人才培养措施和计划：人力资源社会保障部、财政部、共青团中央印发的《百万青年技能培训行动方案》旨在深入实施职业技能提升行动，扎实做好广大青年职业培训工作，加快建设知识型、技能型、创新型劳动者大军；《关于支持民营企业加快改革发展与转型升级的实施意见》提出要加大人才支持和培训力度、加快实施职业技能提升行动；江西着力打造“职业教育高地”、辽宁积极推进“1+X 证书试点工作”、广东顺德开展以“一人学厨，全家脱贫”为主旨的厨师“四名工程”。这些都说明我国正逐步重视和加大职业人才培养的力度。

服务业的内核是人，而餐饮行业作为服务业的代表之一，要更加重视对于职业技能人才的培养，加大人才培养投入，积极开展或参与内部与外部培训项目，为餐饮行业培养专

业水平高、业务能力强的职业技术人才，以人才培养推动行业革新。

（八）推动产业数字化变革

《政府工作报告》和《十四五规划和 2035 年远景目标建议》中指出，要加快数字化发展，发展数字经济，推进数字产业化和产业数字化，推动生活服务业向高品质和多样化升级，加强数字经济和实体经济的深度融合；《关于支持民营企业加快改革发展与转型升级的实施意见》也提到要促进民营企业数字化转型，开发符合中小企业需求的数字化平台、系统解决方案等。无论是大型企业还是小微企业，数字化网络商业模式已成为未来发展的重要趋势。

由数字化带动起来的新零售也成为了时下热门的发展趋势。这种基于网络数字技术的新业态新模式，支撑了新型消费逆势快速增长，也为餐饮行业的发展带来了重要变革。外卖服务、预制半成品、特色小吃等逐步成为餐饮业新零售的代表。对于数字化和新零售方面的热点，餐饮企业应及时关注、及时参与、及时发展，研判时下消费趋势和消费者口味，推出适当的营销模式与特色产品，充分利用和享受数字化与新零售带来的新红利。

十一、行业发展趋势分析

（一）落实分餐制，加速发展绿色餐饮

分餐制指餐饮企业主动向消费者提供公勺、公筷等公用餐具，或是由厨师、服务员将餐品分成单份后送至餐桌，客人以自助用餐的方式享用餐品。早在“非典”期间，分餐制就曾风靡一时；而新冠疫情使消费者对于餐饮卫生和健康的关注度大幅提升，“分餐”话题再次成为热点。2020年6月，《餐饮分餐制服务指南》（GB/T 39002-2020）出台，以国家标准的形式确定了分餐制的细节，而各地市也相继出台了各自的分餐标准，例如：山东省发布了《餐饮业分餐制设计实施指南》与《餐饮提供者无接触供餐实施指南》；山西省出台《餐饮业分餐制、公勺公筷服务规范》；北京市《文明行为促进条例》也将分餐制正式写入。越来越多的消费者也在认同和接受分餐制，将这一制度与绿色、安全、健康挂钩，分餐制正在成为消费者衡量与评价餐饮企业的重要尺度之一。

分餐制是绿色餐饮的体现：其一，分餐制科学限制了消费者一次性拿取的食物量，可以在一定程度上避免消费者暴饮暴食、过度点餐及餐饮供应者提供过量餐食造成的浪费现象；其二，分餐制可以帮助消费者养成良好的卫生习惯和健康的餐桌文化，且符合疫情常态化下的运营规范；其三，分餐制对合理膳食、平衡营养、控制食量以及预防肥胖、糖尿病、癌症等慢性疾病等具有深远意义，符合当下绿色健康餐饮的潮流。

在未来的发展中，餐饮企业需要认真落实好分餐制的规定，积极地为顾客创造卫生、健康、放心的就餐环境和条件。正如中国饭店协会会长韩明所说：“绿色、健康、安全将成为未来餐饮消费的新理念，餐饮行业将通过加强自身标准化建设和提高安全健康管理能力重塑消费信心。对餐饮企业而言，谁能抓住机遇，危中寻机，谁就能在大浪淘沙中立于不败之地。”

（二）供应链平台化、生态化发展，对于降本增效以及提高抗风险能力意义重大

近几年，食材、人工和店面租金等成本不断攀升，而连锁化的程度却在不断加强。企业为了在发展过程中实现“降本增效”，开始关注到供应链的重要性；而随着餐饮行业竞争加剧，餐企的竞争也从前端门店经营转向了后端供应链体系，加上2020年新冠疫情的影响，餐饮商家和消费者对于食品质量安全的关注快速提升，食材溯源、供应链、仓储运输等环节将成为新的竞争焦点。从发展意向来看，根据中国饭店协会的调研数据显示，2019年有44%的调研餐饮企业关注供应链发展这一方向，而这一数字在2020年上升至52%。另据统计，2019年餐饮行业供应链融资数量占比为8.6%，而到了2020年上升至17.2%。餐饮行业供应链建设正在加速。

发展供应链是必要的。首先，这符合国家高质量发展战略中打造和提升产业链的要求；其次，餐饮企业和供应链是双向互补的关系，餐企带动供应链发展，而供应链的优势又可

以推动餐企壮大；再有，面对疫情常态化与复杂的国际局势，发展完备、稳定的供应链可以提高餐企的抗压能力和营收能力。

发展供应链也是重要的。供应链决定餐企能够在激烈的行业竞争中脱颖而出、成为行业龙头，未来餐企发展能走多快，要看供应链的实力有多强。而一条完备健全的供应链，还可以更容易地吸引投资：据美团数据统计，2020年的供应链融资事件就多达65起，平均融资规模都在千万级，部分融资项目甚至上亿。

（三）精益化央厨助推行业高质量发展

随着餐饮行业连锁化、规模化的进程明显加快，餐企对于产品标准化的要求也在不断提升。单纯依靠厨师的经验来掌握和统一菜品质量已经不再适合当下快节奏的扩张模式，餐饮企业对于餐食的统一供应与管理的需求在进一步增加。根据行业统计，目前门店数超过10家的连锁餐饮品牌中，有68.3%都在采用中央厨房做集中配送。而其中最为典型的就是西贝，2020年启动的“贾国龙功夫菜”超级中央厨房项目总投资预计将达20亿元，占地达193亩；而根据中国饭店协会2021年的数据显示，参加调研的餐饮企业中，半数企业都拥有中央厨房，同比上升了7个百分点，中央厨房数量均值同比上升0.49个百分点。由此可见，中央厨房正成为餐饮业者关注的发展焦点。

相比于传统的后厨，中央厨房可以更容易的做到集中采购、统一加工、便捷质检、统一标准和综合信息处理，因此具备质量和扩张方面的优势，而且可以通过规模化和标准化操作，降低生产和配送成本、提升产品更新速度。由于中央厨房可以助力产业园区建设，且大型央厨还可以吸纳大量投资，容易得到政府支持，也更容易落地生产。此外，中央厨房在发展供应链和预制半成品，以及落实标准化、高质量发展方面有着突出和关键的作用。

但想要建设大规模的中央厨房，确实需要稳定的资金和资源支持，而这并非是所有餐企具备的条件。因此，精益化央厨在近期成为热点。精益化央厨是在传统中央厨房基础上的变种和升级，它的特点在于：空间规模要求可缩小至几十平方米；供应范围以商圈辐射为主；配送频率为日配或一日多配；生产过程中不使用防腐剂。相比于传统的大型中央厨房，精益化央厨需要更少的运营资源，承担更低的风险和损耗，且同样可以保证生产效率、食品安全和餐品味道。精益化央厨和预制菜是餐饮发展的必然方向和趋势，目前这已经不是一个理论或概念，而是已经实际落地的解决方案。

（四）预制半成品满足消费升级和人们对美好生活追求的需要，引领超市与餐饮融合发展

随着我国人口结构变化和消费理念的改变，预制半成品逐渐成为餐饮行业新热点，这种操作简单、烹调方便的预处理食品，正被越来越多的消费者和餐企接纳。预制半成品的兴起，主要由于社会因素和行业因素这两大推力：从社会发展来看，80、90后成为当代消费者主力，快节奏的生活造就了他们对于便携烹饪的超高需求；我国人口老龄化程度进一

步加深，而新一代老人的经济实力强，对于外出就餐的接纳度更高；过去独生子女政策造就了小家庭化的趋势，在家做饭的需求和意愿有所下降；数字化和新零售成就了网络销售，“懒人经济”发展迅速，而疫情导致人们在网上订购成品和半成品的意愿更加高涨；此外，自驾游、房车游、露营野营等旅游活动的兴起也为预制半成品提供了新的市场。从行业发展来看，餐企使用预制品，可以有效降低生产成本，提高运营效率和翻台率，扩大盈利上限，增强顾客体验。而预制品的高标准化特点，可以帮助餐企打破如外观、口感标准化等制约餐饮连锁化提升的重要因素，实现短期内快速扩张的目标。此外，外卖行业的崛起对餐企运营效率提出更高要求，而使用预制品则可以满足这一点。这些原因都推动预制半成品走上了餐饮行业未来发展的舞台。

目前，餐饮类热门的预制半成品主要为预制菜、预制食品(3R产品)和预制调味品；(1) 预制菜指餐企通过利用中央厨房或精益化央厨对食材进行加工，将预处理好的食材直接配送至餐企后台。知名的快餐企业例如麦当劳、肯德基、吉野家、和合谷等都大规模的采用了预制品。而正餐和特色餐企例如海底捞和西贝，也分别推出了以预制菜为基础的品牌“开饭了”和“贾国龙功夫菜”；(2) 3R产品(Ready to cook, Ready to heat, Ready to eat, 即烹、即热、即食)主要为商超中售卖的速冻食材或成品餐食。以速冻食品为例，据统计，目前整个速冻食品行业规模估计超过1200亿元，其中速冻面米约640亿元，速冻火锅料约400亿元，并且还保持着年均10%以上的增速。2020年7月，盒马鲜生在上海公布了旗下3R品牌盒马工坊销售数据，成立3年期间与餐饮老字号、手艺人、网红名牌等合作了1300多种美食，月成交额破亿元；(3) 预制调味品，主要可分为基础调味品和复合调味品两大类。近年来，基础调味品增速开始放缓，复合调味料是未来发展方向。复合调味品指用两种或者两种以上的调味品配制，经特殊加工而成的调味品，这是继预制菜之外餐企降本增效的另一个途径。相较于更依赖厨师经验和水平的基础调味品，复合调味品可以在降低成本的基础上实现烹饪的高效率，有助于餐饮菜品的自动化加工和出口味的标准统一。目前复合调味品下的火锅调味品、中式复合调味品与定制复合调味品市场前景最佳。

预制半成品的兴起，带动了餐饮行业中的新趋势——超市餐饮化和餐饮超市化。中国新零售代表盒马在引领了“超市餐饮化”潮流、率先将堂食引入超市后，又在上海推出了创新业态“盒小马”，剑指早餐市场；京东旗下7FRESH“七鲜”开在北京CBD商圈的首店，也推出了“餐饮街”，强势推出三十多个品牌餐饮，还自主研发了“中食”羊蝎子。而超市凭借其庞大、精准和稳定的客流，加快了“餐饮超市化”的进程；眉州东坡、西贝、紫光园、北京宴等知名餐企已经开始试水“超市+餐饮”，例如知名清真连锁餐饮紫光园，已经进驻了家乐福、京客隆等大型超市，主打酱卤和清真小吃档口。未来餐企和超市联手、抢占家庭厨房已成为未来餐饮业发展的大方向。

(五) 外卖市场继续下沉，面临专业化品质化挑战

我国外卖市场经过数十年的发展，产业规模不断增加。据中国饭店协会与阿里新服务研究中心发布的外卖报告显示，2020年中国在线外卖市场规模为6646.2亿元，同比增长15%；中国在线外卖用户规模4.56亿人，同比增长7.8%。大规模的快速发展使外卖行业呈现出了新的热点。

低线城市成为行业新突破点。外卖报告显示，各城市类型中，四线及以下城市用户增长明显高于一、二、三线城市，且四线及以下城市中，Z世代(95后, 18-25岁)及60后(51+岁)的用户均增长最为迅速，一线城市中，70后(41-50岁)的用户月均订单数量首次超过5单，成为高粘性用户。造成这个现象的原因有：高线城市外卖渗透逐渐饱和，市场拓展空间有限，而低线城市仍有巨大的潜在市场等待开发；经济发展使得城镇居民人均可支配收入增加，居民消费能力提升；2020年初新冠疫情进一步催化了低线城市外卖产业的渗透，而数字化线上网络平台为低线城市服务业提供了新的发展窗口。

外卖行业面临专业化和品质化的转型。疫情期间，很多不做外卖或者不重视外卖的大连锁品牌为求稳定业绩，开始入局外卖市场，并将其纳入未来发展战略中。相对于专注做外卖的餐企，这些大品牌在品质、资源和运营等方面都更具优势。这也导致外卖行业的竞争更加激烈，从原先的一个“勤行”转变成专业化、技术含量高的行业。而近几年国家大力提倡和发展绿色餐饮，消费者健康意识的不断增强，膳食营养的合理搭配也成为餐饮业发展的必然趋势。这些原因使得外卖行业面临专业化和品质化的转型。

(六) 特色单品、小吃迎来红利期

近些年，无论是在一、二线城市，还是在三、四线小城，单品小吃店都如雨后春笋般发展迅猛：诸如炸串、烧烤、卤味、甜品、茶饮等小吃店正在北上广深、川渝地区和江南地区的街头巷尾、商场超市内“遍地开花”；品牌小吃业态中的融资事件越来越多，其中有不少品牌还拿下了数额可观的投资，足以证明小吃单品+小店模式正日益火爆。这也反映出当下餐饮圈的品类趋势：特色餐饮的挖掘。

特色单品和小吃发展迅猛，首先因其门店租金少、人工成本低、标准化程度高、复购率高、运营损耗小、销售渠道灵活的优势，可以实现短期内快速扩张、实现连锁化的目标，备受餐饮业者青睐。而其他几个内外因素也助推特色单品和小吃成为行业趋势：

从内部因素来看，餐饮行业同品类竞争达到高度同质化，迫使餐饮业者开始去挖掘更多新品和创新点以获取竞争力；大酒店模式餐饮逐渐没落，大众餐饮、单品餐饮店、网红餐饮的快速发展，驱使餐饮门店由大改小；品牌化产业链的发展和成熟使得支撑品牌小店的生存和发展不再困难。

从外部因素来看，经济发展提振消费能力，消费需求也进一步升级。随着国民经济的发展和居民人均可支配收入的提升，消费者的需求从“吃饱”逐步过渡到“吃好”，愿意尝试更好的、更有特色的餐饮，如果有餐厅能满足这个需求，则可以在抢占市场中取得先机。业内普遍认同的餐饮企业基本三大优势中，除了价格优势外，其他两个优势为“有特色和

稀缺性”及“不可替代性”，而这正与开发特色单品和小吃所带来的优势完美契合。

（七）疫情下团餐市场逆势增长，团餐将迎来资本布局风口

2020年的新冠疫情使得餐饮行业遭受重大打击，但团餐产业却能保持整体平稳，甚至逆势增长：据中国饭店协会和艾媒咨询统计，2020年我国团餐市场总额增加到1.53万亿元，市场份额达到38.3%左右。团餐产业得以“逆风飞翔”的原因在于疫情期间各大高校、机关和单位出于安全因素采取统一管理、集中供餐的措施，一定程度上帮助团餐产业壮大。但团餐行业本身也拥有庞大且稳定的客源市场，且对于团餐的需求一般为刚需，不易变动。这些决定了中国团餐产业发展前景广阔、潜力巨大。

目前国内团餐产业发展呈现出几个特点：个性化与多样化、营养化、标准化、品牌化、社会化、信息化和资本化。而这其中属资本化趋势最为明显。在多个资本巨头纷纷涌入餐饮行业的大背景下，团餐行业尤其受到资本青睐：2020年餐饮的融资案例约110起，这其中数个团餐品牌和供应链企业获得了数千万乃至上亿元的融资，例如团餐品牌“荷特宝”宣布完成数千万元B轮融资；团餐食材配送企业“望家欢”完成6亿元B轮融资；团餐信息化解决方案提供商“平安云厨”完成数千万元战略融资。尽管疫情给所有企业都带来了一定的现金流压力，但资本公司仍然不惜重金入局团餐链条，原因在于：首先，团餐行业前景好、盈利能力强，投资者有望得到高收益；其次，团餐产业链张力非常强大，资本可以发挥更大的作用；此外，成熟化的团餐产业也是吸引资本进入的重要原因。从外部来看，国家持续实施投资优惠政策、优化国内投资环境，引导资本从房地产转向其他行业，鼓励各方面资本在合法合规的前提下进行投资活动；对于小微企业和民营企业，国家也出台一系列帮扶和优惠政策。综合内外环境，团餐产业在未来几年将持续受到资本关注，且有可能成为国内餐饮+资本发展模式中的“急先锋”。

（八）职业教育改革助力行业人才培养与服务提升

长期以来，职业教育的教学模式很大程度上参考了高等教育，而这造就了一个突出问题：学生的理论水平较强，但实际操作能力不足，职业教育为行业培养与储备人才的效率有限。为了切实提高职业人才的操作技能和专业水平，2019年起国家决定与职业教育进行现代化改革，包括推出“1+X”证书制度、加快建设学分银行制度、大力推进现代学徒制和现代企业新型学徒制，落实“产教融合”与“校企合作”；2021年的职业教育大会上，习近平对职教工作做出重要指示，提出要加快构建现代职业教育体系，培养更多高素质技术技能人才、能工巧匠、大国工匠。这些政策与精神均清晰地向行业传达了一个声音：我国职业教育将进行大规模现代化改革。

中国饭店协会积极按照国家部委的工作要求，申报并获批成为第四批社会培训评价组织并成功开发《酒店运营管理》（初、中、高级）、《餐饮管理运行》（初、中、高级）6个职业技能等级评价证书，证书申报院校超过两百所；开设“1+X”酒店运营管理和餐饮管理运行培训班，与各大职业院校合作建立职业技能人才培训基地，已成功在河南、山东

等地成功举办“1+X”培训班，并成功设立高校培训基地，申请并通过审批的“1+X”试点高等院校累计超200所，开发配套教材8套，并针对“现代学徒制”和“学分银行”制度筹备相应项目，为住宿餐饮行业人才培养提供了坚实后盾。

在职业教育现代化改革的浪潮中，新的教育模式与体系将为职业人才培养注入全新的动力，进一步提升行业人才的专业化程度与综合素质水平，而餐饮行业也将因此受益：人才培养渠道进一步拓宽，服务品质与效率有望得到提升与加强。

第三篇 2021餐饮业上市公司经营分析

中国饭店协会、新华网

一、上市公司经营指标统计（2020 财年）

（一）上市公司营收利润统计汇总

表 3.1 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	同比变动	金额	同比变动
主板 企业	1	全聚德	¥783,317,921.52	-49.99%	(¥261,861,440.90)	-686.77%
	2	西安饮食	¥410,865,232.43	-17.90%	¥9,012,392.67	119.91%
	3	广州酒家	¥3,287,486,223.16	8.54%	¥463,598,526.14	20.69%
	4	同庆楼	¥1,295,920,464.10	-11.41%	¥185,109,587.49	-6.32%
	5	中科云网	¥272,041,122.18	192.25%	(¥11,350,322.47)	-68.24%
	6	巴比食品	¥975,090,303.83	-8.35%	¥175,466,607.17	13.41%
香港 及海外 上市 公司	7	百胜中国 ²	¥54,039,398,000.00	-6.00%	¥5,129,163,200.00	10.00%
	8	味千中国	¥1,820,588,000.00	-29.02%	(¥77,868,000.00)	-146.87%
	9	呷哺呷哺	¥5,455,246,000.00	-9.50%	¥130,561,000.00	-67.10%
	10	国际天食	¥644,386,000.00	-47.56%	(¥320,528,000.00)	-96.33%
	11	唐宫中国	¥1,105,103,000.00	-26.08%	¥4,379,000.00	-95.20%
	12	海底捞	¥28,614,255,000.00	7.80%	¥309,271,000.00	-86.80%
	13	九毛九	¥2,714,830,000.00	1.02%	¥124,000,000.00	-24.54%
	14	新华教育	¥478,847,000.00	9.39%	¥325,293,000.00	20.18%
新三板 企业	15	洛阳餐旅	¥84,904,358.39	-19.16%	(¥13,732,387.43)	/
	16	百富餐饮	¥183,188,290.68	-23.97%	(¥2,371,042.97)	-145.90%
	17	优格花园	¥1,100,594.05	883.06%	(¥725,926.26)	76.54%
	18	红鼎豆捞	¥94,449,445.32	-30.14%	¥6,093,374.55	17.53%
	19	华鼎团膳	¥442,453,140.06	-1.63%	¥39,421,458.91	29.40%
	20	伊秀股份	¥68,231,592.67	-43.23%	(¥4,215,985.98)	-289.08%
	21	新五心	¥71,304,308.79	5.18%	¥1,759,643.61	-165.91%
	22	小尾羊	¥207,531,303.82	-19.85%	(¥28,056,853.13)	-283.30%
	23	幸运时间	¥11,741,962.12	-39.92%	(¥5,081,037.07)	-370.30%
	24	小六饮食	¥281,910,776.58	-22.67%	(¥21,820,999.55)	-308.58%
	25	新丰小吃	¥178,892,517.49	-5.71%	¥2,101,158.24	-77.84%
	26	紫罗兰	¥6,316,633.33	-73.66%	(¥208,151.19)	-122.20%
	27	望湘园	¥450,262,839.44	-41.26%	(¥43,933,825.52)	-10.13%
	28	蓝鼎餐饮	¥68,868,894.87	11.27%	¥393,027.12	-49.53%

² 营业收入和净利润以 2020 年 12 月中美货币平均汇率进行换算。

(二) 上市公司盈利能力情况统计³

表 3.2 上市公司盈利能力统计表

序号	企业名称	净利润 (万元)	营业收入 (万元)	人均劳效 (万元)	人均利润 (万元)	员工数 (人)	门店数 (家)	分公司数 (家)
1	百胜中国 ⁴	512,916.32	5,403,939.80	13.5	1.3	400,000	10,500	
2	广州酒家	46,359.9	328,748.6	63.9	9.0	5,145	26	9
3	新华教育	32,529.3	47,884.7	4.8	3.3	10,000	201	
4	海底捞	30,927.1	2,861,425.5	21.8	0.2	131,084	1,298	
5	同庆楼	18,511.0	129,592.0	26.8	3.8	4,829	58	16
6	巴比食品	17,546.7	97,509.0	72.0	13.0	1,354	3,106	6
7	呷哺呷哺	13,100.0	545,524.6	17.4	0.4	31,371	1,201	
8	九毛九	12,400.0	271,483.0	—	—	—	381	
9	华鼎团膳	3,942.1	44,245.3	24.6	2.2	1,797		3
10	西安饮食	901.2	41,086.5	12.3	0.3	3,338		36
11	红鼎豆捞	609.3	9,444.9	16.1	1.0	587	11	
12	唐宫中国	437.9	110,510.3	—	—	—	—	—
13	新丰小吃	210.1	17,889.3	27.6	0.3	648	70	
14	新五心	176.0	7,130.4	26.0	0.6	274		4
15	蓝鼎餐饮	39.3	6,886.9	22.7	0.1	303		2
16	紫罗兰	(20.8)	631.7	4.2	(0.1)	150	—	—
17	优格花园	(72.6)	110.1	—	—	—	—	—
18	百富餐饮	(237.1)	18,318.8	40.2	(0.5)	456	—	—
19	伊秀餐饮	(421.6)	6,823.2	23.2	(1.4)	294	17	
20	幸运时间	(508.1)	1,174.2	21.7	(9.4)	54		2
21	中科云网	(1135.0)	27,204.1	40.5	(1.7)	671		14
22	洛阳餐旅	(1373.2)	8,490.4	15.7	(2.5)	542		13
23	小六饮食	(2182.1)	28,191.1	14.6	(1.1)	1,935	63	
24	小尾羊	(2805.7)	20,751.1	18.8	(2.5)	1,101	235	
25	望湘园	(4393.4)	45,026.3	28.6	(2.8)	1,572	79	
26	味千中国	(7786.8)	182,058.8	18.3	(0.7)	9,951	722	
27	全聚德	(26,186.1)	78,331.8	21.9	(7.3)	3,584	117	
28	国际天食	(32,052.8)	64,438.6	58.8	(29.2)	1,096	59	

注：

1、关于员工数：港板企业的员工数一般指全部员工数；主板/新三板企业的员工数为核心员工数。除“新华教育”和缺失项目外，其余所有员工数资料均来源于各上市公司 2020 企业年报（以期末数据为准）。

2、关于门店数和分公司数：由于表中涉及的企业主营业态有所差别，餐饮企业的统计对象为门店数，团餐企业的统计对象为全资下级公司数，教育机构的统计对象为下属机构数。除缺失项目外，其余所有门店/分公司数资料均来源于各上市公司 2020 企业年报（以期末数据为准）。

3、“人均劳效”计算公式为：营业收入总额/员工人数；“人均利润”计算公式为：净利润总额/员工总人数

³ 本表依照各上市公司 2020 财年净利润额进行排序；净利润、营业收入、员工、门店和分公司数据来源于各上市公司 2020 年企业年报。

⁴ 营业收入和净利润额以 2020 年 12 月中美货币平均汇率进行换算。

二、主板企业

(一) 全聚德

1、2020 年企业年报

2020 年度营业收入为 7.83 亿元，同比减少 49.99%；亏损 2.62 亿元，较去年净利润额下降了 686.77%；每股亏损为 0.85 元，较去年每股收益下降了 686.73%；加权平均净资产收益率为 -19.26%。业绩大幅度下滑主要是因为 2020 年突发新冠疫情的影响，各类聚餐、婚宴等活动几乎全部取消，大量餐饮门店停止营业。

报告期内，公司所处行业和主营业务未发生变化，仍以餐饮服务及食品加工、销售业务为主业。公司新开直营店 4 家，分别是全聚德长春红旗街店、全聚德苏州吴江店、四川饭店王府井店、四川饭店大连五四路店；新开国内特许加盟门店 3 家，分别是全聚德怀柔店、常州金坛店、江苏淮安盱眙店；新开国外特许加盟门店全聚德温哥华店。截止 2020 年 12 月 31 日，公司餐饮门店共计 117 家，包括直营门店 44 家，加盟门店 73 家（含海外特许加盟门店 8 家），食品加工企业 2 家。面对国内餐饮行业新动态，公司积极推进新零售、新媒体，推进数字化转型，提升运营效率；深挖文化，赋能品牌，积极传播正能量，推动全聚德在新常态下的可持续发展。

2、2021 年上半年企业年报

2021 年上半年营业收入为 4.79 亿元，同比增加 53.37%；亏损 4245.29 万元，亏损规模同比缩小 71.4%；每股亏损为 0.14 元；加权平均净资产收益率为 -3.63%。公司上半年度业绩稍有好转，主要是因为随着国家对疫情防控措施的不断积极推进，餐饮行业形势明显好转，消费者的消费意愿不断增强，业务逐渐恢复正常。

报告期内，公司继续围绕老字号“守正创新”工作主线，积极推进规划项目及各项举措落地实施，开源节流，降本增效，努力提升经营效果。公司继续狠抓菜品和服务创新，推动线上线下有机结合，创新营销内容和形式，增强消费者体验，全聚德前门店品 味光影主题餐厅塑造国潮老字号新形象，环球伙伴餐厅团膳项目接待人次和收入逐月提升。在全力推动餐饮经营恢复的同时，继续落实餐饮产品食品化，加强产品研发，创新食品销售业务模式，提升食品销售水平。在市场逐步恢复及公司相关调整措施的推动下，公司营业额逐步提高，经营业绩呈现回暖态势。

(二) 西安饮食

1、2020 年企业年报

2020 年度营业收入为 4.11 亿元，同比减少 17.90%，归属上市公司股东的净利润为 901.2 万元，同比增加 119.91%；基本每股收益为 0.018 元/股，同比增加 119.12%；加权平均净资产收益率为 1.45%，同比增加 8.81%；总资产 12.56 亿元，较年初增加 13.85%。

报告期内，公司从事的主要业务未发生重大变化，仍以餐饮服务和食品工业为两大支柱产业。公司拥有 20 家分公司、17 家子公司和诸多经营网点，且多为具有百年历史的老店、大店、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”。面对 2020 年突如其来的新冠疫情对经营的严重冲击，公司一手抓疫情防控、一手抓复工复产，奋力推进企业创新发展，具体表现为：主营业务稳步回升、项目发展成效显著、食品工业稳步发展、营销创新助力经营创效、管理升级赋能企业发展、战疫情攻坚克难助力经营恢复。各项应对措施受到社会各界的广泛关注和高度评价，被中国饭店协会树立为“宿餐榜样”，被中国烹饪协会树立为“优秀案例”。8 家餐饮品牌店被西安市商务局授予防疫抗疫、保障民生“重点保供企业先进单位”。

2、2021 年上半年企业年报

2021 年上半年营业收入为 2.55 亿元，同比增加 97.56%；亏损 6178.04 万元，亏损规模同比缩小 11.72%；每股亏损为 0.12 元，亏损同比缩小 11.70%；加权平均净资产收益率为 -10.36%。

报告期内，公司从事的主要业务未发生重大变化。公司积极挖掘和利用三秦饮食文化，博采众长，本着“传承不守旧、创新不离宗、融合不照搬”的发展原则，充分发挥老字号工匠技艺和品牌优势，不断挖掘和丰富美食文化，大力推行产品主义，引进新原料、新工艺、新菜系，不断助力品牌创新和产品升级，赋予老字号新能量；通过新品研发、包装升级、技术改造及文创赋能，全面提升产品品质，同步拓展线上线下双渠道销售体系。通过调整优化、创新经营、精简产品、技术交流、考察学习、线上营销等精准施策，巩固提升了经营收入，虽未恢复至疫情前的营收水平，但较上年同期增长明显，目前已呈现出良好的经营态势。

（三）广州酒家

1、2020 企业年报

2020 年度营业收入为 32.87 亿元，同比增加 8.54%，归属上市公司股东的净利润为 4.64 亿元，同比增加 20.69%；扣除后归属于上市公司股东的净利润为 4.51 亿元，同比增加 20.99%；基本每股收益为 1.15 元，同比增加 20.69%；加权平均净资产收益率为 19.72%，同比增加 1.07 个百分点；总资产 38.37 亿元，较年初增加 30.88%。虽然年初突发的新冠疫情对公司的经营带来重大影响，但公司统筹布局，根据外部经济环境和市场情况调整经营计划，转变经营策略，保障公司业绩在逆境中持续增长。

报告期内，公司从事的主要业务未发生重大变化。广州酒家是始创于 1935 年的中华老字号企业，经过多年的“食品 + 餐饮”双主业协同发展，公司在品牌、研发、生产、销售等方面积累了较大的竞争优势，是华南地区岭南特色的大型食品制造及餐饮服务集团。多个知名品牌、26 家餐饮门店。公司在立足于经典粤菜的基础上，不断创新和改良，结合现代烹饪技艺，持续推出满足市场需求的菜品，力争引领“新派粤菜”风潮。

受新冠疫情影响，公司餐饮业受到较大冲击，但得益于公司“食品 + 餐饮”的双主业

经营策略，食品制造业务保持较快增长。公司坚持大力推进各基地的生产与建设工作，产能供应实现新突破，及时适应市场需求变化；聚焦主业，发挥优势资源协同效应，推动业绩增长；加强产业链把控，持续推进混合所有制改革；深耕渠道，拓展销售发展新优势。这些确保了公司整体收入和利润的增长。

2、2021 年上半年企业年报

2021 年上半年营业收入为 12.32 亿元，同比增加 30.63%；归属上市公司股东的净利润为 3747 万元，同比增加 228.89%；扣除后归属于上市公司股东的净利润为 3067 万元，同比增加 91.14%；基本每股收益为 0.07 元，同比增加 135.11%；加权平均净资产收益率为 1.43%，同比增加 0.91 个百分点。

报告期内，公司主要业务未发生变化。公司充分发挥品牌优势、多业态联动发展优势、全渠道销售体系优势、技术研发优势、食品安全质量控制优势和管理优势，大力开拓协同食品制造基地建设及渠道，推动食品制造业务持续稳健发展；聚焦门店拓展与强化内功，为餐饮发展蓄能；立足于“人才强企”，全面优化人才队伍建设；筑牢“强品牌”根基，锻造企业文化软实力；加强党建引领作用，推动公司高质量发展；及时根据经营计划结合市场环境，主动作为，通过加强产能布局、渠道建设、门店开拓和品牌管理等方面，大力推进主营业务的发展。在消费复苏的环境下，报告期内公司业绩同比实现较大增长。

（四）同庆楼

1、2020 企业年报

2020 年度营业收入为 12.96 亿元，同比减少 11.41%，归属上市公司股东的净利润为 1.85 亿元，同比减少 6.32%；扣除后归属于上市公司股东的净利润为 1.67 亿元，同比减少 6.47%；基本每股收益为 1.08 元，同比减少 18.18%；加权平均净资产收益率为 13.37%，同比减少 8.91%；总资产 22.5 亿元，较年初增加 69.20%。受疫情影响，报告期内公司整体业绩较去年同期有所下降。

报告期内，公司从事的主要业务未发生重大变化，仍从事大众聚餐和宴会服务，并采用直营模式。“同庆楼”品牌创立于二十世纪初，经历近一个世纪的发展，为中华老字号餐饮品牌，目前拥有直营门店 58 家。公司重视品牌经营，注重对品牌文化内涵的挖掘，先后获得“中华老字号”、“中国驰名商标”、“国家五钻级酒家”、“中国餐饮百强企业”、“中国正餐十大品牌”、“中国餐饮事业卓越贡献奖”、“安徽省著名商标”、“安徽省民营企业百强”、“五叶级国家绿色餐饮企业”等多项荣誉称号。

2020 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。

2、2021 年上半年企业年报

2021 年上半年营业收入为 7.92 亿元，同比增加 68.22%；归属上市公司股东的净利润为 7107.91 万元，同比减少 11.08%；扣除后归属于上市公司股东的净利润为 6108.43 万元，同比减少 12.99%；基本每股收益为 0.27 元，同比减少 49.06%；加权平均净资产收益率为 3.83%，同比减少 3.96 个百分点。

报告期内，公司充分发挥品牌、市场定位、供应链、专业技术与研发创新、个性化定制等优势，致力于经营管理能力的提升，并加快拓店速度。截止本报告披露日，公司已开设芜湖银湖时代广场店及江苏靖江店两家新店，另三个新店项目正在工程建设中（合肥市瑶海富茂、合肥市北城富茂、合肥市清溪路店），预计下半年陆续开业；同时公司正在签约一批新项目，并加快图纸设计、工程施工准备等工作，争取年底部分项目对外营业，预计 2021 年公司新增门店经营面积 10 万平方米左右。上半年公司食品事业部已初步完成团队建设、产品研发定标、OEM 工厂合作、线上线下销售体系建立等工作，公司食品业务以一人食自热饭系列、臭鳊鱼系列、预制菜系列为核心，辅以速冻面点、腌腊等系列形成产品矩阵。目前所有的产品已完成测试和定型，正在进行全面量产阶段，同时结合不同产品的客户人群建立不同的销售渠道，今年下半年通过线上各平台、线下商超、渠道代理等进行全面推广。

（五）中科云网

1、2020 年企业年报

2020 年度营业收入为 2.72 亿元，同比增加 192.25%；餐饮业务营业收入为 9121 万元，同比增加 28%；期内亏损 1135 万元，亏损规模同比缩小 68.24%；基本每股收益为 -0.0138 元，同比减少 69.13%；加权平均净资产收益率为 -22.12%，同比减少 96.32%。

报告期内，公司从事的主要业务未发生重大变化。主营业务包括传统的餐饮团膳服务和互联网游戏推广及运营两个板块。其中餐饮团膳业务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及服务获得业务收入。

受 2020 年初以来新冠疫情的突然爆发及其后续出现的负面影响，公司餐饮团膳业务受到了较大冲击，尤其是驾校类、院校类团膳项目，复产复工均晚于其他行业。为此，公司董事会、管理层加强现有团膳业务内部管理，并积极拓展团膳新项目，尽量降低疫情对餐饮团膳业务的影响。此外，公司积极尝试通过外延式并购或合作等方式拓展第二主业，以提高公司整体盈利能力和抗风险能力。

2、2021 年上半年企业年报

2021 年上半年营业收入为 2.26 亿元，同比增加 431%；归属上市公司股东的净利润为 152.44 万元，同比增加 138.46%，实现扭亏为盈；基本每股收益为 0.0018 元，同比增加 138.30%；加权平均净资产收益率为 3.64%，同比增加 57.72%。

报告期内，公司主要业务为互联网游戏推广及运营和餐饮团膳，2021 年上半年，公司互联网游戏推广及运营实现营业收入 1.72 亿元，团膳业务实现营业收入 5438.97 万元，同比实现扭亏为盈。公司在团膳行业深耕多年，长期积累形成的一定品牌影响力、成熟的管理模式、丰富的服务经验和优秀的管理团队是公司在团膳行业的核心竞争力。公司在巩固现有团膳项目的基础上，积极拓展团膳新项目。未来公司将结合存续期内股权激励计划的考核情况，进一步强化相关经营主体及管理人员责任，争取实现团膳业务规模的稳步增长，并提升公司在餐饮团膳行业的品牌知名度、菜品研发、出品及餐饮服务口碑等核心竞争力。

（六）巴比食品

1、2020 年企业年报

2020 年度营业收入为 9.75 亿元，同比减少 8.35%；归属上市公司股东的净利润为 1.75 亿元，同比增加 13.41%；基本每股收益为 0.87 元/股，同比增加 4.82%；加权平均净资产收益率为 17.75%。公司营收稍有下降，主要原因是 2020 年上半年由于受新冠疫情防控政策影响，连锁门店营业天数减少，团餐客户因推迟开工开学导致订量减少。

报告期内，公司主要业务和经营模式未发生改变。公司自成立以来，专业从事中式面点速冻食品的研发、生产与销售，致力于“工业化生产，全冷链配送，直营、加盟、团体供餐为一体”的经营模式。经过多年的发展，“巴比”品牌在全国许多区域的消费者心目中得到了高度认可，已发展成为国内中式面点知名品牌之一。公司及公司产品获得的主要荣誉有“农业产业化国家重点龙头企业”、“全国主食加工业示范企业”等。疫情期间巴比在做好疫情防控、确保健康安全的前提下，落实公司 2020 年各项经营目标，统筹安排生产经营、基建、公司上市等各项工作，将疫情不利影响降到最低。公司获得“松江区 2020 年最美抗疫诚信企业”称号。2020 年 10 月，公司在上海证券交易所主板上市。

2、2021 年上半年企业年报

2021 年上半年营业收入为 5.95 亿元，同比增加 68.12%；归属上市公司股东的净利润为 2.11 亿元，同比增加 279.04%；基本每股收益为 0.85 元，同比增加 183.33%；加权平均净资产收益率为 12.14%，同比增加 4.64 个百分点。营业收入大幅增加，主要原因是 2021 年疫情防控情况总体平稳，餐饮业务逐步恢复正常。

报告期内，公司业绩的主要驱动因素为：门店拓展力度增强，多举措赋能门店，门店数量、单店订货额增加；团餐客户规模及销售额继续保持较快增长；管理持续优化，降本增效。公司围绕“打造中华包点中国著名品牌”的战略目标，按照董事会制定的年度经营计划，产能扩建及市场拓展稳步推进，品牌建设配合公司业务拓展计划实施；坚持“良心树品牌、匠心铸品质”的企业精神，持续优化经营模式，销售收入实现较高增长；紧抓生鲜渠道大变革的发展机遇，拓宽销售渠道，积极发展生鲜电商平台、门店外卖等线上业务，布局全渠道销售模式，推动公司业务发展。下一步公司将继续优化产能布局、加大门店拓展力度、大力推进团餐业务发展、加大品牌建设力度、有序实施兼收并购计划、优化管理模式、储备优秀人才并完善奖励机制，进一步提升公司总体业务水平。

三、香港及海外上市公司

(一) 百胜中国

1、2020 年企业年报⁵

2020 年度营业收入为 82.6 亿美元（约合人民币 540.4 亿元），同比减少 6%；经营利润为 7.84 亿美元（约合人民币 51.3 亿元），同比增加 10%；基本每股收益为 1.95 美元（约合人民币 12.76 元），同比增加 6%。营业收入有所下降主要因 2020 年新冠疫情其对公司日常运营、现金流量和财务情况施加不利影响，公司在疫情高峰期公司关闭了 35% 的餐厅，导致营收下降；而经营利润有所增加，主要是因为公司投资收益较往年同期有较大提高。

报告期内以销售额计算，公司是中国最大的餐饮企业，旗下拥有超过一万家餐厅，包括肯德基、必胜客、黄记煌、东方既白、塔可贝尔等知名品牌。约 84% 的餐厅由集团自营。疫情给公司经营带来了波动和不确定性。针对疫情带来的新变化，公司采取行动灵活应对：为满足不同城市等级、商圈和销售渠道的需求变化，公司团队不懈努力对各种可能情况进行了预案；借助数字化能力、与消费者的直接联系和内部供应链，根据市场变化灵活调整产品供应和促销活动；顺应需求模式的改变，灵活部署资源，以帮助确保餐厅人员和外卖骑手的配备尽可能达到最佳水平。

2、2021 年上半年企业年报⁶

2021 年上半年营业收入为 50.08 亿美元（约合人民币 321.65 亿元），同比增加 36.98%；经营利润为 4.11 亿美元（约合人民币 26.40 亿元），同比增加 111.86%；基本每股收益为 0.98 美元（约合人民币 6.29 元）。

报告期内，公司拥有 1.1 万余家门店餐厅，覆盖中国内地 1500 余个城市；这其中肯德基和必胜客餐厅占多数。按系统销售额计算，目前肯德基与必胜客两大品牌分别为中国最大的快餐品牌和最大的休闲餐饮品牌。报告期内经营利润同比增加的主要原因为：公司餐厅收入增加、原材料下降 7%、生产力提高及餐厅减值费用减少。公司对未来中国市场的潜力仍然充满信息，预计 2021 年新开店数达到 1300 家，并同时投资技术和基础设施。

(二) 味千中国

1、2020 年企业年报

2020 年度营业收入为 18.2 亿元，同比减少 29.02%；期内净亏损 7786 万元，同比减少 146.87%；每股亏损为 0.07 元，同比减少 150.0%；总资产 2.16 亿元，较年初增加 149.77%。

报告期内，集团拥有餐厅数从去年的 799 家下降至 722 家，减少了 77 家；中国大陆

⁵ 经营信息按照 2020 年 12 月中美货币平均汇率进行换算。

⁶ 经营信息按照 2021 年 6 月中美货币平均汇率进行换算。

新开 33 家，香港新开 3 家，共计新开 36 家；中国大陆关闭 105 家，香港关闭 8 家，共计关闭 113 家；集团营业额较去年同期下降 29%。经营利率由 4.7% 下降至 -2.1%，主要是由于新冠疫情对中国大陆及香港的业务带来了负面影响。

为了迎合市场庞大的外卖需求，集团与第三方外卖平台合作的同时，自主开发外卖小程序以降低外卖成本。截止到 2020 年底，68 家门店实现自主配送。外卖业务占外卖餐厅营业额比例由 2019 年的 13.6% 增加至 2020 年的 18.1%。

2、2021 年上半年企业年报

2021 年上半年营业收入为 10.1 亿元，同比增加 46.4%；归属于上市公司股东的净利润 4965.8 万元，扭亏为盈；每股盈利为 0.05 元。

报告期内，集团的主要业务及重要收入来源为零售连锁餐厅业务，未发生重大改变。期内集团共拥有餐厅 707 家，餐厅业务营收达到 9.51 亿元。集团通过实行卓有成效的管理、加强员工、餐厅经理和区域督导的培训，不断提升基层管理水平，提高餐厅运营效率。集团下一步将密切关注市场状况，迅速回应市场变化并积极控制成本，降低各负面因素的影响。

(三) 呷哺呷哺

1、2020 年企业年报

2020 年度营业收入为 54.55 亿元，同比减少 9.50%；净利润为 1.31 亿元，同比下降 67.1%；基本每股收益为 0.17 元。业务出现大幅下滑，主要是因为新冠疫情带来的负面影响，以及原有门店大部分集中在北方地区而造成的营运布局失衡问题。

尽管新冠疫情带来许多挑战，集团仍然有序执行扩张计划，新开设了 91 家呷哺呷哺餐厅和 38 家凑凑餐厅。凑凑餐厅的业务大幅度增长，由此产生的集团层面销售额占比从 2019 年的 20.0% 增加至 31.0%；调味料业务也在疫情期间得到了大幅提升，调味品销售额占比从 2019 年的 1.5% 增加至 2020 年的 2.7%。此外，疫情期间外卖业务的发展也成为了新的动力，2020 年外卖销售量大幅增加 21%，订单量提升 15%。集团将会延续 2020 年取得的各项成就并发挥自身优势，迎接未来的机遇和挑战。

2、2021 年上半年企业年报

2021 年上半年营业收入为 30.47 亿元，同比增加 58.5%；亏损 4992.1 万元，亏损规模同比缩小 80.4%；经调整后净亏损为 3990.6 万元，亏损同比缩小 79.3%。

2021 年上半年，集团新开设 40 间呷哺呷哺品牌餐厅，在中国内地共经营 1077 家呷哺呷哺餐厅；新开设 9 家凑凑品牌餐厅，在中国内地和香港特别行政区共经营 149 间凑凑品牌餐厅。呷哺呷哺品牌销售额共计 18.67 亿元，凑凑品牌销售额共计 11.27 亿元。尽管报告期内业绩有所回升、亏损大幅缩窄，但集团目前仍未实现盈利。下一步集团将全面审视目前存在的经营情况，通过加强人才培养、重新整合业务、强化品牌势能、去除不良资产、加大研发力度等方式重振业务。

（四）国际天食

1、2020 年企业年报

2020 年度营业收入为 6.44 亿元，同比减少 47.56%；期内亏损为 3.21 亿元，亏损规模同比扩大 96.33%；每股亏损为 15 人民币分。业绩下滑主要是因为赴港旅客骤减和新冠疫情的影响，香港餐饮市场在 2020 年受到了极大冲击；而利润下滑的主要原因为：（1）全球新冠疫情导致同店销售下降 31.8%；（2）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调拨等一次性成本共计人民币 1.28 亿元。

2、2021 年上半年企业年报

2021 年上半年营业收入为 3.86 亿元，同比增加 53.1%；亏损 575.3 万元，亏损规模同比缩小 95.29%；每股亏损 0.27 元。随着疫情的好转及外出消费复苏，集团本着谨慎、开源、节流的经营方针，在各方面都取得了一定的进展。报告期内集团经营情况有较大改善。下一阶段，集团会加速旧店改造和新店开店、对已有产品重新打磨、利用抖音等新媒体平台进行线上营销，为顾客提供新的价值与体验。为应对国内大循环新形势，集团的经营方针将突出质量和效率两个主题，逐步将主战场转移到高端非日常场景和日常的便利场景两端上，在进一步对现有业务优化改革的同时也针对未来发展进行长期投资。

（五）唐宫中国

1、2020 年企业年报

2020 年度营业收入为 11.05 亿元，同比减少 26.08%；净利润为 437.9 万元，同比减少 95.2%；每股盈利由 2019 年的 8.52 人民币分骤减至 0.41 人民币分。报告期内集团经营 57 家餐厅，另以合营方式经营 11 家餐厅。

新冠疫情对全球的餐饮市场带来了极大冲击，集团的业绩也因此受到影响。面对消费者形成的在家消费、减少社交聚会等新常态生活模式，以及更加注重食品安全和养生健康的消费观念，集团积极适应餐饮新常态，致力于开发四大盈利模式（堂食消费、公域平台外送服务、产品渠道化零售和私域平台外卖及社群销售），通过线上线下联动，加速食品销售化和电商化流程。

2、2021 年上半年企业年报

2021 年上半年营业收入为 7.14 亿元，同比增加 74%；净利润 3237.5 万元，相比去年同期亏损 6650 万元的情况，成功实现扭亏为盈；每股盈利为 3.01 元。

报告期内，集团在业务方面延续“创造顾客消费需求”的策略，专注于提高顾客对产品及服务的价值感，推出各种具有吸引力的大小主题活动，优化产品结构及配菜单管理，增加顾客满意度及复购率；推行个性化外卖服务，针对不同节日推出特别菜单，同时添加增值服务如小食、小礼品、手写心意卡等，宣传推广方面注重于时下流行的国潮风元素结合，全面升级外卖业务；7 月份完成对会员系统的全面升级，以此提高顾客的便利性和复购意愿，为拓展更加丰富的营销活动做准备；集团还积极筹备新品牌，精心挑选核心优秀产品，

结合现代人的生活习惯及对健康生活的追求打造全新产品，预计将在年内上线。下一阶段集团将继续巩固现有业务，同时不断提升品牌价值、持续强化内部管理及培养全才型员工，同步发掘更多可善用集团优势的商业模式，进一步提升整体业绩水平。

（六）海底捞

1、2020 年企业年报

2020 年度营业收入为 286.1 亿元，同比增加 7.8%；净利润为 3.09 亿元，同比减少 86.8%；每股盈利为 0.06 元。海底捞净利润大幅下滑，主要源于原材料、人力、折旧及财务等成本的大幅抬升。

尽管 2020 年疫情为海底捞的业务带来一定冲击，但公司在配合与遵守相关防疫政策与法规的前提下，积极寻求扩张：新开业门店数 544 家，净增 530 家；二三线城市扩张速度明显；全球门店网络增至 1298 家。而为了降低疫情带来的风险，海底捞大力推行无接触式点餐技术、升级外送业务和加强供应链管理，并通过多种方式参加抗疫公益活动，同时还兼顾菜品创新、自主应用研发、智慧化探索与外部研发合作，进一步提升公司整体实力。

2、2021 年上半年企业年报

2021 年上半年营业收入为 200.94 亿元，同比增加 105.9%；净利润为 9452.9 万元，同比增加 110%；每股盈利为 0.02 元；平均翻台率为 3 次/天，相较于去年同期的 3.3 次/天稍有下降；餐厅总数为 1597 家，相较于去年同期增加了 662 家。

报告期内，公司不断探索适合当下管理需求的组织架构，并持续加以优化，将区域统筹教练模式改进为大、小区管理模式，实现精准管理和可持续性监督与辅导，同时在保证食安的基础上下放推出新品的权力，增加顾客的本地化和个性化就餐体验；积极推进会员体系建设，更好地回馈顾客及回应不断变化的市场需求，进一步加强会员信息的隐私保护；通过新建和改造一百家新技术餐厅，应用自动上菜机械臂、配锅机、中央厨房直配成品等设备和提高智能化水平；持续加强信息系统建设，成立海底捞大数据平台，加强对信息安全的投入，缩小安全管理盲区。下一阶段公司将持续提升就餐体验和服务能力，提高餐厅密度和覆盖区域，加大对创新技术的投入，并策略性地寻求收购优质资源。

（七）九毛九

1、2020 年企业年报

2020 年度营业收入为 27.15 亿元，同比增加 1.02%，主要营收来自于太二餐厅，其次是九毛九与其他类型餐厅；净利润为 1.24 亿元，同比减少 24.54%；经调整后纯利为 1.16 亿元。利润有所下滑主要由于 2020 年上半年餐厅因疫情暂停营业一段时间所致。报告期内，九毛九在中国大陆 21 个省份、60 个城市、4 个直辖市、澳门特别行政区及加拿大温哥华拥有 349 家餐厅，并管理 32 间加盟餐厅；新开 139 家餐厅，但同时因疫情关闭 66 家自营餐厅，其中包括 55 家九毛九餐厅、2 间太二餐厅及 9 家两颗鸡蛋煎饼自营餐厅；

受疫情影响，特产销售额有所下滑，但外卖业务增速明显。

2020年机遇和挑战并存：九毛九新开设2家“怂重庆火锅厂”，积极寻求火锅品牌转型；为应对新冠疫情带来的影响，公司积极配合与执行有关防疫政策，适时调整业务策略，落实多项节流措施。此外，公司将继续采取稳健方针，遵循多品牌及多概念策略，持续增强供应与支持能力，进一步扩大国际市场份额来获得长足发展。

2、2021年上半年企业年报

2021年上半年营业收入为20.2亿元，同比增加112.9%；净利润为1.86亿元，经调整后纯利为2.08亿元，相比于去年同期亏损的情况实现扭亏为盈；餐厅数量为419家，同比增加98家。经营业绩回升，主要因太二餐厅网络不断拓展、疫情常态化时代餐厅运营天数较去年同期有所增加。

报告期内，公司致力于通过精致的菜品、优质的服务和独特的用餐氛围为顾客提供美好的就餐体验，巩固强势的市场地位和竞争力。下一阶段公司将继续保持现有优势，遵循多品牌及多概念策略，持续向更多细分市场扩张；将仓库转型为加工中心，增强供应及支持能力；向全球市场扩张以获得国际市场份额。

（八）中国新华教育

1、2020年企业年报

2020年度营业收入为4.79亿元，同比增加9.39%；净利润为3.25亿元，同比增长20.18%；基本每股收益为20.22人民币分。集团业绩上升主要是因为在校生总数增加，截至2020年12月31日，集团全日制在校生人数4.25万人，同比增长6.8%。在校生的增加也带动了学费等营收项目的上涨。

报告期内，集团贯彻绿色发展理念，在节约能源、低碳运营、排放物管理、水资源利用和废弃物管理等方面有重要成效；疫情期间，集团进一步加强和落实食品卫生安全，积极参与各类抗疫公益活动，并根据实际情况不断优化供应链管理。

2、2021年上半年企业年报

2021年上半年营业收入为2.9亿元，同比增加18.5%；经营利润为2.08亿元，同比增加36%；经调整后利润为2.05亿元，同比增加13.8%；每股盈利为12.9人民币分。

报告期内，集团主要投资并经营四所教育机构：安徽新华学院、安徽新华学校、安徽医科大学临床医学院和南京财经大学红山学院。期内学生总人数约4.86万人，同比增加10.5%。学额持续提升、在校结构进一步优化，新校区建设进展顺利，独立学院转设如期推进，高水平办学取得实效。下一阶段集团将充分利用国家优惠政策拓展发展机遇；积极推进外延发展战略，全面扩大集团学校网络和办学规模；增强内生发展动力，不断提升内生增长空间。

四、新三板企业

（一）洛阳餐旅

1、2020年企业年报

2020年度营业收入为8490万元，同比减少19.16%；期内净亏损1373万元，较上年同期亏损程度有所增加；每股亏损为0.09元；加权平均净资产收益率为-5.21%；报告期末总资产为3.15亿元，同比减少3.28%。业绩出现大幅滑落主要是因为2020年新冠疫情导致公司餐饮业务骤减并一度停止运营；此外票务和旅游收入也大幅下降，造成营收锐减。

报告期内，公司商业模式未发生变化。公司所处行业仍为餐饮旅游服务行业，并坚持以餐饮主业，同时向宾馆、旅游、文化创意、白酒开发销售、婚庆、OTA电子商务旅游等多领域拓展的多元化发展态势。公司一方面定位于生产优质的菜品，另一方面借助旗下子公司的酒店宾馆业务，为客户提供优质的客房服务。尽管疫情对业务带来较大挑战，但公司仍不断挖掘潜在客户、加大拓展市场力度、不断创新菜品、提供优质服务、优化内部结构，并针对国内餐饮行业形势变化调整发展和经营战略，确保公司经营持续稳定发展。

2、2021年上半年企业年报

2021年上半年营业收入为5257.5万元，同比增加121.62%；亏损140.85万元，亏损规模较去年同期大幅缩小；基本每股亏损为0.01元；加权平均净资产收益率为-0.57%。

报告期内，公司商业模式未发生变化。2021年上半年经营业绩改善，主要是因为疫情得到有效控制，消费群体逐渐回升，恢复了宴席和婚庆，收入也得到了有效的提升。针对报告期内出现的疫情影响，公司一方面沟通相关部门沟通减免房屋租赁成本和相关税费，申请有关用工补贴，另一方面通过增加市场外卖方式提高营业收入，目前经营逐步呈上升趋势。

（二）百富餐饮

1、2020年企业年报

2020年度营业收入为1.83亿元，同比减少23.97%；期内净亏损237万元，较去年纯利润额下降了145.9%；每股亏损为0.04元；加权平均净资产收益率为-1.89%；报告期末总资产为2.23亿元，同比减少3.65%。业绩出现滑落主要是因为2020年新冠疫情导致的临时性封城、乌鲁木齐人口外流及市政建设工程的需要。

报告期内，公司所处行业和主营业务并未发生变化，仍为西式快餐连锁行业，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。公司客户目标客户集中在10-35岁的青少年，以学生、职业白领和年轻家庭群体为主；新开门店数4家，分别位于新疆乌鲁木齐市、库尔勒市和陕西省西安市、渭南市；截止报告期末，各项要素未发生变化，不存在对公司经营造成影响的情况。

2、2021 年上半年企业年报

2021 年上半年营业收入为 1.19 亿元，同比增加 27.53%；净利润为 355.63 万元，同比增加 184.58%；基本每股收益为 0.06 元；加权平均净资产收益率为 2.98%。

报告期内，公司各项经营要素未发生变化，不存在对公司经营造成影响的情况。公司以自主研发的“边蒸边烤”工艺技术为核心，依靠差异化的定位、标准化的管理，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，满足消费者对健康快餐的需求。期内公司在伊犁、乌鲁木齐和阿勒泰新开 4 家餐厅门店。

（三）优格花园（同汇科技）⁷

1、2020 年企业年报

2020 年度营业收入为 110 万元，同比增加 883%；期内净亏损 72.5 万元，较去年亏损程度缩小了 76.5%；每股亏损为 0.05 元。报告期内，公司的商业模式和主营业务未发生重大变化。疫情期间，由于公司管理层根据整体运营情况关闭全部门店、部分投资创业者停止合作等原因，造成公司上半年内营业成本、营业收入和毛利率均为 0；2020 年营收中有很一部分为营业外收入，包括收取的加盟店保证金、订货款及会员卡等因违约不再退还的金额。

公司积极寻找“一车一店”合作伙伴，运用现代技术整合运营设备，打造一体化、自动化生产线；利用绿色新能源系统，在保证电力供应的同时达成环保目标。坚持“互联网+”的运营模式，使用互联网思维及方式对全国会员进行线上管理，对线上线下资源进行整合，提升消费者黏性，促进公司的长远发展及战略目标的实现。

2、2021 年上半年企业年报

2021 年上半年营业收入为 112.94 万元，同比增加 100%；亏损 183.63 万元，亏损程度有所增加；基本每股亏损为 0.12 元；加权平均净资产收益率为 -185.01%。

经董事会会议和股东大会通过，并报有关部门批准后，2021 年公司正式更名为“广东同汇科技股份有限公司”（原“青岛优格花园餐饮管理股份有限公司”），证券简称变更为“同汇科技”，证券代码保持不变。

报告期内，公司的商业模式发生变化。公司原主要模式为立足于餐饮行业，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。采用“品牌+保姆式”战略，依托“优格花园”品牌及公司直营店，为创业者搭建创业平台，并为创业者提供后续的辅导服务。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。报告期后，同汇科技立足于国内外经济发展的新时代，从食品产业到大健康的全产业链战略整合，实现产品与渠道对接，全面布局食品产业生态圈。

⁷2021 年公司名称由“青岛优格花园餐饮管理股份有限公司”更名为“广东同汇科技股份有限公司”，证券简称由“优格花园”变更为“同汇科技”；证券代码保持不变。

（四）红鼎豆捞

1、2020 年企业年报

2020 年度营业收入为 9450 万元，同比减少 30.14%；公司净利润为 609 万元，同比增加 17.53%；基本每股收益为 0.14 元；加权平均净资产收益率为 10.40%；报告期末总资产为 1.11 亿元，同比增加 9.07%。由于 2020 年新冠疫情在武汉爆发，为配合封城抗疫，全市餐饮服务行业停止经营，直至 2020 年 5 月恢复堂食经营，故疫情对公司年度经营、财务状况产生重大影响。

报告期内，公司商业模式未发生重大变化。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。公司秉持健康膳食理念开发产品，结合新媒体进行品牌推广和营销，立足武汉、向其他省会城市拓展，并通过会员营销等方式做好客户开发和积累。

2、2021 年上半年企业年报

2021 年上半年营业收入为 7541.04 万元，同比增加 190.49%；净利润为 494.18 万元，同比增加 213.94%；基本每股收益为 0.11 元；加权平均净资产收益率为 8.63%。报告期内，公司商业模式未发生重大变化。

（五）华鼎团膳

1、2020 年企业年报

公司 2020 年度营业收入为 4.42 亿元，同比减少 1.63%；归属上市公司股东的净利润为 3942 万元，同比增加 29.40%；基本每股收益为 0.96 元；加权平均净资产收益率为 23.70%。虽然处于疫情爆发中心，但公司业务收入下滑较小，主要由于得到政府支持，配送疫情餐和拓展社区团购业务，一定程度上减少了疫情影响带来的损失。

2020 年新冠疫情在武汉爆发，公司努力克服供应体系、交通物流、配送对接、人力运力等方面的困难点，创新供应方式，破解痛点、难点，积极参与一线抗疫活动；报告期内，公司荣获“2018-2019 年度武汉市守合同重信用企业”证书、2020 年度中国团餐 TOP100”称号等荣誉。

2、2021 年上半年企业年报

2021 年上半年营业收入为 2.5 亿元，同比增加 24.60%；净利润为 2336.63 万元，同比增加 31.59%；基本每股收益为 0.56 元；加权平均净资产收益率为 11.92%。报告期内，公司商业模式未发生重大变化。期内获得以下荣誉：湖北省团餐行业协会授予公司“2020 年湖北团餐抗击新冠病毒疫情餐饮保供先进单位”称号；中国饭店协会向公司颁发“中国饭店协会团餐专业委员会委员单位”证书；中国饭店协会依据《品质食堂》（T/CHA018-2021）团体标准的相关指标要求，授予公司“2021 年度品质食堂示范单位”证书。

（六）伊秀餐饮

1、2020 年企业年报

2020 年度营业收入为 6823 万元，同比减少 43.23%；期内净亏损 422 万元，较去年净利润下降了 289.08%；每股亏损 0.21 元；加权平均净资产收益率为 -11.03%。公司业绩出现大幅下滑，主要是因为 2020 年新冠疫情导致营业额大幅降低、现金流减少、年末第三平台营业收入减少。疫情也使得公司进行战略调整，关闭了吴江店和七宝万科店两家店面。

报告期内，公司主营业务未发生变化，仍是以日式料理及简餐为主的餐饮连锁企业，主要采用直营连锁及品牌授权经营的商业模式，以店面形式直接向终端消费者提供餐饮服务。公司主要实施“总部连锁、部门支持、店铺复制”的直营连锁模式进行扩张，秉承“大供应商，集中采购”的理念，确保食材质量、有效控制成本；为顺应互联网快速发展的趋势，公司还与大众点评网展开积极合作，推出各类在线支付服务；加强客户关系管理（CRM）的运用，深入挖掘客户价值。

2、2021 年上半年企业年报

2021 年上半年营业收入为 4271.51 万元，同比增加 49.05%；亏损 137.14 万元，亏损规模同比缩小 64.70%；基本每股亏损为 0.07 元；加权平均净资产收益率为 -3.87%。报告期内，公司主营业务未发生变更。

（七）新五心⁸

2020 年企业年报

2020 年度营业收入为 7130 万元，同比增加 5.18%；归属上市公司股东的净利润为 176 万元，同比减少 165.91%；基本每股收益为 0.09 元；加权平均净资产收益率为 8.41%。营业收入稳定上涨，主要是因为疫情期间承接了医院、学校等单位的统一配餐任务，订单量有所增加。

报告期内，公司所处行业和主营业务并未发生变化。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。公司的服务模式主要体现为食堂运营管理，直接面向消费者，提供餐饮服务。公司针对各食堂的运营工作采取多种专业化的流程管理模式，统一公司的产品和服务质量标准。新冠疫情期间，公司积极参与各类抗疫公益活动，主动承担力所能及的社会责任，为协和江南医院、江夏中医院及两支江苏援鄂医疗队的一线抗疫人员和所辖病人配送餐食。

（八）小尾羊

1、2020 年企业年报

2020 年度营业收入为 2.08 亿元，同比减少 19.85%；公司亏损 2806 万元，较去年净

⁸2021 年新五心公司申请股票停牌，停牌期间公司不再发布年报信息。故本模块内仅展示其 2020 年年报信息。

利润下降了 283.30%；每股亏损为 0.29 元，较去年收益下降了 281.25%；加权平均净资产收益率为 -23.23%。

报告期内，虽然新冠肺炎疫情的爆发给公司造成了重大影响，使公司遭受了巨大损失，但疫情后公司迅速恢复经营，控制损失，下半年收入明显提升。目前公司经营正常，不存在影响公司持续经营能力的情形。2020 年 5 月，公司被评为 2020 年中国品牌日活动云上中国自主品牌博览会内蒙古馆参展品牌；2021 年 3 月，互联网周刊发布的“2020 年度中国餐饮企业 100 强”榜单，小尾羊餐饮排中国餐饮百强第十五位。

2、2021 年上半年企业年报

2021 年上半年营业收入为 1.32 亿元，同比增加 69.74%；亏损 581.26 万元，亏损规模同比缩小 60.70%；基本每股亏损为 0.06 元；加权平均净资产收益率为 -5.76%。报告期内，公司在国内拥有 23 家直营店、海外 6 家直营店、20 家合作店；在海内外拥有 171 家加盟店及 10 家托管加盟店。与上年同期相比，公司的主营业务仍以直营店餐饮服务为主，收入来源项目未发生明显变化，公司商业模式其他方面没有发生重大变化。期内获得由内蒙古自治区餐饮与饭店行业协会颁发的“内蒙古味道·最具影响力餐饮品牌”证书；新开拓“川小官”毛肚自助火锅品牌，适应多元化消费需求。

（九）幸运时间

1、2020 年企业年报

公司 2020 年度营业收入为 1174 万元，同比减少 39.92%；期内净亏损 508 万元，较去年利润额下降了 370.30%；每股亏损为 1.02 元，同比下降 363.64%；加权平均净资产收益率为 -54.81%。公司业绩滑落，主要是因为报告期初受全国新冠疫情影响，公司部分门店闭店未经营；2020 年 6 月疫情二次突发，北京地区成为高风险地区，因公司门店主要经营地都在北京导致企业营收下降。

报告期内，未发生对公司持续经营能力有重大不利影响的事项，公司商业模式无重大变化，主营业务仍为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和提供餐饮服务的小型餐饮企业或个体工商户。公司通过搭建美食广场餐饮服务平台，提供餐饮服务经营场地，引进品牌店商户和档口商户，为广大食客提供餐饮服务。

2、2021 年上半年企业年报

2021 年上半年营业收入为 674.23 万元，同比增加 177.57%；亏损 143.75 万元，亏损规模同比缩小 62.88%；基本每股亏损为 0.29 元；加权平均净资产收益率为 -23.92%。报告期内及报告期后至报告期披露日，公司的商业模式无重大变化，对公司生产经营无不利影响。

（十）小六饮食

1、2020 年企业年报

公司 2020 年度营业收入为 2.82 亿元，同比减少 22.67%；期内净亏损 2182 万元，

较去年利润额下降了 308.58%；每股亏损为 0.91 元，较去年每股收益下降了 240%；加权平均净资产收益率为 -34.5%。公司业绩下降，主要是因为受新冠疫情影响，公司 2-3 月期间大部分门店暂时性停业，以及公司结构化门店调整、关闭部分门店。

报告期内，公司的商业模式未发生重大变化，商业模式未发生重大变化。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。公司在 2020 年取得多项突破和荣誉：全资子公司西安乐鲜取得 7 大食品类别，17 种产品的生产许可资质；因疫情期间主动担当、保障有力，被西安市商务局、西安饭店与餐饮业商会评为“先进单位”；乐鲜工厂产线优化升级改造完成；被西安市商务局评为“陕西小吃品牌示范店”。

2、2021 年上半年企业年报

2021 年上半年营业收入为 1.72 亿元，同比增加 60.99%；净利润为 616.87 万元，同比增加 135.49%；基本每股收益为 0.26 元；加权平均净资产收益率为 11.15%。报告期内及报告期后至报告期披露日，公司的商业模式无重大变化，对公司生产经营无不利影响。期内，公司与陕西师范大学食品工程与营养科学学院联合设立的“杂粮食品研发中心”于 3 月份正式挂牌成立；5 月，公司参加“首届中国餐饮品牌集群大会暨第三届中国餐饮产业品牌年会”，并作为陕西省唯一优秀企业代表加入了“中国餐饮品牌集群”。

(十一) 新丰小吃

1、2020 企业年报

公司 2020 年度营业收入为 1.79 亿元，同比减少 5.71%，归属上市公司股东的净利润为 210 万元，同比减少 77.84%；基本每股收益为 0.42 元，同比减少 77.89%；加权平均净资产收益率为 9.89%。公司营收下降，主要是因为新冠疫情期间餐饮业务受到冲击，及猪肉价格大幅上涨导致成本上升。

报告期内，公司所处行业和主营业务未发生变化，仍是以供应小笼、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。2020 年 2 月初因新冠疫情严重影响致使全部门店停止营业，公司在做好充分的复产复工准备后，于 2 月 17 日开始陆续恢复营业，同时开通饿了么、微信群、电话、口碑支付宝、门店扫码等多种形式的无接触订餐、无接触配送服务，满足疫情防控与顾客健康用餐的需要。公司在 2020 年取得多项突破和荣誉：新开门店 4 家；荣获“2019 杭州吃货榜中榜——特色小吃”、“2019 年度杭州市十大品牌餐饮企业”及“2019-2020 浙江省连锁业·杰出贡献企业”的称号。

2、2021 年上半年企业年报

2021 年上半年营业收入为 9865.65 元，同比增加 30.88%；净利润为 66.39 万元，同比增加 143.05%；基本每股收益为 0.13 元；加权平均净资产收益率为 3.56%。报告期内

及报告期后至报告期披露日，公司的商业模式无重大变化，对公司生产经营无不利影响。期内公司新开三家分店；新丰小吃的明星产品“虾肉小笼”荣登 2020 杭州年度食谱“杭帮本味”的榜单；庆春路分店、复兴南街分店、文一西路分店、东新路分店、秋涛路分店、祥园路分店荣获“2020 年度餐饮食品安全示范店”荣誉称号。

(十二) 紫罗兰⁹

2020 企业年报

公司 2020 年度营业收入为 6316 万元，同比减少 73.66%；期内净亏损 20.8 万元，较去年净利润额下降了 122.2%；每股亏损为 0.02 元，较去年每股收益下降了 125%；加权平均净资产收益率为 -1.03%。公司营收下降，主要是因为：2020 年新冠疫情严重影响餐饮行业，尤其紫罗兰是堂食类餐饮，致使营业收入大幅降低；新疆市场进驻很多内地专业团队，对公司的团膳校餐业务产生冲击，加之客户群体对食材要求高，公司在提高专业团膳业务方面投入成本；食材成本、门店房租、人工费用经营成本居高不下。

报告期内，公司的商业模式未发生较大变化，仍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。随着人们消费方式的多元化，公司调整了开拓市场的战略，关闭部分亏损店面，调整现有店面持续维持生产力。

(十三) 望湘园

1、2020 企业年报

公司 2020 年度营业收入为 4.5 亿元，同比减少 41.26%；期内亏损 4393 万元，亏损规模同比扩大 10.13%；每股亏损为 0.73 元，同比扩大 10.12%；加权平均净资产收益率为 -41.50%。公司营收下滑，主要原因是 2020 年疫情导致收入大幅下降及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，公司所处行业和主营业务未发生变化，仍为中式餐饮连锁企业，主要采用直营连锁经营的商业模式，以店面形式直接向终端消费者提供餐饮服务。公司紧随移动互联网趋势，辅以 O2O 销售模式，推出在线支付、网上预定与点餐、线上等位取号、微官网、CRM 会员系统、手机应用 APP、手机点餐等服务，充分整合线上资源；并与信用卡发卡银行、第三方支付平台、团购网站、外送网站、储值消费卡公司、各大商圈等机构开展广泛合作。公司在疫情期间积极履行社会责任，向社会提供餐饮外卖送餐服务，并入选了上海疫情防控配餐保障单位；公司在 2020 年获得多项荣誉，包括：“2020 年度中国餐饮品牌力百强”称号、公司旗下品牌望湘园小雅、沁园春望荣获“热榜品牌”称号。

2、2021 年上半年企业年报

2021 年上半年营业收入为 2.69 亿元，同比增加 54.56%；净利润为 1356.4 万元，同比增加 137.13%；基本每股收益为 0.23 元；加权平均净资产收益率为 15.13%。报告期内

⁹ 截止到本报告撰写完成时，紫罗兰公司尚未发布 2021 年上半年年报。

及报告期后至报告期披露日，公司的商业模式无重大变化，对公司生产经营无不利影响。2021年3月17-18日望湘园品牌代表参加餐饮老板内参·第六届中国餐饮创新大会，喜获2020中国餐饮创新奖TOP100·产品创新奖；集团旗下醉东品牌获2021大众点评“必吃榜”上榜餐厅称号。

（十四）蓝鼎餐饮

1、2020年企业年报

公司2020年度营业收入为6887万元，同比增加11.27%，归属上市公司股东的净利润为39.3万元，同比减少49.53%；基本每股收益为0.07元，同比减少49.53%；加权平均净资产收益率为3.74%。公司营业收入增加，主要是因为营业收入增加是因为有新客户汇入；净利润下降主要由于猪肉价格和一线人工成本上涨导致成本增加。

报告期内，公司所处行业和主营业务未发生变化，仍以团膳餐饮服务、食堂托管服务模式为主。公司坚持“以健康安全为本，提供高品质、美味营养的膳食和专业订制的餐饮服务整体解决方案，立志成为企业和团队的餐饮合作伙伴”的宗旨，经过多年的经营与成长，已在苏州具有一定的品牌效应和影响力，主要客户围绕制造型企业、商场、写字楼等机构。公司在2020年荣获“新餐饮新思变荣获50强”以及“中国最具成长性新锐团餐企业TOP10”的称号。

2、2021年上半年企业年报

2021年上半年营业收入为4222.38万元，同比增加31.44%；净利润为18.19万元，同比增加274.60%；基本每股收益为0.03元；加权平均净资产收益率为1.74%。报告期内公司的商业模式无重大变化。2021年5月，公司法人在苏州市餐饮商会五届一次会员代表大会上当选理事；6月，公司向苏州市红十字会“诚善助学”计划项目捐款。

第四篇 2021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业者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，是反映餐饮业者总体信心程度及其变动的指标。与餐饮企业家信心指数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，本报告所提供的餐饮企业家信心指数的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。

报告具体指标包括：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、餐饮行业盈利状况和投资意愿这六个分指数。其中，宏观经济环境、餐饮服务业融资环境、餐饮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，本信心指数分析报告分立三级指标。第一级指标是餐饮行业总体乐观情况，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六个分指数。具体指标体系详见表 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
	内部环境信心	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 0-200 之间，其中 0 表示非常悲观、最没有信心；200 表示非常乐观、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、悲观的；而等于 100 则表示餐饮企业家对行业抱持中立的态度。

信心指数计算遵循以下步骤与方法：

- 1、通过加权平均算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：评价项目总体指数 = 0.4x 现状信心指数 + 0.6x 未来信心指数（即现状指数占 40%，未来指数占 60%）。
- 3、结合三级评价指标项目总体指数得分，和三级指标与一级指标相关系数所得权重，

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指数。

4、根据评价项目总体指数公式，计算一级指标的总指数分值。

5、三级指标和一级指标的细分指数分数据均来自于调研问卷，二级指标数据为推算得出。

二、数据收集情况

本次调研以问卷调查的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回收数据，调查期限为 2021 年 4 月 15 日 - 2021 年 6 月 15 日。本次调查共访问 116 位餐饮企业中高层管理者，具有餐饮企业家身份话语权。从业态上看，本次调查覆盖中式正餐、火锅、西餐休闲、日料、团餐、快餐等多元业态和单一业态企业；从所有制上看，覆盖国有企业、外资企业和民营企业；从地域上看，覆盖北京、上海、广东、黑龙江、浙江、重庆等 26 个省市和自治区的企业。因此数据在一定程度上具有餐饮行业广泛性和代表性。

三、信心指数整体分析

总体来说，调研企业对于整个餐饮行业持乐观态度，且较上年数据还有所提高：一级指标总体得分为 158.4，较去年提高 4.6 分；一级指标现状信心指数和未来信心指数均提高了 7.8 分和 2.5 分。

然而，当涉及到具体的指标项目时，指标分数却不及往年表现：今年的二级指标各项指数均不及上年，且都没有超过 150 分；今年的三级指标中，“企业经营成本”和“企业盈利情况”更是出现了众多 130 分段的数值，其中“企业经营成本”这一项的所有指标分数更是没有突破 140 分。其他二级和三级指标数值较往年数据相比没有明显提升，或是出现了下滑。

出现这种“矛盾”的心理可能为：随着疫情防控形势总体平稳，经济环境继续改善，国家出台一系列刺激消费、扩大内需的政策，消费者的消费意愿和能力都在不断回升，餐饮行业或将大规模复苏和反弹，因此总体上来看，调研企业对于未来半年到一年的餐饮行业发展持乐观态度；但同时，调研企业还在经受着食材、房租等方面的成本压力；用工成本也不断增加，且“用工荒”的情况仍在加剧；企业的盈利能力还将受到严峻考验。因此才出现了“总体情况乐观，但细分情况一般”的心理状态。

表 4.2 一级指标指数分值 (N=116)

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 2021	158.4	160.4	157.1
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

表 4.3 二级指标指数分值 (N=116)

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-2021	148.0	146.3	149.1
外部环境信心-2020	160.1	158.7	161.6
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
企业内部信心-2021	143.2	142.7	143.6
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

表 4.4 三级指标指数分值 (N=116)

二级指标	三级指标	现状	未来	综合	影响权重
外部环境信心 2021	宏观经济环境	148.0	145.7	146.6	9.92%
	餐饮服务业融资环境	140.0	147.7	144.6	9.79%
	餐饮服务业政策环境	144.3	152.8	149.4	10.11%
企业内部信心 2021	企业经营成本	134.5	135.8	135.3	15.75%
	企业盈利情况	138.5	143.2	141.3	16.45%
	企业投资意愿	155.2	151.7	153.1	17.83%

附件

中华人民共和国反食品浪费法

(2021年4月29日第十三届全国人民代表大会常务委员会第二十八次会议通过)

第一条 为了防止食品浪费,保障国家粮食安全,弘扬中华民族传统美德,践行社会主义核心价值观,节约资源,保护环境,

促进经济社会可持续发展,根据宪法,制定本法。

第二条 本法所称食品,是指《中华人民共和国食品安全法》规定的食品,包括各种供人食用或者饮用的食物。

本法所称食品浪费,是指对可安全食用或者饮用的食品未能按照其功能目的合理利用,包括废弃、因不合理利用导致食品数量减少或者质量下降等。

第三条 国家厉行节约,反对浪费。

国家坚持多措并举、精准施策、科学管理、社会共治的原则,采取技术上可行、经济上合理的措施防止和减少食品浪费。

国家倡导文明、健康、节约资源、保护环境的消费方式,提倡简约适度、绿色低碳的生活方式。

第四条 各级人民政府应当加强对反食品浪费工作的领导,确定反食品浪费目标任务,建立健全反食品浪费工作机制,组织对食品浪费情况进行监测、调查、分析和评估,加强监督管理,推进反食品浪费工作。

县级以上地方人民政府应当每年向社会公布反食品浪费情况,提出加强反食品浪费措施,持续推动全社会反食品浪费。

第五条 国务院发展改革部门应当加强对全国反食品浪费工作的组织协调;会同国务院有关部门每年分析评估食品浪费情况,整体部署反食品浪费工作,提出相关工作措施和意见,由各有关部门落实。

国务院商务主管部门应当加强对餐饮行业的管理,建立健全行业标准、服务规范;会同国务院市场监督管理部门等建立餐饮行业反食品浪费制度规范,采取措施鼓励餐饮服务经营者提供分餐服务、向社会公开其反食品浪费情况。

国务院市场监督管理部门应当加强对食品生产经营者反食品浪费情况的监督,督促食品生产经营者落实反食品浪费措施。

国家粮食和物资储备部门应当加强粮食仓储流通过程中的节粮减损管理,会同国务院有关部门组织实施粮食储存、运输、加工标准。

国务院有关部门依照本法和国务院规定的职责,采取措施开展反食品浪费工作。

第六条 机关、人民团体、国有企业事业单位应当按照国家有关规定,细化完善公务接待、会议、培训等公务活动用餐规范,加强管理,带头厉行节约,反对浪费。

公务活动需要安排用餐的，应当根据实际情况，节俭安排用餐数量、形式，不得超过规定的标准。

第七条 餐饮服务经营者应当采取下列措施，防止食品浪费：

（一）建立健全食品采购、储存、加工管理制度，加强服务人员职业培训，将珍惜粮食、反对浪费纳入培训内容；

（二）主动对消费者进行防止食品浪费提示提醒，在醒目位置张贴或者摆放反食品浪费标识，或者由服务人员提示说明，引导消费者按需适量点餐；

（三）提升餐饮供给质量，按照标准规范制作食品，合理确定数量、分量，提供小份餐等不同规格选择；

（四）提供团体用餐服务的，应当将防止食品浪费理念纳入菜单设计，按照用餐人数合理配置菜品、主食；

（五）提供自助餐服务的，应当主动告知消费规则和防止食品浪费要求，提供不同规格餐具，提醒消费者适量取餐。

餐饮服务经营者不得诱导、误导消费者超量点餐。

餐饮服务经营者可以通过在菜单上标注食品分量、规格、建议消费人数等方式充实菜单信息，为消费者提供点餐提示，根据消费者需要提供公勺公筷和打包服务。

餐饮服务经营者可以对参与“光盘行动”的消费者给予奖励；也可以对造成明显浪费的消费者收取处理厨余垃圾的相应费用，收费标准应当明示。

餐饮服务经营者可以运用信息化手段分析用餐需求，通过建设中央厨房、配送中心等措施，对食品采购、运输、储存、加工等进行科学管理。

第八条 设有食堂的单位应当建立健全食堂用餐管理制度，制定、实施防止食品浪费措施，加强宣传教育，增强反食品浪费意识。

单位食堂应当加强食品采购、储存、加工动态管理，根据用餐人数采购、做餐、配餐，提高原材料利用率和烹饪水平，按照健康、经济、规范的原则提供饮食，注重饮食平衡。

单位食堂应当改进供餐方式，在醒目位置张贴或者摆放反食品浪费标识，引导用餐人员适量点餐、取餐；对有浪费行为的，应当及时予以提醒、纠正。

第九条 学校应当对用餐人员数量、结构进行监测、分析和评估，加强学校食堂餐饮服务管理；选择校外供餐单位的，应当建立健全引进和退出机制，择优选择。

学校食堂、校外供餐单位应当加强精细化管理，按需供餐，改进供餐方式，科学营养配餐，丰富不同规格配餐和口味选择，定期听取用餐人员意见，保证菜品、主食质量。

第十条 餐饮外卖平台应当以显著方式提示消费者适量点餐。餐饮服务经营者通过餐饮外卖平台提供服务的，应当在平台页面上向消费者提供食品分量、规格或者建议消费人数等信息。

第十一条 旅游经营者应当引导旅游者文明、健康用餐。旅行社及导游应当合理安排团队用餐，提醒旅游者适量点餐、取餐。有关行业应当将旅游经营者反食品浪费工作情况

纳入相关质量标准等级评定指标。

第十二条 超市、商场等食品经营者应当对其经营食品加强日常检查，对临近保质期的食品分类管理，作特别标示或者集中陈列出售。

第十三条 各级人民政府及其有关部门应当采取措施，反对铺张浪费，鼓励和推动文明、节俭举办活动，形成浪费可耻、节约为荣的氛围。

婚丧嫁娶、朋友和家庭聚会、商务活动等需要用餐的，组织者、参加者应当适度备餐、点餐，文明、健康用餐。

第十四条 个人应当树立文明、健康、理性、绿色的消费理念，外出就餐时根据个人健康状况、饮食习惯和用餐需求合理点餐、取餐。

家庭及成员在家庭生活中，应当培养形成科学健康、物尽其用、防止浪费的良好习惯，按照日常生活实际需要采购、储存和制作食品。

第十五条 国家完善粮食和其他食用农产品的生产、储存、运输、加工标准，推广使用新技术、新工艺、新设备，引导适度加工和综合利用，降低损耗。

食品生产经营者应当采取措施，改善食品储存、运输、加工条件，防止食品变质，降低储存、运输中的损耗；提高食品加工利用率，避免过度加工和过量使用原材料。

第十六条 制定和修改有关国家标准、行业标准和地方标准，应当将防止食品浪费作为重要考虑因素，在保证食品安全的前提下，最大程度防止浪费。

食品保质期应当科学合理设置，显著标注，容易辨识。

第十七条 各级人民政府及其有关部门应当建立反食品浪费监督检查机制，对发现的食品浪费问题及时督促整改。

食品生产经营者在食品生产经营过程中严重浪费食品的，县级以上地方人民政府市场监督管理、商务等部门可以对其法定代表人或者主要负责人进行约谈。被约谈的食品生产经营者应当立即整改。

第十八条 机关事务管理部门会同有关部门建立机关食堂反食品浪费工作成效评估和通报制度，将反食品浪费纳入公共机构节约能源资源考核和节约型机关创建活动内容。

第十九条 食品、餐饮行业协会等应当加强行业自律，依法制定、实施反食品浪费等相关团体标准和行业自律规范，宣传、普及防止食品浪费知识，推广先进典型，引导会员自觉开展反食品浪费活动，对有浪费行为的会员采取必要的自律措施。

食品、餐饮行业协会等应当开展食品浪费监测，加强分析评估，每年向社会公布有关反食品浪费情况及监测评估结果，为国家机关制定法律、法规、政策、标准和开展有关问题研究提供支持，接受社会监督。

消费者协会和其他消费者组织应当对消费者加强饮食消费教育，引导形成自觉抵制浪费的消费习惯。

第二十条 机关、人民团体、社会组织、企业事业单位和基层群众性自治组织应当将厉行节约、反对浪费作为群众性精神文明创建活动内容，纳入相关创建测评体系和各地市

民公约、村规民约、行业规范等,加强反食品浪费宣传和科学普及,推动开展“光盘行动”,倡导文明、健康、科学的饮食文化,增强公众反食品浪费意识。

县级以上人民政府及其有关部门应当持续组织开展反食品浪费宣传教育,并将反食品浪费作为全国粮食安全宣传周的重要内容。

第二十一条 教育行政部门应当指导、督促学校加强反食品浪费教育和管理。

学校应当按照规定开展国情教育,将厉行节约、反对浪费纳入教育教学内容,通过学习实践、体验劳动等形式,开展反食品浪费专题教育活动,培养学生形成勤俭节约、珍惜粮食的习惯。

学校应当建立防止食品浪费的监督检查机制,制定、实施相应的奖惩措施。

第二十二条 新闻媒体应当开展反食品浪费法律、法规以及相关标准和知识的公益宣传,报道先进典型,曝光浪费现象,引导公众树立正确饮食消费观念,对食品浪费行为进行舆论监督。有关反食品浪费的宣传报道应当真实、公正。

禁止制作、发布、传播宣扬量大多吃、暴饮暴食等浪费食品的节目或者音视频信息。

网络音视频服务提供者发现用户有违反前款规定行为的,应当立即停止传输相关信息;情节严重的,应当停止提供信息服务。

第二十三条 县级以上地方人民政府民政、市场监督管理部门等建立捐赠需求对接机制,引导食品生产经营者等在保证食品安全的前提下向有关社会组织、福利机构、救助机构等组织或者个人捐赠食品。有关组织根据需要,及时接收、分发食品。

国家鼓励社会力量参与食品捐赠活动。网络信息服务提供者可以搭建平台,为食品捐赠等服务。

第二十四条 产生厨余垃圾的单位、家庭和个人应当依法履行厨余垃圾源头减量义务。

第二十五条 国家组织开展营养状况监测、营养知识普及,引导公民形成科学的饮食习惯,减少不健康饮食引起的疾病风险。

第二十六条 县级以上人民政府应当采取措施,对防止食品浪费的科学研究、技术开发等活动予以支持。

政府采购有关商品和服务,应当有利于防止食品浪费。

国家实行有利于防止食品浪费的税收政策。

第二十七条 任何单位和个人发现食品生产经营者等有食品浪费行为的,有权向有关部门和机关举报。接到举报的部门和机关应当及时依法处理。

第二十八条 违反本法规定,餐饮服务经营者未主动对消费者进行防止食品浪费提示提醒的,由县级以上地方人民政府市场监督管理部门或者县级以上地方人民政府指定的部门责令改正,给予警告。

违反本法规定,餐饮服务经营者诱导、误导消费者超量点餐造成明显浪费的,由县级以上地方人民政府市场监督管理部门或者县级以上地方人民政府指定的部门责令改正,给予警告;拒不改正的,处一千元以上一万元以下罚款。

违反本法规定,食品生产经营者在食品生产经营过程中造成严重食品浪费的,由县级以上地方人民政府市场监督管理部门或者县级以上地方人民政府指定的部门责令改正,拒不改正的,处五千元以上五万元以下罚款。

第二十九条 违反本法规定,设有食堂的单位未制定或者未实施防止食品浪费措施的,由县级以上地方人民政府指定的部门责令改正,给予警告。

第三十条 违反本法规定,广播电台、电视台、网络音视频服务提供者制作、发布、传播宣扬量大多吃、暴饮暴食等浪费食品的节目或者音视频信息的,由广播电视、网信等部门按照各自职责责令改正,给予警告;拒不改正或者情节严重的,处一万元以上十万元以下罚款,并可以责令暂停相关业务、停业整顿,对直接负责的主管人员和其他直接责任人员依法追究法律责任。

第三十一条 省、自治区、直辖市或者设区的市、自治州根据具体情况和实际需要,制定本地方反食品浪费的具体办法。

第三十二条 本法自公布之日起施行。

国务院印发关于上海市浦东新区开展“一业一证”改革试点大幅降低行业准入成本总体方案的批复 住宿餐饮业内容摘编

国函〔2020〕155号

2020年11月14日,经李克强总理签批,国务院日前印发《关于上海市浦东新区开展“一业一证”改革试点大幅降低行业准入成本总体方案的批复》(以下简称《批复》),同意在上海市浦东新区开展“一业一证”改革试点,其中包括饭店、小餐饮、宾馆、限制现售食品共31个行业,试点期为自批复之日起至2022年底。

《批复》指出,要坚持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、五中全会精神,深入贯彻落实习近平总书记关于支持浦东在改革系统集成协同高效方面先行先试、积极探索、创造经验的重要指示精神,落实国务院关于深化“放管服”改革、优化营商环境的部署要求,将市场主体进入特定行业经营涉及的多张许可证整合为一张行业综合许可证,实现“一证准营”,大幅降低行业准入成本,打造国际一流的营商环境,为在全国范围持续深化“证照分离”改革、更好克服“准入不准营”现象积累一批可复制可推广的经验。

《批复》提出,聚焦市场准入多头审批、市场主体关注度高的行业,建立行业综合许可制度。对试点行业确定行业管理的牵头部门和协同部门,实现“一帽牵头”。全覆盖梳理各行业审批事项,为市场主体提供准确便利的办事导航服务,大幅降低对市场准入制度的学习成本,实现“一键导航”。对同一行业的全部准入条件进行标准化集成,实现“一单告知”。将多张申请表归并为一张申请表,实现“一表申请”。统一受理申请,各部门并联审批,实现“一标核准”。将多张许可证整合为一张行业综合许可证,明确在全国范围有效,实现“一证准营”。首批选择饭店、小餐饮、宾馆、限制现售食品等31个行业纳入“一业一证”改革试点,配套将国务院部门负责实施的25项行政许可等事项委托上海市浦东新区承担受理和发证工作。

《批复》强调,强化改革系统集成和协同配套,深化告知承诺制改革,开发应用网上申办系统,探索智能审批模式,建立行业综合许可“好差评”机制。配套建立职责明确、分工协作、多元共治的行业综合监管制度,理顺监管职责,强化信息共享,加强监管协作,打造智慧监管模式,实行动态监管、风险监管、信用监管、分类监管,有效防范行业重大风险。

《批复》要求,上海市要加强对改革试点实施的组织领导,在大幅降低行业准入成本的同时守牢风险防范底线,实现审批更精简、监管更有效、服务更优质。国务院有关部门要按照职责分工,积极支持上海市浦东新区开展“一业一证”改革试点,充分发挥改革开放试验田作用。国务院办公厅、司法部要会同有关部门加强指导协调,及时总结推广实践证明行之有效的经验做法。

国务院办公厅关于服务“六稳”“六保”进一步做好“放管服”改革有关工作的意见

国办发〔2021〕10号

各省、自治区、直辖市人民政府,国务院各部委、各直属机构:

深化“放管服”改革,打造市场化法治化国际化营商环境,是做好“六稳”工作、落实“六保”任务的重要抓手。近年来,“放管服”改革深入推进,有效激发了市场主体活力和社会创造力,但仍存在一些企业和群众关注度高、反映强烈的突出问题亟待解决。为进一步深化“放管服”改革,切实做好“六稳”、“六保”工作,推动高质量发展,经国务院同意,现提出以下意见。

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、五中全会精神,认真落实党中央、国务院决策部署,立足新发展阶段、贯彻新发展理念、构建新发展格局,围绕“六稳”、“六保”,加快转变政府职能,深化“放管服”改革,促进要素资源高效配置,切实维护公平竞争,建设国际一流营商环境,推进政府治理体系和治理能力现代化,推动经济社会持续健康发展。

(二)基本原则。坚持目标导向、综合施策。围绕稳定和扩大就业、培育市场主体、扩大有效投资、促进消费、稳外贸稳外资、保障基本民生等重点领域,以务实管用的政策和改革举措,增强企业和群众获得感。

坚持问题导向、务求实效。聚焦企业和群众办事创业的难点堵点继续“啃硬骨头”,坚持放管结合、并重,着力清理对市场主体的不合理限制,实施更加有效监管,持续优化政务服务,不断提高改革含金量。

坚持系统集成、协同推进。坚持系统观念,加强各领域“放管服”改革有机衔接、统筹推进,促进中央和地方上下联动,强化部门之间协作配合,立足全生命周期、全产业链条推进改革,完善配套政策,放大综合效应,增强发展内生动力。

二、进一步推动优化就业环境

(三)推动降低就业门槛。进一步梳理压减准入类职业资格数量,取消乡村兽医、勘察注册石油天然气工程师等职业资格,推进社会化职业技能等级认定,持续动态优化国家职业资格目录。合理降低或取消部分准入类资格考试工作年限要求。进一步规范小微电商准入,科学界定《中华人民共和国电子商务法》中“便民劳务活动”、“零星小额交易活动”标准。(人力资源社会保障部、住房城乡建设部、农业农村部、市场监管总局等国务院相关部门及各地区按职责分工负责)

(四)支持提升职业技能。建立职业技能培训补贴标准动态调整机制,科学合理确定

培训补贴标准。拓宽职业技能培训资金使用范围。延长以工代训政策实施期限，简化企业申请以工代训补贴材料。加强对家政、养老等行业从业人员职业技能培训，全面提升就业能力。创新开展“行校合作”，鼓励行业协会、跨企业培训中心等组织中小微企业开展学徒制培训，鼓励各地区探索开展项目制培训等多种形式培训。采取优化审批服务、探索实行告知承诺制等方式，便利各类职业培训机构设立。（人力资源社会保障部、民政部、财政部等国务院相关部门及各地区按职责分工负责）

（五）支持和规范新就业形态发展。着力推动消除制约新产业新业态发展的隐性壁垒，不断拓宽就业领域和渠道。加强对平台企业的监管和引导，促进公平有序竞争，推动平台企业依法依规完善服务协议和交易规则，合理确定收费标准，改进管理服务，支持新就业形态健康发展。落实和完善财税、金融等支持政策，发挥双创示范基地带动作用，支持高校毕业生、退役军人、返乡农民工等重点群体创业就业。完善适应灵活就业人员的社保政策措施，推动放开在就业地参加社会保险的户籍限制，加快推进职业伤害保障试点，扩大工伤保险覆盖面，维护灵活就业人员合法权益。（国家发展改革委、教育部、财政部、人力资源社会保障部、农业农村部、退役军人部、人民银行、税务总局、市场监管总局、国家医保局、银保监会等国务院相关部门及各地区按职责分工负责）

三、进一步推动减轻市场主体负担

（六）健全惠企服务机制。推广财政资金直达机制的有效做法，研究将具备条件的惠企资金纳入直达机制。优化国库退税审核程序，逐步实现智能化、自动化处理。推动实现非税收入全领域“跨省通缴”。精简享受税费优惠政策的办理流程 and 手续，持续扩大“自行判别、自行申报、事后监管”范围。整合财产和行为税10种纳税申报表，整合增值税、消费税及城市维护建设税等附加税费申报表。大力发展市场化征信机构，建设和完善“信易贷”平台，推动水电气、纳税、社保等信用信息归集共享，依托大数据等现代信息技术为企业精准“画像”、有效增信，提升金融、社保等惠企政策覆盖度、精准性和有效性。持续规范水电气暖等行业收费，确保政策红利传导到终端用户。推动企业建立健全合规经营制度，依法查处垄断行为，严厉打击价格串通、哄抬价格等价格违法行为。（国家发展改革委、财政部、人力资源社会保障部、国家医保局、人民银行、税务总局、市场监管总局、银保监会等国务院相关部门及各地区按职责分工负责）

（七）规范提升中介服务。从严查处行政机关为特定中介机构垄断服务设定隐性壁垒或将自身应承担的行政审批中介服务费用转嫁给企业承担等违规行为。严格规范国务院部门和地方政府设定的中介服务事项。依法降低中介服务准入门槛，破除行业壁垒，打破地方保护，引入竞争机制，促进提升中介服务质量，建立合理定价机制。加强对中介机构的监管，推动中介机构公开服务条件、流程、时限和收费标准，坚决查处乱收费、变相涨价等行为。（国务院办公厅、市场监管总局、国家发展改革委等国务院相关部门及各地区按职责分工负责）

（八）规范改进认证服务。推动认证机构转企改制、与政府部门脱钩，提高市场开放

度，促进公平有序竞争。加强对认证机构的监管，督促认证机构公开收费标准，及时公布认证信息，提高服务质量。清理规范涉及认证的评价制度，推动向国家统一的认证制度转变。健全政府、行业、社会等多层面的认证采信机制，推动认证结果在不同部门、层级和地区间互认通用。（市场监管总局等国务院相关部门及各地区按职责分工负责）

（九）优化涉企审批服务。分行业分领域清理规范行政审批前置条件和审批标准，明确行政备案材料、程序，依托全国一体化政务服务平台，推动更多涉企事项网上办理，简化优化商事服务流程，大力推进减环节、减材料、减时限、减费用，降低制度性交易成本。精简优化涉及电子电器产品的管理措施，探索推行企业自检自证和产品系族管理。加快商标专利注册申请全流程电子化，分类压减商标异议、变更、转让、续展周期和专利授权公告周期，建立健全重大不良影响商标快速驳回机制，严厉打击商标恶意注册、非正常专利申请等行为。（国务院办公厅、工业和信息化部、市场监管总局、国家知识产权局等国务院相关部门及各地区按职责分工负责）

四、进一步推动扩大有效投资

（十）持续提高投资审批效率。进一步深化投资审批制度改革，简化、整合投资项目报建手续，推进实施企业投资项目承诺制，优化交通、水利、能源等领域重大投资项目审批流程。鼓励各地区推进“标准地”出让改革，科学构建“标准地”出让指标体系，简化优化工业项目供地流程，压缩供地时间，降低投资项目运行成本。推动投资项目在线审批监管平台和各相关审批系统互联互通和数据共享，避免企业重复填报、部门重复核验。（国家发展改革委、自然资源部、住房城乡建设部、交通运输部、水利部、国家能源局等国务院相关部门及各地区按职责分工负责）

（十一）优化工程建设项目审批。持续深化工程建设项目审批制度改革，完善全国统一的工程建设项目审批和管理体系。进一步精简整合工程建设项目全流程涉及的行政许可、技术审查、中介服务、市政公用服务等事项。支持各地区结合实际提高工程建设项目建筑工程施工许可证办理限额，对简易低风险工程建设项目实行“清单制+告知承诺制”审批。研究制定工程建设项目全过程审批管理制度性文件，建立健全工程建设项目审批监督管理机制，加强全过程审批行为和时间管理，规范预先审查、施工图审查等环节，防止体外循环。（住房城乡建设部、国家发展改革委等国务院相关部门及各地区按职责分工负责）

五、进一步推动激发消费潜力

（十二）清除消费隐性壁垒。着力打破行业垄断和地方保护，打通经济循环堵点，推动形成高效规范、公平竞争的国内统一市场。有序取消一些行政性限制消费购买的规定，释放消费潜力。加快修订《二手车流通管理办法》，推动各地区彻底清理违规设置的二手车迁入限制，放宽二手车经营条件。规范报废机动车回收拆解企业资质认定，支持具备条件的企业进入回收拆解市场，依法查处非法拆解行为。鼓励各地区适当放宽旅游民宿市场准入，推进实施旅游民宿行业标准。制定跨地区巡回演出审批程序指南，优化审批流程，

为演出经营单位跨地区开展业务提供便利。(国家发展改革委、公安部、生态环境部、商务部、文化和旅游部等国务院相关部门及各地区按职责分工负责)

(十三) 便利新产品市场准入。针对市场急需、消费需求大的新技术新产品, 优先适用国家标准制定快速程序, 简化标准制修订流程, 缩短发布周期。在相关国家标准出台前, 鼓励先由社会团体制定发布满足市场和创新需要的团体标准, 鼓励企业制定有竞争力的企业标准并自我声明公开, 推动新技术新产品快速进入市场。加快统一出口商品和内贸商品在工艺流程、流通规则等方面的规定, 推进内外贸产品“同线同标同质”, 破除制约出口商品转内销的系统性障碍。继续扩大跨境电商零售进口试点城市范围, 调整扩大跨境电商零售进口商品清单。(市场监管总局、商务部、海关总署、财政部等国务院相关部门及各地区按职责分工负责)

六、进一步推动稳外贸稳外资

(十四) 持续优化外商投资环境。完善外商投资准入前国民待遇加负面清单管理制度, 确保外资企业平等享受各项支持政策。支持外资企业更好参与国家和行业标准制定。优化外商投资信息报告制度, 完善企业登记系统和企业信用信息公示系统功能, 加强填报指导, 减轻企业报送负担。(国家发展改革委、商务部、市场监管总局等国务院相关部门及各地区按职责分工负责)

(十五) 持续推进通关便利化。推动国际贸易“单一窗口”同港口、铁路、民航等信息平台及银行、保险等机构对接。优化海关风险布控规则, 推广科学随机布控, 提高人工分析布控精准度, 降低守法合规企业和低风险商品查验率。深入推进进出口商品检验监管模式改革, 积极推进第三方检验结果采信制度化建设。鼓励理货、拖轮、委托检验等经营主体进入市场, 促进公平竞争。(海关总署、交通运输部、银保监会、国家铁路局、中国民航局等国务院相关部门及各地区按职责分工负责)

(十六) 清理规范口岸收费。加快修订《港口收费计费办法》, 进一步完善港口收费政策, 减并港口收费项目。定向降低沿海港口引航费标准, 进一步扩大船方自主决定是否使用拖轮的船舶范围。完善洗修箱服务规则, 清理规范港外堆场洗修箱费、铁路运输关门费等收费。实行口岸收费项目目录清单制度, 做到清单外无收费。对政府依成本定价的收费项目, 开展成本监审或成本调查, 及时调整收费标准; 对实行市场调节价的收费项目及对应的收费主体, 开展典型成本调查, 为合理规范收费提供依据。(国家发展改革委、财政部、交通运输部、国务院国资委、海关总署、市场监管总局等国务院相关部门及各地区按职责分工负责)

七、进一步推动优化民生服务

(十七) 创新养老和医疗服务供给。推进公办养老机构公建民营改革, 引入社会资本和专业管理服务机构, 盘活闲置床位资源, 在满足失能、半失能特困人员集中供养基础上, 向其他失能、失智、高龄老年人开放。推动取消诊所设置审批, 推动诊所执业登记由审批

改为备案。推动取消职业卫生技术服务机构资质等级划分, 便利市场准入。在确保电子处方来源真实可靠的前提下, 允许网络销售除国家实行特殊管理的药品以外的处方药。(民政部、国家卫生健康委、国家药监局等国务院相关部门及各地区按职责分工负责)

(十八) 提高社会救助精准性。支持各地区推动民政、人力资源社会保障、残联、医保、乡村振兴等部门和单位相关数据共享, 运用大数据等现代信息技术建立困难群众主动发现机制和动态调整机制, 优化服务流程, 缩短办理时限, 实现民生保障领域问题早发现、早干预, 确保符合条件的困难群众及时得到救助, 防止产生违规冒领和设租寻租等问题。(民政部、人力资源社会保障部、国家医保局、国家乡村振兴局、中国残联等相关部门和单位及各地区按职责分工负责)

(十九) 提升便民服务水平。建立健全政务数据共享协调机制, 加强信息共享和证明互认, 通过完善信用监管、全面推行告知承诺制等方式, 推动减少各类证明事项。实施证明事项清单管理制度, 清单之外不得向企业和群众索要证明。确需提供证明的, 应告知证明事项名称、用途、依据、索要单位、开具单位等信息。围绕保障改善民生, 推动更多服务事项“跨省通办”。坚持传统服务方式与智能化服务创新并行, 切实解决老年人等特殊群体在运用智能技术方面遇到的突出困难。(国务院办公厅、司法部等国务院相关部门及各地区按职责分工负责)

八、进一步加强事中事后监管

(二十) 加强取消和下放事项监管。坚持放管结合、并重, 把有效监管作为简政放权的必要保障, 推动政府管理从事前审批更多转向事中事后监管, 对取消和下放的行政许可事项, 由主管部门会同相关部门逐项制定事中事后监管措施, 明确监管层级、监管部门、监管方式, 完善监管规则和标准。进一步梳理监管部门监管职责, 强化与地方监管执法的衔接, 建立相互协作、齐抓共管的高效监管机制, 确保责任清晰、监管到位。(国务院办公厅牵头, 国务院相关部门及各地区按职责分工负责)

(二十一) 提升事中事后监管效能。各地区各部门要完善“双随机、一公开”监管、信用监管、“互联网+监管”等方式, 实施更加精准更加有效的监管。梳理职责范围内的重点监管事项, 聚焦管好“一件事”实施综合监管。加强对日常监管事项的风险评估, 实施分级分类监管, 强化高风险环节监管。对涉及人民群众生命健康和公共安全的重要严格监管, 坚决守住安全底线。对新产业新业态实行包容审慎监管, 引导和规范其健康发展。完善全国一体化在线监管平台, 推动监管信息共享, 加快形成统一的监管大数据, 强化监管信息综合运用, 提升监管质量和效率。(国务院办公厅牵头, 国务院相关部门及各地区按职责分工负责)

(二十二) 严格规范行政执法。制定出台进一步规范行政裁量权基准制度的指导意见, 推动各地区各部门明确行政裁量种类、幅度, 规范适用程序, 纠正处罚畸轻畸重等不规范行政执法行为。鼓励各地区依法依规建立柔性执法清单管理制度, 对轻微违法行为, 慎用少用行政强制措施, 防止一关了之、以罚代管。(司法部牵头, 国务院相关部门及各地区

按职责分工负责)

九、保障措施

(二十三) 完善企业和群众评价机制。坚持以企业和群众获得感和满意度作为评判改革成效的标准, 依托全国一体化政务服务平台、中国政府网建立企业和群众评价国家层面改革举措的常态化机制。及时公开评价结果, 强化差评整改, 形成评价、反馈、整改有机衔接的工作闭环, 做到群众参与、社会评判、市场认可。各地区要建立地方层面改革举措社会评价机制。

(二十四) 加强组织实施。各地区各部门要高度重视, 及时研究解决“放管服”改革中出现的新情况、新问题, 切实做到放出活力、管出公平、服出效率。要结合实际情况, 依法依规制定实施方案, 出台具体政策措施, 逐项抓好落实。国务院办公厅要加强督促指导, 确保改革举措落实到位。

国务院办公厅
2021年4月7日

关于支持民营企业加快改革发展与转型升级的实施意见

发改体改〔2020〕1566号

各省、自治区、直辖市人民政府, 新疆生产建设兵团, 国务院有关部门, 全国总工会, 国家开发银行、中国进出口银行、中国农业发展银行、中国国家铁路集团有限公司:

为深入贯彻习近平总书记关于支持民营企业改革发展的重要讲话精神, 认真落实《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》有关要求, 推动相关支持政策加快落地见效, 有效应对新冠肺炎疫情疫情影响, 激发民营企业活力和创造力, 进一步为民营企业发展创造公平竞争环境, 带动扩大就业, 经国务院同意, 现提出以下意见。

一、切实降低企业生产经营成本

(一) 继续推进减税降费。切实落实常态化疫情防控和复工复产各项政策, 简化优惠政策适用程序, 深入开展有针对性的政策宣传辅导, 帮助企业准确掌握和及时享受各项优惠政策。贯彻实施好阶段性减免社会保险费和降低社保费率政策等。对受疫情影响严重的中小企业, 依法核准其延期缴纳税款申请。对小微企业2020年1月1日至2021年12月31日的工会经费, 实行全额退还支持政策。

(二) 进一步降低用能上网成本。落实阶段性降低企业用电价格的支持政策, 持续推进将除高耗能以外的大工业和一般工商业电价全年降低5%。切实加强转供电价格监管, 确保民营企业及时足额享受降价红利。

(三) 深入推进物流降成本。依法规范港口、班轮、铁路、机场等经营服务性收费。建立物流基础设施用地保障机制, 引导各地合理设置投资强度、税收贡献等指标限制, 鼓励通过长期租赁等方式保障物流用地。规范城市配送车辆通行管理, 根据地方实际优化通行管理措施, 鼓励发展夜间配送和共同配送、统一配送等集约化配送模式。

二、强化科技创新支撑

(四) 支持参与国家重大科研攻关项目。鼓励民营企业参与国家产业创新中心、国家制造业创新中心、国家工程研究中心、国家技术创新中心等创新平台建设, 加快推进对民营企业的国家企业技术中心认定工作, 支持民营企业承担国家重大科技战略任务。

(五) 增加普惠型科技创新投入。各地要加大将科技创新资金用于普惠型科技创新的力度, 通过银企合作、政府引导基金、科技和知识产权保险补助、科技信贷和知识产权质押融资风险补偿等方式, 支持民营企业开展科技创新。

(六) 畅通国家科研资源开放渠道。推动国家重大科研基础设施和大型科研仪器进一步向民营企业开放。鼓励民营企业和社会力量组建专业化的科学仪器设备服务机构, 参与国家科研设施与仪器的管理与运营。

(七) 完善知识产权运营服务体系。发展专业化技术交易知识产权运营机构, 培育技

术经理人。规范探索知识产权证券化，推动知识产权融资产品创新。建设国家知识产权公共服务平台，为民营企业和中小企业创新提供知识产权一站式检索、保护和咨询等服务。

（八）促进民营企业数字化转型。实施企业“上云用数赋智”行动和中小企业数字化赋能专项行动，布局一批数字化转型促进中心，集聚一批面向中小企业数字化服务商，开发符合中小企业需求的数字化平台、系统解决方案等，结合行业特点对企业建云、上云、用云提供相应融资支持。实施工业互联网创新发展工程，支持优势企业提高工业互联网应用水平，带动发展网络协同制造、大规模个性化定制等新业态新模式。

三、完善资源要素保障

（九）创新产业用地供给方式。优化土地市场营商环境，保障民营企业依法平等取得政府供应或园区转让的工业用地权利，允许中小民营企业联合参与工业用地招拍挂，可按规定进行宗地分割。鼓励民营企业利用自有工业用地发展新产业新业态并进行研发创新，根据相关规划及有关允许增加容积率的，不增收土地价款等费用。民营企业退出原使用土地的，市、县人民政府应支持依法依约转让土地，并保障其合法土地权益；易地发展的，可以协议出让方式重新安排工业用地。

（十）加大人才支持和培训力度。畅通民营企业专业技术人员职称评审通道，推动社会化评审。增加民营企业享受政府特殊津贴人员比重。适时发布技能人才薪酬分配指引，引导企业建立符合技能人才特点的工资分配制度。加快实施职业技能提升行动，面向包括民营企业职工在内的城乡各类劳动者开展大规模职业技能培训，并按规定落实培训补贴。

（十一）优化资质管理制度。对存量资质、认证认可实施动态调整，优化缩减资质类别，建筑企业资质类别和等级压减三分之一以上。对新能源汽车、商用车等行业新增产能，在符合市场准入要求条件下，公平给予资质、认证认可，不得额外设置前置条件。深化工业产品生产许可证制度改革，除涉及公共安全、经济安全产品以外，不再实行许可证管理，对于保留许可证管理产品，审批权限下放至省级市场监管部门。完善强制性产品认证制度，探索引入“自我符合性声明”方式，优化认证程序。

（十二）破除要素流动的区域分割和地方保护。除法律法规明确规定外，不得要求企业必须在某地登记注册，不得为企业在不同区域间的自由迁移设置障碍。支持地方开展“一照多址”改革，探索简化平台企业分支机构设立手续。逐步统一全国市场主体登记业务规范、数据标准和统一平台服务接口，减少区域间登记注册业务的差异性。完善企业注销网上服务平台，进一步便利纳税人注销程序。对设立后未开展生产经营活动或者无债权债务的市场主体，可以按照简易程序办理注销。

四、着力解决融资难题

（十三）加大对民营企业信贷支持力度。引导商业银行增加制造业民营企业信贷投放，大幅增加制造业中长期贷款，满足民营制造业企业长期融资需求。进一步修改完善金融企业绩效评价办法，强化对小微企业贷款业务评价。鼓励中小银行与开发性、政策性金融机

构加深合作，提升服务民营企业、小微企业质效。

（十四）支持开展信用融资。加大对中小企业融资综合信用服务平台和地方征信平台建设指导力度，推动政府部门、公用事业单位、大型互联网平台向征信机构和信用评级机构开放企业信用信息，鼓励金融机构和征信机构、信用评级机构加强合作，利用大数据等技术手段开发针对民营企业的免抵押免担保信用贷款产品。加大“信易贷”等以信用信息为核心内容的中小微企业融资模式推广力度，依托全国中小企业融资综合信用服务平台、地方征信平台等各类信用信息服务平台，加大信用信息归集力度，更好发挥对小微企业信用贷款的支持作用。用好普惠小微信用贷款支持方案，大幅增加小微企业信用贷款。深入开展“银税互动”，扩大受惠企业范围，推动缓解企业融资难题。

（十五）拓展贷款抵押质押物范围。支持大型企业协助上下游企业开展供应链融资。依法合规发展企业应收账款、存货、仓单、股权、租赁权等权利质押贷款。积极探索将用能权、碳排放权、排污权、合同能源管理未来收益权、特许经营收费权等纳入融资质押担保范围。逐步扩大知识产权质押物范围，对企业专利权、商标专用权和著作权等无形资产进行打包组合融资，推动知识产权质押贷款增量扩面。继续向银行业金融机构延伸不动产登记服务点，加快“互联网+不动产登记”，推进查询不动产登记信息、办理抵押预告登记和抵押登记、发放电子不动产登记证明等全程不见面网上办理。鼓励银行等金融机构根据企业物流、信息流、资金流的评价结果，提升制造业民营企业最高授信额度。

（十六）拓展民营经济直接融资渠道。支持民营企业开展债券融资，进一步增加民营企业债券发行规模。大力发展创业投资，支持民营企业创新发展。支持民营企业在全国中小企业股份转让系统、区域性股权市场挂牌交易和融资。

（十七）创新信贷风险政府担保补偿机制。指导政府性融资担保机构加大对中小微企业的支持力度，适当降低融资担保费率。鼓励各地设立信用贷款、知识产权质押贷款、中小微企业贷款等风险分担机制，简化审核流程，分担违约风险。

（十八）促进及时支付中小企业款项。落实《保障中小企业款项支付条例》，加快建立支付信息披露制度、投诉处理和失信惩戒制度以及监督评价机制。要对恶意拖欠、变相拖欠等行为开展专项督查，通报一批拖欠民营企业账款的典型案例，督促拖欠主体限期清偿拖欠账款。

五、引导扩大转型升级投资

（十九）鼓励产业引导基金加大支持力度。更好发挥国家新兴产业创业投资引导基金、国家中小企业发展基金、国家制造业转型升级基金、先进制造产业投资基金、战略性新兴产业引导基金和国家绿色发展基金等基金以及地方各级政府设立的产业引导基金作用，鼓励各类产业引导基金加大对民营企业的支持力度。发挥国家科技成果转化引导基金作用，支持民营企业推广转化一批重大技术创新成果。

（二十）支持传统产业改造升级。加快推动传统产业技术改造，向智能、安全、绿色、服务、高端方向发展，加强检验检测平台、系统集成服务商等技术改造服务体系建设。推

动机械装备产业高质量发展、石化产业安全绿色高效发展，推进老旧农业机械、工程机械及老旧船舶更新改造。支持危化品企业改造升级，对于仅申报小批量使用危险化学品、不涉及制造和大规模囤积的项目，设立“一企一策”评审通道。

(二十一) 支持民营企业平等参与项目投资。用好中央预算内投资和地方政府专项债券筹集的资金，优化投向结构和投资领域，支持金融机构依法合规提供融资，保障各类市场主体平等参与项目建设运营。对在政府和社会资本合作（PPP）项目中设置针对民营资本差别待遇或歧视性条款的，各级财政部门按照规定不予资金支持。探索按照“揭榜挂帅，立军令状”的公开征集方式组织实施一批重大投资工程。

(二十二) 引导民营企业聚焦主业和核心技术。优化《鼓励外商投资产业目录》和《产业结构调整指导目录》，推动民营企业在产业链、价值链关键业务上重组整合，进一步集聚资源、集中发力，增强核心竞争力。

(二十三) 提升民营企业应急物资供给保障能力。加快发展柔性制造，提升制造业应急保障能力。完善合理的激励政策，引导生产重要应急物资、应急装备的民营企业强化日常供应链管理，增强生产能力储备。积极支持民营节能环保企业参与医疗废弃物处理处置、污水垃圾处理等工程建设。鼓励民营企业加大医疗器械生产制造投资，保障民营企业公平参与公共卫生基础设施建设。

六、巩固提升产业链水平

(二十四) 精准帮扶重点民营企业。对处于产业链关键环节重点民营企业所遇到的问题和困难，实施响应快速、程序简单、规则透明的针对性帮扶。及时研判产业链发展趋势，引导企业将产业链关键环节留在国内。

(二十五) 依托产业园区促进产业集群发展。以园区为载体集聚创新资源和要素，促进国家级新区、高新技术开发区、经济技术开发区、新型工业化产业示范基地等规模扩大、水平提升。在产业转型升级示范区和示范园区的相关项目安排方面，加大对民营企业支持力度。鼓励各地建设中小微企业产业园、小型微型企业创业创新示范基地、标准化厂房及配套设施。

(二十六) 有序引导制造业民营企业产业转移。推动中西部和东北地区积极承接东部地区制造业民营企业转移，支持承接产业转移示范区等重点功能平台建设，为制造业民营企业有序转移创造条件。

(二十七) 提高产业链上下游协同协作水平。国有企业特别是中央企业要发挥龙头带动作用，进一步加强与产业链上下游企业协同，协助解决配套民营企业技术、设备、资金、原辅料等实际困难，带动上下游各类企业共渡难关。支持民营企业参与供应链协同制造，推进建设上下游衔接的开放信息平台。

七、深入挖掘市场需求潜力

(二十八) 进一步放宽民营企业市场准入。加快电网企业剥离装备制造等竞争性业务，

进一步放开设计施工市场，推动油气基础设施向企业公平开放。进一步放开石油、化工、电力、天然气等领域节能环保竞争性业务。制定鼓励民营企业参与铁路发展的政策措施，支持民营企业参与重大铁路项目建设以及铁路客货站场经营开发、快递物流等业务经营。依法支持社会资本进入银行、证券、资产管理、债券市场等金融服务业。推动检验检测机构市场化改革，鼓励社会力量进入检验检测市场。

(二十九) 以高质量供给创造新的市场需求。落实支持出口产品转内销的实施意见，支持适销对路出口商品开拓国内市场。扩大基础设施建设投资主体，规范有序推进 PPP 项目，营造公平竞争的市场环境，带动民营企业参与 5G 网络、数据中心、工业互联网等新型基础设施投资建设运营。

(三十) 实施机器人及智能装备推广计划。扩大机器人及智能装备在医疗、助老助残、康复、配送以及民爆、危险化学品、煤矿、非煤矿山、消防等领域应用。加快高危行业领域“机器化换人、自动化减人”行动实施步伐，加快自动化、智能化装备推广应用及高危企业装备升级换代。加强对民营企业创新型应急技术装备推广应用的支持力度，在各类应急救援场景中，开展无人机、机器人等无人智能装备测试。

(三十一) 支持自主研发产品市场迭代应用。适时修订国家首台（套）重大技术装备推广应用指导目录，优化首台（套）保险覆盖范围，加大对小型关键装备和核心零部件支持力度。支持通过示范试验工程提升国产装备应用水平。

(三十二) 助力开拓国际市场。健全促进对外投资的政策和服务体系，拓展民营企业“走出去”发展空间，支持民营企业平等参与海外项目投标，避免与国内企业恶性竞争。搭建支持民营企业开展第三方市场合作的平台。鼓励行业组织协助企业开拓国际市场。发挥海外中国中小企业中心作用，提供专业化、本地化服务。

八、鼓励引导民营企业改革创新

(三十三) 鼓励有条件的民营企业优化产权结构。鼓励民营企业构建现代企业产权结构，严格区分企业法人财产和企业个人以及家族财产，分离股东所有权和公司法人财产权，明确企业各股东的持股比例。鼓励民营企业推进股权多元化，推动民营企业自然人产权向法人产权制度转变。鼓励有条件的股份制民营企业上市和挂牌交易。

(三十四) 鼓励民营企业参与混合所有制改革。加大国有企业混合所有制改革力度，深入推进重点领域混合所有制改革。鼓励民营企业通过出资入股、收购股权、认购可转债、股权置换等形式参与国有企业改制重组、合资经营和混合所有制改革，促进行业上下游和企业内部生产要素有效整合。

(三十五) 引导民营企业建立规范的法人治理结构。引导企业依据公司法及相关法律法规，形成权责明确、运转协调、有效制衡的决策执行监督体系，健全市场化规范经营机制，建立健全以质量、品牌、安全、环保、财务等为重的企业内部管理制度。积极推动民营企业加强党组织和工会组织、职工代表大会制度建设，强化企业内部监督，增强企业凝聚力。

九、统筹推进政策落实

(三十六) 完善涉企政策服务机制。建立健全企业家参与涉企政策制定机制，鼓励各地建立统一的民营企业政策信息服务平台，畅通企业提出意见建议直通渠道。认真听取民营企业意见和诉求，鼓励各地建立民营企业转型升级问题清单制度，及时协调解决企业反映的问题困难。

(三十七) 加强组织领导和督促落实。发展改革委要会同相关部门统筹做好支持民营企业改革发展与转型升级工作，完善工作机制，加强政策指导、工作协调和督促落实，及时研究解决民营企业发展中遇到的问题。

(三十八) 加强典型推广示范引领。开展民营企业转型升级综合改革试点，支持试点地方先行先试、大胆创新，探索解决民营企业转型升级面临突出问题的有效路径和方式，梳理总结民营企业建立现代企业制度和转型升级的经验成效，复制推广各地支持民营企业改革发展的先进做法。

国家发展改革委
科技部
工业和信息化部
财政部
人力资源社会保障部
人民银行
2020年10月14日

关于支持新业态新模式健康发展 激活消费市场带动扩大就业的意见

发改高技〔2020〕1157号

各省、自治区、直辖市、新疆生产建设兵团有关部门：

党中央、国务院高度重视数字经济发展，先后出台实施“互联网+”行动和大数据战略等一系列重大举措，加快数字产业化、产业数字化发展，推动经济社会数字化转型。在各方面共同努力下，数字经济助推经济发展质量变革、效率变革、动力变革，增强了我国经济创新力和竞争力。特别在抗击新冠肺炎疫情中，数字经济发挥了不可替代的积极作用，成为推动我国经济社会发展的新引擎。为落实《政府工作报告》部署，支持新业态新模式健康发展，激活消费市场带动扩大就业，打造数字经济新优势，提出如下意见。

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、四中全会精神，坚持新发展理念，坚持推动高质量发展，坚持以供给侧结构性改革为主线，深入实施数字经济战略。把支持线上线下融合的新业态新模式作为经济转型和促进改革创新的重要突破口，打破传统惯性思维。从问题出发深化改革、加强制度供给，更有效发挥数字化创新对实体经济提质增效的带动作用，推动“互联网+”和大数据、平台经济等迈向新阶段。以重大项目为抓手创造新的需求，培育新的就业形态，带动多元投资，形成强大国内市场，更好地满足人民群众对美好生活的新期待，推动构建现代化经济体系，实现经济高质量发展。

二、发展原则

——打破惯性思维，创新治理理念。以抗击新冠肺炎疫情期间涌现的线上服务新模式发展为契机，打破传统业态按区域、按行业治理的惯性思维，探索触发式监管机制，建立包容审慎的新业态新模式治理规则。

——加快转型升级，拓展融合深度。深入推进各行业各领域数字化转型，着力提升数字化转型公共服务能力和平台“赋能”水平，推进普惠性“上云用数赋智”服务，增强转型能力供给，促进企业联动转型、跨界合作，培育数字化新生态，提高转型效益。

——激发市场活力，开辟发展空间。营造鼓励就业模式创新的政策氛围，支持大众基于互联网平台开展微创新，探索对创造性劳动给予合理分成，降低创业风险，激活全社会创新创业创富积极性。

——提升要素效率，畅通经济循环。探索生产资料所有权和使用权分离改革，大力推进实物生产资料数字化，促进生产资料共享，促进数据要素流通，引导增值开发应用，激活数字化对实物生产资料倍增作用，提升全要素生产率。

三、积极探索线上服务新模式，激活消费新市场

(一) 大力发展融合化在线教育。构建线上线下教育常态化融合发展机制，形成良性互动格局。允许购买并适当使用符合条件的社会化、市场化优秀在线课程资源，探索纳入部分教育阶段的日常教学体系，并在部分学校先行先试。鼓励加大投入和教师培训力度，试点开展基于线上智能环境的课堂教学、深化普及“三个课堂”应用等。完善在线教育知识产权保护、内容监管、市场准入等制度规范，形成高质量线上教育资源供给。(教育部牵头负责)

(二) 积极发展互联网医疗。以互联网优化就医体验，打造健康消费新生态。进一步加强智慧医院建设，推进线上预约检查检验。探索检查结果、线上处方信息等互认制度，探索建立健全患者主导的医疗数据共享方式和制度。探索完善线上医疗纠纷处理办法。将符合条件的“互联网+”医疗服务费用纳入医保支付范围。规范推广慢性病互联网复诊、远程医疗、互联网健康咨询等模式。支持平台在就医、健康管理、养老养生等领域协同发展，培养健康消费习惯。(国家卫生健康委、医保局按职责分工负责)

(三) 鼓励发展便捷化线上办公。打造“随时随地”的在线办公环境，在部分行业领域形成对线下模式的常态化补充。支持远程办公应用推广和安全可靠的线上办公工具研发，满足日常性多方协同工作、异地协同办公需求，有效支撑工作效率提升、业务协同模式创新和业务组织方式变革。推动完善电子合同、电子发票、电子印章、电子签名、电子认证等数字应用的基础设施，为在线办公提供有效支撑。(国家发展改革委、中央网信办、工业和信息化部牵头，商务部、国家保密局、税务总局等按职责分工负责)

(四) 不断提升数字化治理水平。促进形成政企多方参与、高效联动、信息共享的现代化治理体系和治理能力。结合国家智慧城市试点建设，健全政府社会协同共治机制，构建政企数字供应链，以数据流引领带动物资流、技术流、人才流、资金流，有力支撑城市应急、治理和服务。支持民间资本参与水电路网等城市设施智慧化改造。结合国家区域发展战略及生产力布局，加快推进5G、数据中心、工业互联网等新型基础设施建设。探索完善智慧城市联网应用标准，推进京津冀、长三角、粤港澳大湾区、成渝等区域一体化数字治理和服务。(国家发展改革委、中央网信办、工业和信息化部牵头负责)

四、加快推进产业数字化转型，壮大实体经济新动能

(五) 培育产业平台化发展生态。着力发挥互联网平台对传统产业的赋能和效益倍增作用，打造形成数字经济新实体。开展重大工程布局，支持传统龙头企业、互联网企业打造平台生态，提供信息撮合、交易服务和物流配送等综合服务。鼓励金融机构在有效防范风险的前提下，依法依规为平台提供金融服务。建设跨产业的信息融通平台，促进农业全流程、全产业链线上线下一体化发展。支持工业互联网平台建设推广，发挥已建平台作用，为企业提供数字化转型支撑、产品全生命周期管理等服务。发展服务衍生制造，鼓励电子商务、转型服务等行业企业向制造环节拓展业务。大力发展众包、云外包、平台分包等新模式。(国

家发展改革委、中央网信办、工业和信息化部、农业农村部、商务部牵头，交通运输部、人民银行、银保监会按职责分工负责)

(六) 加快传统企业数字化转型步伐。助力降低数字化转型难度，发展线上线下融合的业务发展模式，提升企业发展活力。组织数字化转型伙伴行动，建立政府-金融机构-平台-中小微企业联动机制，发展普惠性“上云用数赋智”。鼓励各类平台、机构对中小微企业实行一定的服务费用减免。培育一批数字化服务企业和创新应用企业，发挥引领带动作用。组织面向数字化转型基础软件、技术、算法等联合攻关。鼓励发展开源社区，支持开放软件源代码、硬件设计和应用服务。(国家发展改革委、中央网信办、工业和信息化部牵头，农业农村部、商务部、国务院国资委、人民银行、银保监会等按职责分工负责)

(七) 打造跨越物理边界的“虚拟”产业园和产业集群。实现产业供需调和精准对接，推进产业基础高级化和产业链现代化。实施数字经济新业态培育行动，支持建设数字供应链，推动订单、产能、渠道等信息共享。支持具有产业链、供应链带动能力的核心企业打造产业“数据中台”，以信息流促进上下游、产供销协同联动，保产业链供应链稳定，发展产业服务化新生态。支持出口园区和基地创新数字服务出口新业态新模式，大力发展数字贸易。(国家发展改革委、中央网信办、工业和信息化部、农业农村部、商务部、交通运输部按职责分工负责)

(八) 发展基于新技术的“无人经济”。充分发挥智能应用的作用，促进生产、流通、服务降本增效。支持建设智能工厂，实现生产过程透明化、生产现场智能化、工厂运营管理现代化。发展智慧农业，支持适应不同作物和环境的智能农机研发应用。支持建设自动驾驶、自动装卸堆存、无人配送等技术应用基础设施。发展危险作业机器人，满足恶劣条件应用需求。试点探索完善智能公共服务新业态涉及的交通、食品等领域安全发展政策标准。(国家发展改革委、中央网信办、工业和信息化部、农业农村部、商务部、交通运输部按职责分工负责)

五、鼓励发展新个体经济，开辟消费和就业新空间

(九) 积极培育新个体，支持自主就业。进一步降低个体经营者线上创业就业成本，提供多样化的就业机会。支持微商电商、网络直播等多样化的自主就业、分时就业。鼓励发展基于知识传播、经验分享的创新平台。鼓励商业银行推广线上线下融合的信贷服务，合理降低个体工商户融资成本。通过网络平台开展经营活动的经营者，可使用网络经营场所登记个体工商户。引导互联网平台企业降低个体经营者使用互联网平台交易涉及的服务费，吸引更多个体经营者线上经营创业。加强新业态新模式就业统计监测研究。(国家发展改革委、人力资源社会保障部、人民银行、市场监管总局、国家统计局、银保监会按职责分工负责)

(十) 大力发展微经济，鼓励“副业创新”。着力激发各类主体的创新动力和创造活力，打造兼职就业、副业创业等多种形式蓬勃发展格局。支持线上多样化社交、短视频平台有序发展，鼓励微创新、微应用、微产品、微电影等万众创新。引导“宅经济”合理发展，

促进线上直播等服务新方式规范健康发展。探索运用区块链技术完善多元价值传递和贡献分配体系。实施新业态成长计划，建立微经济等新业态成长型企业名录，及时跟踪推动解决企业的政策堵点。（国家发展改革委、中央网信办、工业和信息化部、商务部按职责分工负责）

（十一）强化灵活就业劳动权益保障，探索多点执业。探索适应跨平台、多雇主间灵活就业的权益保障、社会保障等政策。完善灵活就业人员劳动权益保护、保费缴纳、薪酬等政策制度，明确平台企业在劳动者权益保障方面的相应责任，保障劳动者的基本报酬权、休息权和职业安全，明确参与各方的权利义务关系。探索完善与个人职业发展相适应的医疗、教育等行业多点执业新模式。结合双创示范基地建设，支持建立灵活就业、“共享用工”服务平台，提供线上职业培训、灵活就业供需对接等就业服务。推进失业保险金的线上便利化申领，方便群众办事。（人力资源社会保障部、国家卫生健康委、医保局等按职责分工负责）

六、培育发展共享经济新业态，创造生产要素供给新方式

（十二）拓展共享生活新空间。推动形成高质量的生活服务要素供给新体系。鼓励共享出行、餐饮外卖、团购、在线购药、共享住宿、文化旅游等领域产品智能化升级和商业模式创新，发展生活消费新方式，培育线上高端品牌。推动旅游景区建设数字化体验产品，丰富游客体验内容。扩大电子商务进农村覆盖面，促进农产品进城和工业品下乡。鼓励康养服务范围向农村延伸，培育农村消费新业态。完善具有公共服务属性的共享产品相关标准，优化布局，规范行业发展。（中央网信办、国家发展改革委、交通运输部、工业和信息化部、商务部、国家卫生健康委、文化和旅游部、市场监管总局按职责分工负责）

（十三）打造共享生产新动力。推动形成高质量的生产服务要素供给新体系。鼓励企业开放平台资源，共享实验验证环境、仿真模拟等技术平台，充分挖掘闲置存量资源的应用潜力。鼓励公有云资源共享，引导企业将生产流程等向云上迁移，提高云资源利用率。鼓励制造业企业探索共享制造的商业模式和适用场景，促进生产设备、农用机械、建筑施工机械等生产工具共享。（国家发展改革委、中央网信办、工业和信息化部、农业农村部等按职责分工负责）

（十四）探索生产资料共享新模式。健全完善“所有权与使用权分离”的生产资料管理新制度。取消各种不合理的限制，畅通共享经济合作机制，鼓励各类所有制企业、行政事业单位等法人主体生产资料共享。依托互联网、云计算等技术，盘活空余云平台、开发工具、车间厂房等闲置资源，充分发挥市场在资源配置中的决定性作用。各类企业作为平等独立的市场主体，按市场化原则、商业化方式自主推进生产资料共享，提高资源利用效率。（国家发展改革委、工业和信息化部、国务院国资委等按职责分工负责）

（十五）激发数据要素流通新活力。推动构建数据要素有序流通、高效利用的新机制。依托国家数据共享和开放平台体系，推动人口、交通、通信、卫生健康等公共数据资源安全共享开放。在修订税收征收管理法的基础上，健全适应数据要素特点的税收征收管理制度。

加快全国一体化大数据中心体系建设，建立完善跨部门、跨区域的数据资源流通应用机制，强化数据安全保障能力，优化数据要素流通环境。（国家发展改革委、中央网信办、工业和信息化部牵头，交通运输部、税务总局等按职责分工负责）

七、保障措施

（十六）持续加强统筹协调。要打破惯性思维，拿出硬招、实招、新招，支持新业态新模式健康发展。要加强统筹协调，强化政策联动和各部门协同配合，形成促进新业态新模式发展的合力。要结合实际进一步细化具体目标和任务，积极主动、大胆探索，全面激发市场主体创新活力。

（十七）有效释放改革活力。要继续推进简政放权、放管结合、优化服务改革，优化营商环境。要加快在知识产权保护、普惠金融支持等方面持续深化改革，降低新业态新模式创新发展成本。国家数字经济创新发展试验区等要重点发挥先行示范作用，率先探索改革举措，形成辐射带动效应。

（十八）坚持包容审慎监管。要探索创新监管模式，积极鼓励创新，健全触发式监管机制，构建各类主体参与的多方协同治理体系。要及时修订完善监管政策制度，为新业态新模式发展留足空间。要坚守安全和质量底线，强化安全监测和风险评估，对于侵犯他人合法权益、违背公平竞争秩序等违法行为要坚决依法打击。

（十九）积极营造良好氛围。要认真抓好相关政策出台、解读和宣传，及时回应社会关切，合理引导预期，激发市场创新活力。要及时总结宣传发展新业态新模式的好做法、好经验，充分调动社会各界推动新业态新模式健康发展的积极性，发挥各类主体创造潜力，增强广大群众参与感、获得感和幸福感，凝聚广泛共识。

国家发展改革委
中央网信办
工业和信息化部
教育部
人力资源社会保障部
交通运输部
农业农村部
商务部
文化和旅游部
国家卫生健康委
国资委
市场监管总局
国家医疗保障局
2020年7月14日

市场监管总局 商务部 文化和旅游部 关于以标准化促进餐饮节约反对餐饮浪费的意见

国市监标技发〔2021〕7号

各省、自治区、直辖市及新疆生产建设兵团市场监管局(厅、委)、商务厅、文化和旅游厅(局)：为认真贯彻落实习近平总书记关于坚决制止餐饮浪费行为的重要指示精神，发挥标准的引领和规范作用，支撑餐饮供应链绿色化、集约化发展，现提出如下意见。

一、建立健全节约型餐饮标准体系

加快建立覆盖餐饮食材采购、仓储、加工、运输配送、经营服务、餐厨回收等全产业链的节约型餐饮标准体系，重点补齐餐饮供应链和产业链重要基础国家标准。推动商贸、旅游行业主管部门完善本领域餐饮管理和服务行业标准。支持各地结合实际出台促进餐饮节约相关地方标准。鼓励相关社会团体、企业提出创新性举措，制定和实施要求更严、水平更高的团体标准、企业标准。

二、制定发布一批餐饮节约国家标准

支持促进餐饮节约相关国家标准快速立项。加快修订《餐饮企业质量管理规范》《旅游度假区等级划分》《旅游景区质量等级的划分与评定》等国家标准，在标准中增加反对餐饮浪费相关技术要求。组织制定餐饮供应链管理、外卖餐品信息描述、绿色餐饮经营管理、旅游餐馆设施服务等级划分、网络配餐等一批国家标准，支撑打造集约高效的餐饮供应链，最大程度减少餐饮浪费。

三、全面提升餐饮企业标准化规范化水平

鼓励餐饮企业在实施相关国家标准、行业标准的基础上，建立健全覆盖食材采购、烹饪制作、餐饮服务、人员管理的企业标准体系，将节约理念贯穿餐饮企业运营、管理和服务的方方面面。健全绿色餐饮标准体系，开展绿色餐饮创建活动，鼓励各类主体参与绿色餐饮评价和监督工作。

四、积极推动网络餐饮节约标准创新发展

研制外卖餐饮绿色加工和配送标准，推广实施绿色可降解餐饮具标准。鼓励网络餐饮数字化、标准化建设，通过大数据等手段精准分析不同人群的口味和消费习惯，推动餐品信息标准化，方便消费者科学点餐。

五、大力开展旅游餐饮节约标准推广活动

制修订旅游行业相关标准，在标准中增加餐饮节约有关内容，优化团餐设计，倡导光盘行动，在全行业宣传“适量点餐”、“小份菜碟”等文明消费理念。

六、支持创建餐饮节约标准化试点

支持餐饮企业及上下游产业相关单位开展标准化试点，将促进餐饮节约作为试点创建的重要内容。及时总结各地标准化试点创建经验，培育打造一批餐饮节约标准化典型案例，支持餐饮节约标准化先进经验在全国复制推广。

七、不断完善餐饮节约标准实施监督体系

畅通标准实施信息反馈渠道，鼓励餐饮企业、旅游景区等通过标准信息公共服务平台向社会公开所实施的餐饮节约标准，接受社会监督。推动相关行业协会、科研机构、电商平台依据标准开展第三方评价，推介节约型餐饮服务组织。

八、持续营造餐饮节约标准化社会氛围

鼓励各地市场监管、商务、文化和旅游部门通过标准解读、标准培训、现场交流会等多种方式，加大餐饮节约标准化宣传力度，推动当地餐饮企业、旅游景区等有效实施餐饮节约标准，在全社会营造厉行勤俭节约、反对餐饮浪费的浓厚氛围。

市场监管总局
商务部
文化和旅游部
2021年1月25日

商务部关于发布商务领域一次性塑料制品使用、回收报告办法（试行）的公告

中华人民共和国商务部公告 2020 年第 61 号

根据《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》，商务部制定了《商务领域一次性塑料制品使用、回收报告办法（试行）》，现予以公布。

商务部
2020 年 11 月 27 日

商务领域一次性塑料制品使用、回收报告办法（试行）

第一条 为保护环境、节约资源，推进生态文明建设，引导企业、消费者减少和替代塑料袋等一次性塑料制品使用，根据《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》及《商务部办公厅关于进一步加强商务领域塑料污染治理工作的通知》（商办流通函〔2020〕306 号），制定本办法。

第二条 国家鼓励和引导减少使用、积极回收塑料袋等一次性塑料制品，推广应用可循环、易回收、可降解的替代产品。

第三条 商品零售场所开办单位、电子商务平台企业、外卖企业使用塑料袋等一次性塑料制品的，应根据本办法向商务主管部门报告使用、回收情况。

第四条 商务部负责指导全国商品零售场所开办单位、电子商务平台企业、外卖企业一次性塑料制品使用、回收情况报告工作。

县级以上地方商务主管部门负责本行政区域内商品零售场所开办单位、电子商务平台企业、外卖企业一次性塑料制品使用、回收情况报告工作。

第五条 商品零售场所开办单位、电子商务平台企业、外卖企业，应当通过一次性塑料制品使用、回收报告系统，向所在地县级商务主管部门报告一次性塑料制品使用、回收情况。

商务部建立全国统一的一次性塑料制品使用、回收报告系统，及时接收、处理报告信息。

第六条 商品零售场所开办单位、电子商务平台企业、外卖企业应当及时报送一次性塑料制品使用、回收情况，遵循真实、准确、完整原则，不得进行虚假报告，不得有重大遗漏。

第七条 本办法所称商品零售场所是指向消费者提供零售服务的各类超市、商场、集贸市场。

第八条 本办法所称电子商务平台企业是指在电子商务中为交易双方或者多方提供网络经营场所、交易撮合、信息发布等服务，供交易双方或者多方独立开展交易活动的企业。

第九条 本办法所称外卖企业是指通过电子商务平台等方式提供外卖服务的零售、餐饮企业。

第十条 本办法所称一次性塑料制品，包括不可降解塑料购物袋、连卷袋、塑料包装袋（含编织袋），不可降解一次性塑料餐盒、塑料餐具（刀、叉、勺）、塑料吸管。

一次性塑料制品细化标准由国家相关规定予以规范，一次性塑料制品范围根据国家相关规定动态调整。

第十一条 商品零售场所开办单位报告不可降解塑料购物袋、连卷袋使用情况和塑料废弃物回收情况。

第十二条 电子商务平台企业报告其自营业务产生的不可降解塑料包装袋（含编织袋）使用情况和塑料废弃物回收情况，加强对平台内经营者减少、替代使用一次性塑料制品的宣传引导。

电子商务平台企业对平台内经营者一次性塑料制品使用、回收情况，按报告期开展总体评估，并向所在地县级商务主管部门报告。

总体评估报告包括但不限于平台企业制定的减少、替代一次性塑料制品使用的平台规则，采取的相关治理措施，开展的宣传推广活动，对平台内经营者使用、回收一次性塑料制品的调查情况，取得的减量成效等。

第十三条 外卖企业报告不可降解塑料购物袋、塑料餐盒、塑料餐具（刀、叉、勺）、塑料吸管使用情况和塑料废弃物回收情况。

零售企业提供外卖服务的，按照第十一条和本条前款规定合并报告。

第十四条 鼓励商品零售场所开办单位、电子商务平台企业、外卖企业，报告环保替代产品使用情况。

本办法所称环保替代产品包括纸袋、可循环使用的布袋、提篮和可降解塑料制品等。其中，可降解塑料制品是指以可降解塑料为原料制成，并符合相关国家标准的购物袋、包装膜、餐盒、餐具等。可降解塑料购物袋、可降解一次性餐饮具应分别符合 GB/T38082 和 GB/T18006.3 国家标准要求。

第十五条 为抓好环保替代产品供需衔接，鼓励环保替代产品供应商依据本办法规定报告可降解塑料原料、可降解塑料制品以及其他环保替代产品的生产和销售情况。

第十六条 电子商务平台企业、跨区域经营的商品零售场所开办单位、外卖企业，由企业总部向所在地县级商务主管部门报告整体情况，所报告信息在其业务经营所在地实行信息共享。

第十七条 本办法报告周期为半年，初次报告期为 2020 年 7 月 1 日—2020 年 12 月 31 日，市场主体报告情况在报告期结束后的 30 日内完成。

第十八条 各级商务主管部门要层层压实责任，加强组织实施、宣传引导和报告信息质量审核等工作，逐步实现法律规定的报告主体应报尽报，报告执行总体情况于报告工作结束后的 30 日内向上一级商务主管部门报告。

第十九条 各级商务主管部门要加强报告结果应用，根据市场主体报告情况做好一次性塑料制品使用、回收分析工作，分析情况于报告工作结束后的 30 日内向上一级商务主

管部门报告。

第二十条 报告情况可作为政府部门实施支持政策的参考依据。对报告信息未遵守国家有关禁止、限制使用不可降解塑料袋等一次性塑料制品规定的，或未按照本办法报告的，由县级以上地方人民政府确定的承担商务执法职责的部门，依法及时处理或给予相应处罚。

第二十一条 本办法由中华人民共和国商务部负责解释。

第二十二条 本办法自公布之日起三十日后施行。

商务部

2020年11月27日

“十四五”文化和旅游发展规划（摘编）

文旅政法发〔2021〕40号

文化产业培育和消费促进

文化新型业态培育：促进优秀文化资源数字化，培育30个旅游演艺精品项目、100个线上演播项目、100个沉浸式体验项目、100个数字艺术体验场景。

数字文化产业标准建设：加强手机（移动终端）动漫国际标准和数字艺术显示国际标准应用推广。深入推进数字文化产业标准群建设。

文化产业赋能乡村振兴计划：以重点产业项目为载体，引导文化产业机构和工作者深入乡村对接帮扶和投资兴业，促进群众就业增收。

国家级文化产业示范园区（基地）提升：加强国家级文化产业示范园区（基地）规划建设和管理，进一步发挥引领示范和辐射带动作用，国家级文化产业示范园区达到50家，国家文化产业示范基地达到500个。

文化产业展会提升：办好中国（深圳）国际文化产业博览交易会、中国旅游产业博览会、中国（武汉）文化旅游博览会、中国西部文化产业博览会、中国义乌文化和旅游产品交易博览会、中国国际网络文化博览会、中国国际动漫游戏博览会、中国—东盟博览会文化旅游展等。

文化和旅游消费促进：国家文化和旅游消费示范城市达到30个，建设60个区域文化和旅游消费中心城市，加强指导支持和动态管理。建设200个以上国家级夜间文化和旅游消费集聚区，扩大夜间消费规模。

文化产业投融资促进：推进国家文化与金融合作示范区提质扩容，国家文化与金融合作示范区达到10个。推广文化和旅游金融服务中心模式，文化和旅游金融服务中心达到20个。

文化产业和旅游产业国际合作：征集遴选150个“一带一路”文化产业和旅游产业国际合作重点项目，对入选项目给予投融资、宣传推介、人员培训等支持和服务。

完善现代旅游业体系

深化旅游业供给侧结构性改革，深入推进大众旅游、智慧旅游和“旅游+”“+旅游”，提供更多优质旅游产品和服务，加强区域旅游品牌和服务整合，完善综合效益高、带动能力强的现代旅游业体系，努力实现旅游业高质量发展。

（一）深入推进大众旅游

坚持标准化和个性化相统一，供给侧和需求侧协同发力，更好满足人民群众特色化、多层次旅游需求。优化旅游消费环境、拓展旅游消费领域。推出更多定制化旅游产品、旅游线路，开发体验性强、互动性强的旅游项目，增加旅游惠民措施，加大旅游公共服务力度。

推动完善国民休闲和带薪休假等制度。引导各地制定实施门票优惠补贴等政策。加强宣传教育，引导游客文明、安全、理性、绿色出行。聚焦旅游目的地建设，创新全域旅游协调发展机制，提升全域旅游示范区发展质量。发展夜间旅游和假日经济，拓展旅游时空范围。

（二）积极发展智慧旅游

加强旅游信息基础设施建设，深化“互联网+旅游”，加快推进以数字化、网络化、智能化为特征的智慧旅游发展。加强智慧旅游相关标准建设，打造一批智慧旅游目的地，培育一批智慧旅游创新企业和示范项目。推进预约、错峰、限量常态化，建设景区监测设施和大数据平台。以提升便利度和改善服务体验为导向，推动智慧旅游公共服务模式创新。培育云旅游、云直播，发展线上数字化体验产品。鼓励定制、体验、智能、互动等消费新模式发展，打造沉浸式旅游体验新场景。

（三）大力发展红色旅游

突出爱国主义和革命传统教育，提升红色旅游发展水平，推进红色旅游人才队伍建设。完善红色旅游产品体系，促进红色旅游与乡村旅游、研学旅游、生态旅游融合发展，推出一批红色旅游融合发展示范区。推出“建党百年红色旅游百条精品线路”，举办红色故事讲解员大赛，组织红色研学旅行活动。创新红色旅游展陈方式，开展红色旅游宣传推广，提升红色旅游发展活力。

（四）丰富优质旅游产品供给

创新旅游产品体系，优化旅游产品结构，提高供给能力和水平。建设一批富有文化底蕴的世界级旅游景区和度假区，打造一批文化特色鲜明的国家级旅游休闲城市和街区，认定一批国家级旅游度假区。完善A级旅游景区评定和复核机制，有序推动旅游景区提质扩容。以景区、度假区、旅游休闲城市等为依托，打造区域性国际旅游目的地，建设生态、海洋、冰雪、城市文化休闲等特色旅游目的地。推动乡村旅游发展，推出乡村旅游重点村镇和精品线路。发展专项旅游和定制旅游产品。完善自驾游服务体系，推动自驾车旅居车营地和线路建设。发展海洋及滨海旅游，推进中国邮轮旅游发展示范区（实验区）建设。推进低空旅游、内河旅游发展。发展康养旅游，推动国家康养旅游示范基地建设。发展冰雪、避暑、避寒等气候旅游产品。认定一批国家级滑雪旅游度假地。发展老年旅游，提升老年旅游产品和服务。

（五）完善旅游公共设施

优化旅游公共设施布局，增强旅游集散中心、游客服务中心、咨询中心的公共服务功能，完善旅游公共服务配套设施，推进旅游景区、度假区、休闲街区、游客服务中心等标识体系建设。持续深入开展旅游厕所革命，建设一批示范性旅游厕所。加强旅游交通设施建设，提高旅游目的地进入通达性和便捷性。完善旅游绿道体系。加强节假日高速公路和主要旅游道路交通组织、运输服务保障、旅游目的地拥堵预警信息发布。提升旅游信息公共服务

水平。制定出台残疾人、老年人旅游公共服务标准规范。

（六）提升旅游服务质量

建立旅游服务质量评价体系，推广应用先进质量管理体系和方法，推行服务质量承诺制度。推动旅行社和在线旅游企业的产品创新，提高专业服务能力。加强导游专业素养、职业形象、服务品牌建设。优化住宿供给，支持特色民宿、主题酒店等创新发展。提升旅游餐饮品质，推动旅游餐饮与文化结合，发展美食旅游。开发高品质的文创产品和旅游商品，推广“创意下乡”“创意进景区”模式。

（七）统筹推进国内旅游和出入境旅游发展

做强国内旅游，振兴入境旅游，规范出境旅游。改善国内旅游供给品质，促进境外消费回流。创新旅游宣传推广机制，实施国家旅游宣传推广精品建设工程，加强旅游推广联盟建设。实施入境旅游振兴行动，出台入境旅游发展支持政策，提升入境旅游便利化程度、涉外旅游接待服务水平。推动出境旅游目的地国家和地区在语言、餐饮、支付等方面为中国游客提供更高品质的服务。加强与重点目的地国家旅游交流，推动中国文化传播。

旅游产品和服务提升

黄河文化旅游带建设：加强沿黄地区旅游基础设施和旅游公共服务设施建设，以黄河流域部分县（市、区）为重点，打造一批具有标志性的文化旅游项目。

智慧旅游景区建设：支持一批智慧旅游景区建设，发展新一代沉浸式体验型旅游产品，推出一批具有代表性的智慧旅游景区。

世界级旅游景区建设：以具有一流水准的5A级旅游景区和世界遗产景区为基础，完善旅游景区基础设施，强化景区科技应用水平，打造一批世界级旅游景区。

世界级旅游度假区建设：研究建立世界级旅游度假区建设储备名录，支持有条件的地区开展世界级旅游度假区创建工作。支持旅游度假区提升旅游基础设施和休闲度假品质，培育一批国家级旅游度假区。

国家级旅游休闲城市和街区建设：开展国家级旅游休闲城市和街区建设工作，推出一批兼顾旅游者和本地居民需求的国家级旅游休闲城市和街区。

国家全域旅游示范区建设：开展国家全域旅游示范区验收认定和动态管理，推出一批国家全域旅游示范区。

自驾游推进：认定一批高等级自驾车旅居车营地，推广自驾游精品线路，支持营地合理设置与自驾车旅居车相配套的服务设施。

乡村旅游精品建设：推出一批文化内涵丰富、产品特色鲜明、配套设施完善、环境美好宜居、风俗淳朴文明的全国乡村旅游重点村镇，培育一批全国乡村旅游集聚区。

红色旅游经典景区提升：提升300处红色旅游经典景区发展质量，加强党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史教育。

研学旅行示范基地创建：开展国家级研学旅行示范基地创建工作，推出一批主题鲜明、课程精良、运行规范的研学旅行示范基地。

旅游市场服务质量评价体系建设：开发建设旅游服务质量评价系统，完善评价模型和指标，拓展评价体系应用场景，建设系统完备、科学规范、运行有效的服务质量评价体系。

导游服务质量提升：实施导游专业素养研培计划和“金牌导游”培养项目，举办全国导游大赛，建立导游星级服务评价体系，开展导游执业改革试点。

入境旅游振兴：完善入境旅游推广机制，健全相关政策，实施“美丽中国”全球推广计划，丰富入境旅游适销产品供给，提升入境旅游服务质量。

文化和旅游交流推广

“一带一路”民心相通：持续建设“一带一路”国际剧院联盟、博物馆联盟、艺术节联盟、图书馆联盟、美术馆联盟，办好丝绸之路国际艺术节、海上丝绸之路国际艺术节、丝绸之路(敦煌)国际文化博览会和敦煌行·丝绸之路国际旅游节等主题节会，提升“丝绸之路文化之旅”品牌影响力。加强与沿线国家在考古研究、文物保护、联合申遗等领域合作。

亚洲旅游促进：召开亚洲旅游促进大会，推出50个最佳旅游城市品牌、20个国际旅游合作示范区品牌。开发文化遗产游学产品和旅游演艺精品。依托铁路、邮轮、房车营地及自驾游等产品和线路，推动形成多程联运的一体化格局。

亚洲文化遗产保护：发起成立亚洲文化遗产保护联盟，构建保护准则。制定国别方案，联合实施一批亚洲主题合作项目。

“上下五千年”对外推广：做好中华文明探源工程、良渚古城遗址等考古成果的对外宣传，依托文明古国论坛等国际平台，加强非物质文化遗产活态展示、主题旅游、特许商品的国际推广，建立中国传统节日和节气文化交流品牌集群。

全球青少年文化交流：加强青少年文艺作品创作、非物质文化遗产传承、文化产业创新、文化志愿服务等方面的交流，举办大型国际青少年艺术比赛和中国国际青年艺术周。鼓励支持青年主播、博主开展对外文化推广。

港澳台中华文化和弘扬：推动智库交流、专业对话、人才培养，提升“艺海流金”“中华文化论坛”“情系中华”等交流平台影响力，实施港澳青少年知行计划、“华夏文明·薪火相传”台湾青少年中华文化遗产计划等。

优化文化和旅游发展布局

坚持东中西互补、点线面结合，以国家文化公园建设为重点，培育一批中华优秀传统文化保护传承示范区、革命文化继承弘扬样板区、社会主义先进文化创新发展引领区，形成区域联动、城乡融合、均衡协调的文化和旅游发展布局。

(一) 完善空间布局

依据国土空间规划，全面落实国土空间开发保护要求和主体功能区战略，根据不同区

域主体功能定位，立足资源环境承载能力，构建体现各地文化和旅游资源禀赋、适应高质量发展要求的文化和旅游空间布局。依托国家综合立体交通网，促进文化、旅游与交通融合发展，串点成线、连线成面，形成互联互通、优质高效、一体协作的文化和旅游网络布局。依托重点区域和城市群，培育跨区域特色功能区、精品文化带和旅游带。建设全国风景道体系，打造具有广泛影响力的自然风景线和文化旅游廊道。严守生态保护红线，对生态保护红线内允许的文化和旅游活动实施类型限制、空间管控和强度管制。坚持绿色低碳发展理念，加强文化和旅游资源保护，提高资源利用效率。

(二) 建设国家文化公园

推进长城、大运河、长征、黄河等国家文化公园建设，整合具有突出意义、重要影响、重大主题的文物和文化资源，生动呈现中华文化的独特创造、价值理念和鲜明特色，推介和展示一批文化地标，建设一批标志性项目。坚持点段结合，统筹管控保护、主题展示、文旅融合、传统利用四类主体功能区，建设一批文化和旅游深度融合发展示范区。系统推进保护传承、研究发掘、环境配套、文旅融合、数字再现等重点工程。完善中央统筹、省市负责、分级管理、分段负责的国家文化公园建设管理机制。

(三) 推进区域协调发展

加快京津冀三地文化和旅游协同机制和平台建设，支持雄安新区文化和旅游领域改革创新，加快建设京张体育文化旅游带。保护好长江文物和文化遗产，持续打造长江国际黄金旅游带。深化粤港澳大湾区文化和旅游合作，共建人文湾区、休闲湾区。提升长三角地区在文化和旅游领域的一体化水平，加快公共服务便利共享，建设杭黄自然生态和文化旅游廊道，打造一批高品质的休闲度假旅游区。保护传承弘扬黄河文化，实施黄河文化遗产系统保护工程，打造具有国际影响力的黄河文化旅游带。推进大运河文化带、生态带、旅游带建设，将大运河沿线打造成为文化和旅游融合发展示范区域。建设成渝地区双城经济圈，共建巴蜀文化旅游走廊。加强东北地区全域统筹，培育冰雪旅游、康养旅游和休闲农业业态。以更大改革力度推动海南自由贸易港建设，推进文化领域有序开放，建设国际旅游消费中心。深入挖掘和利用中部地区特色文化和旅游资源，打响文化和旅游品牌。推动东部地区文化和旅游率先实现高质量发展，加快在创新引领上实现突破。支持革命老区、民族地区加快发展，加大对赣闽粤等原中央苏区支持力度，传承弘扬红色文化。持续推进甘肃华夏文明传承创新区、曲阜优秀传统文化传承发展示范区、景德镇国家陶瓷文化传承创新区等建设。开展文化和旅游援疆、援藏工作，推进定点帮扶。加快边境地区文化建设，建设一批边境旅游试验区、跨境旅游合作区。

(四) 推动乡村文化振兴

把文化和旅游发展纳入乡村建设行动计划，建设产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕的新时代魅力乡村。保持对脱贫县文化帮扶政策稳定，对脱贫县持续给予扶持。发展乡村特色文化产业、乡村旅游，完善利益联结机制，让农民更多分享产业增

值收益。在有条件的乡村地区建设非物质文化遗产工坊。实施乡村文化和旅游能人项目。完善农村公共文化服务，改善配套基础设施，强化综合服务功能。加强“三农”题材文艺作品创作生产，开展“送文化下乡”“戏曲进乡村”等活动，丰富乡村文化生活，提高乡村文明程度。加大对乡村文化遗产和特色风貌的保护力度，维护乡村文化多样性，推动形成文明乡风、良好家风、淳朴民风。

（五）促进城乡融合发展

把城乡文化建设同新型城镇化战略有机衔接起来，以城带乡、以文化人，不断提高城乡居民的文化获得感。把县域作为城乡融合发展的重要切入点，强化县城综合服务功能。推进城乡公共文化服务一体建设，实现城乡基本公共服务全覆盖，推动公共文化设施和旅游公共服务融合发展。建设宜居、绿色、人文城市，使城市成为人民高品质生活的空间。发挥中心城市和城市群的辐射带动作用，促进大中小城市和小城镇文化和旅游联动发展。加强新型城镇化进程中的文化遗产保护，保留传统风貌，延续历史文脉。打造城乡文化品牌，提升城乡文化品位，在城市更新、社区建设、美丽乡村建设中充分预留文化和旅游空间。

教育部办公厅 国家发展改革委办公厅 财政部办公厅 关于推进1+X证书制度试点工作的指导意见

教职成厅函〔2019〕19号

各省、自治区、直辖市教育厅（教委）、发展改革委、财政厅（局），新疆生产建设兵团教育局、发展改革委、财政局，有关单位：

为贯彻《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），实施好《教育部等四部门印发〈关于在院校实施“学历证书+若干职业技能等级证书”制度试点方案〉的通知》（教职成〔2019〕6号），积极稳妥推进1+X证书制度试点工作，现就试点有关工作提出以下指导意见。

一、健全协同推进机制

（一）健全工作机构

各省级教育行政部门要切实将1+X证书制度试点工作作为深化职业教育改革、提高人才培养质量、拓展就业本领的重要抓手，加大统筹推进力度。在省级教研机构或区域牵头职业院校或专家组织等，建立试点工作指导协调机构，明确专人与各职业教育培训评价组织（简称培训评价组织）对接，对应协调不同证书的实施工作，指导本省（区、市）试点院校开展有关工作，协调解决有关困难问题，配合省级教育行政部门整体推进本省（区、市）试点工作。试点院校建立由主要负责人牵头的工作机构，统筹推进本校试点工作，并明确具体工作联系人，对接本省（区、市）试点工作指导协调机构。

（二）加强沟通对接

培训评价组织要加强与省级教育行政部门或省级试点工作指导协调机构的联系，在有关省域内组织开展标准宣贯、师资培训、考核等试点相关工作，以及大范围涉及有关省域内院校参与的会议、活动时，应提前与省级教育行政部门沟通并备案。省级教育行政部门组织开展与试点有关的研讨会、师资培训等，应积极邀请有关培训评价组织参与，有关培训评价组织应主动配合参加。

（三）实行工作动态定期报送制度

各省级教育行政部门、试点院校、培训评价组织要认真落实好试点工作动态定期报送制度，及时、准确报送工作进展，总结工作经验，汇聚典型案例，反映有关困难问题，提出政策建议等。通过职业技能等级证书信息管理服务平台填报系统，对试点院校及参与学生规模进行动态管理。

二、保障有序开展有关师资培训

（一）依托有关师资项目做好1+X证书制度试点师资培训

各省级教育行政部门要将职业技能等级证书有关师资培训纳入职业院校教师素质提高

计划项目,对接陆续发布的职业技能等级证书和标准,结合2019年项目实施,统筹各方资源,及时调整培训计划、培训内容,积极开展1+X证书制度试点师资培训工作。从2020年起,发挥国家和地方教育行政部门师资培训项目的主渠道作用,将1+X证书制度试点师资培训纳入职业院校教师相关培训规划中。结合教师教学创新团队、“国家工匠之师”创新团队境外培训计划等项目,发挥引领作用,培育“种子”师资。培训评价组织要主动配合、优先保障国家和地方教育行政部门组织的1+X证书制度试点师资培训项目,积极参与培训方案设计和组织实施,根据各地实际需要委派授课专家,专家相关费用应严格执行国家和地方有关标准。

(二) 规范培训评价组织有关师资培训行为

培训评价组织开展的1+X证书制度试点有关培训、研讨等,是国家和地方有关师资培训项目的有益补充。培训评价组织要坚持公益性原则,把社会效益放在首位,依法依规制订有关培训方案及收费标准,并提前公示公告,接受各方监督,试点院校结合实际自愿参加。不得以任何理由强制教师参加收费性培训。面向院校的师资培训和考评员培训有关收费标准参考国家和地方关于教师培训的规定,结合实际合理确定,不得另立名目额外收取培训师、考评员考核认证等其他费用。有关培训应采取线上线下相结合的方式,主要依托职业院校开展,充分利用职业院校现有资源,动员社会力量支持,精打细算,节约开支。培训评价组织要做好规划和管理,加强培训团队建设,严格培训师资质审核,来自行业企业的专家比例不少于40%,切实保障培训质量。

(三) 鼓励教师积极承担证书培训任务

地方教育行政部门要加强与当地有关部门的沟通协作,支持职业院校用好本校组织实施职业技能等级证书培训的资源,参与职业技能提升行动,积极承担补贴性培训,扩大面向职工、就业重点群体和贫困劳动力的培训规模。培训评价组织在参与实施院校内1+X证书制度试点的同时,自主面向社会人员开展职业技能等级评价。试点院校可将教师额外承担的职业技能等级证书培训工作量,按一定比例折算成全日制学生培养工作量,纳入绩效工资分配因素范围;在内部绩效工资分配时向承担证书培训任务的一线教师倾斜。试点院校间可按证书类别组建培训联合体,互聘教师开展培训。

(四) 建设并及时提供高质量培训资源

1+X证书制度试点是职业教育教学模式改革和评价模式改革的重要举措,面向学生开展的X证书培训,要与推进教师、教材、教法改革结合起来,由学校统筹用好有关资源和项目,结合教学组织实施。培训评价组织要整合优质资源,持续优化职业技能等级证书标准,按有关规定开发、完善职业技能等级证书培训教材,教材应由具备资质的出版单位正式出版,征订工作通过正规渠道开展,保障学生培训用书。要及时提供并适时更新案例库、习题库等线上配套资源,广泛免费共享,满足试点院校工作需要,确需有偿提供的,应本着公益性原则,严格控制成本,不得额外增加学生负担。

三、规范考核颁证

(一) 完善考核评价体系

培训评价组织应建立模拟考核平台,发布考核方案,为院校学生参与考核提供支撑服务。培训评价组织提出对考核站点的有关条件要求并向社会公布,试点院校对照条件自主申报,培训评价组织与省级教育行政部门充分沟通,结合区域实际,协商确定考核站点,并在省级教育行政部门及有关平台备案。考核站点设置应综合考虑省内有关院校和专业布局,逐步覆盖更多试点院校,原则上有关院校的所在地至少设置一个相关证书考核站点,为学生就近参加考核提供便利。

各地要统筹利用各种类型的实训基地,支持考核站点建设。培训评价组织要加强自身管理,不得以培训、考核、授牌等任何名义直接或变相要求试点院校购置指定品牌的设备设施、软件系统、课程资源及相关服务。

(二) 加强证书考核成本核算

培训评价组织要坚持公益性原则,对职业技能等级证书的考核成本进行核算。试点期间,教育部委托有关机构组织论证提出参与试点的职业技能等级证书考核成本上限,并向社会公示。培训评价组织结合区域实际,与省级教育行政部门、试点院校具体协商确定考核费用标准。试点院校可统筹财政拨款、学费及其他事业收入等办学经费分担培训考核费用,保障试点学生至少参与一个职业技能等级证书的考核。要严格按照国家有关规定,规范使用相关经费。承担考核站点任务的试点院校,应统筹用好学校场地、设备、耗材、人员等资源,降低考核颁证费用。

(三) 做好证书信息公开服务和学习成果积累

培训评价组织要对接职业技能等级证书信息管理服务平台,及时发布有关信息。职业技能等级证书信息在证书颁发后7个工作日内录入平台,提供查询、验证等服务。要对接职业教育国家学分银行,在有关职业技能等级证书公布后的1个月内,提出所体现学习成果的学分记录建议方案,推进学习成果积累。

四、完善财政支持方式

各地要按照财政部、教育部有关要求,切实履行投入主体责任,加大地方财政投入,统筹用好中央奖补资金,积极筹措社会资源,积极支持开展1+X证书制度试点工作。各省级教育、财政部门要结合试点实际统筹安排省级有关职教专项经费向试点工作倾斜,健全考核机制,完善分配因素,及时将有关资金拨付至试点院校。

各试点院校要及时与培训评价组织对接,根据证书考核需要调整完善学校专业人才培养方案,统筹好现有教学资源,在厉行节约的基础上合理安排财政资金、社会资源和自有资金,开展好1+X证书制度试点工作。要健全内部控制机制,不得截留挪用财政资金,确保资金使用规范有效。

五、严格监督管理

(一) 健全制度约束

参与试点工作的培训评价组织，应与教育部委托的有关机构签署协议，明确公益性、先进性、合规性、退出机制等方面约束条款和违约责任。

（二）规范宣传引导

培训评价组织发布的有关通知、公告、宣传口径，要规范行文，文责自负，确保内容真实，不做虚假宣传、夸大宣传，不得擅自标注“教育部指导”“职成司指导”“指定”等字样。

（三）建立健全监督机制

国家层面针对每个试点证书在 10 个左右试点院校设立监测点，监督培训评价组织履行协议的情况，及时发现、分析和研究试点工作各环节有关问题，各地可参照执行。培训评价组织、试点院校积极开展绩效自评，接受省级有关部门及其委托的第三方开展的评价。教育部将通过职业技能等级证书信息管理服务平台，及时关注并回应社会各方有关监督评价意见。

（四）建立退出机制

培训评价组织凡出现以下情形之一的，经相关部门调查核实，教育部将取消参与试点资格，退出试点工作：考核工作组织实施不力，在考核过程中存在严重违反考核纪律、弄虚作假的；违反有关规定进行高收费或另立名目乱收费，不按要求及时整改的；借试点工作谋取不正当利益的，如向学校捆绑销售仪器设备、实训软件等；不按要求及时更新有关职业技能等级标准、教材、考核题库的；针对通过证书信息管理服务平台等渠道反映集中的其他问题，不按要求及时整改的；存在其他违纪违规情况的。

试点院校出现以下情况之一的，省级教育行政部门取消参与试点资格：推进试点工作不力、进展缓慢，连续三周不填报周报的；证书培训、考核等工作管理不严的；试点工作经费使用不规范的；强制或变相强制学生参加培训或考核的；存在其他违纪违规情况的。

试点过程中，各地要及时总结经验，宣传典型案例，研究解决存在的困难问题，对有关政策措施提出调整优化建议。试点期后有关部门继续完善相关制度设计。

各地试点工作有关进展情况，请及时与教育部职业教育与成人教育司联系。联系人及电话：于进亮，010-66092162。

教育部办公厅
国家发展改革委办公厅
财政部办公厅
2019 年 11 月 9 日

人力资源社会保障部 财政部 国务院国资委 中华全国总工会 全国工商联 关于印发关于全面推行中国特色企业新型学徒制 加强技能人才培养的指导意见的通知

人社部发〔2021〕39号

各省、自治区、直辖市及新疆生产建设兵团人力资源社会保障厅（局）、财政厅（局）、国资委、总工会、工商联：

现将《关于全面推行中国特色企业新型学徒制 加强技能人才培养的指导意见》印发给你们，请结合本地工作实际，认真贯彻执行。

人力资源社会保障部

财政部

国务院国资委

中华全国总工会

全国工商联

2021 年 6 月 8 日

关于全面推行中国特色企业新型学徒制 加强技能人才培养的指导意见

为贯彻落实党的十九届五中全会精神，加强新时代技能人才培养，现就全面推行中国特色企业新型学徒制提出以下指导意见。

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，深入贯彻落实《新时期产业工人队伍建设改革方案》，以高质量发展为引领，以深化企业改革、加大技能人才培养为宗旨，以满足培育壮大发展新动能、促进产业转型升级和提高企业竞争力为根本，以产教融合、校企合作为重要手段，持续实施职业技能提升行动，面向企业全面推行新型学徒制培训，创新中国特色技能人才培养模式，进一步扩大技能人才培养规模，为实现高质量发展提供有力的人才和技能支撑。

二、基本原则

——坚持需求导向。坚持以满足高质量发展、适应产业变革、技术变革、组织变革和企业技术创新需求为目标，瞄准企业人力资源价值提升需求，面向企业技能岗位员工开展企业新型学徒制培训，满足人岗匹配和技能人才培养队伍梯次发展需要。

——坚持终身培训。进一步健全终身职业技能培训制度，支持企业职工在职业生涯发展的不同阶段通过多种方式，灵活接受职业技能培训，不断提高职工岗位技能，畅通技能

人才职业发展通道。

——坚持校企政联动。在充分发挥企业培训主体作用和院校教育培训优势的基础上，各地人力资源社会保障部门要加强组织管理和协调服务，有序高效开展企业新型学徒制培养工作。

——坚持以用为本。充分利用企业新型学徒制培养成果，积极为企业新型学徒提升技能、干事创业提供机会和条件。鼓励企业新型学徒参与技术革新、技术攻关，在技能岗位发挥关键作用。

三、目标任务

按照政府引导、企业为主、院校参与的原则，在企业全面推行新型学徒制培训，进一步发挥各类企业主体作用，通过校企合作、工学交替方式，组织企业技能岗位新入职、转岗员工参加企业新型学徒制培训，力争使企业技能岗位新入职员工都有机会接受高质量岗前职业技能培训；力争使企业技能岗位转岗员工都有机会接受转岗转业就业储备性技能培训，达到“转岗即能顶岗”。以企业新型学徒制培训为引领，促进企业技能人才培养，不断提升企业技术创新能力和企业竞争力。

四、主要内容

（一）培养对象和培养模式。以至少签订1年以上劳动合同的技能岗位新招用和转岗等人员为主要培养对象，企业可结合生产实际自主确定培养对象。发挥企业培养主体作用，培养和评价“双结合”，企业实训基地和院校培训基地“双基地”，企业导师和院校导师“双导师”培养模式，大型企业可依托本企业培训中心等采取“师带徒”的方式，开展企业新型学徒制培养工作。

（二）培养目标和主要方式。学徒培养目标以符合企业岗位需求的中级工、高级工及技师、高级技师为主。培养期限为1-2年，特殊情况可延长到3年。各类企业特别是规模以上企业可结合实际需求和学徒职业发展、技能提升意愿，采用举办培训班、集训班等形式，采取弹性学制和学分制等管理手段，按照“一班一方案”开展学徒培训。中小微企业培训人员较少的情况，可由地方工商联及所属商会，会同当地人力资源社会保障部门根据培训职业，统一协调和集中多个中小微企业人员开展培训。

（三）培养内容。根据产业转型升级和高质量发展要求，紧扣制造强国、质量强国、数字中国建设之急需和企业未来技能需求，依据国家职业技能标准和行业、企业培训评价规范开展相应职业（工种）培训，积极应用“互联网+”、职业培训包等培训模式。加大企业生产岗位技能、数字技能、绿色技能、安全生产技能和职业道德、职业素养、工匠精神、质量意识、法律常识、创业创新、健康卫生等方面培训力度。

（四）培养主体职责。企业新型学徒培养的主要职责由所在企业承担。企业应与学徒签订培养协议，明确培训目标、培训内容与期限、质量考核标准等内容。同一批次同类职业（工种）可签订集体培养协议。企业委托培训机构承担学徒的部分培训任务，应与培训机构签

订合作协议，明确培训的方式、内容、期限、费用、双方责任等具体内容，保证学徒在企业工作的同时，能够到培训机构参加系统的、有针对性的专业知识学习和相关技能训练。

五、激励机制

（一）完善经费补贴政策。对开展学徒培训的企业按规定给予职业培训补贴，补贴资金从职业技能提升行动专账资金或就业补助资金列支。补贴标准由各市（地）以上人力资源社会保障部门会同财政部门确定，学徒每人每年的补贴标准原则上5000元以上，补贴期限按照实际培训期限（不超过备案期限）计算，可结合经济发展、培训成本、物价指数等情况定期调整。企业在开展学徒培训前将有关材料报所在地人力资源社会保障部门备案，备案材料应包括培训计划、学徒名册、劳动合同复印件及其他相关材料（具体清单由所在地人力资源社会保障部门自行制定），经审核后列入学徒培训计划，并按规定向企业预支补贴资金。培训任务完成后，应向所在地人力资源社会保障部门及时提交职业资格证书（或职业技能等级证书、培训合格证书、毕业证书）编号或证书复印件、培训视频材料、培训机构出具的行政事业性收费票据（或税务发票）等符合财务管理规定的凭证，由相关部门按照符合补贴申领条件的人员数量，及时拨付其余补贴资金。企业可按照学徒社保缴纳地或就业所在地申领职业培训补贴。

（二）健全企业保障机制。学徒在学习培训期间，企业应当按照劳动合同法的规定支付工资，且工资不得低于企业所在地最低工资标准。企业按照与培训机构签订的合作协议约定，向培训机构支付学徒培训费用，所需资金从企业职工教育经费列支；符合有关政策规定的，由政府提供职业培训和职业技能鉴定补贴。承担带徒任务的企业导师享受导师带徒津贴，津贴标准由企业确定，津贴由企业承担。企业对学徒开展在岗培训、业务研修等企业内部发生的费用，符合有关政策规定的，可从企业职工教育经费中列支。

（三）建立奖励激励机制。充分发挥中华技能大奖获得者、全国技术能手、劳动模范、大国工匠等技能人才传帮带优势，充分利用技能大师（专家）工作室、劳模和工匠人才创新工作室等技能人才培养阵地，鼓励“名师带高徒”“师徒结对子”，激发师徒主动性和积极性。鼓励企业建立学徒奖学金、师带徒津贴（授课费、课时费），制定职业技术技能等级认定优惠政策，畅通企业间流通渠道。

六、保障措施

（一）加强组织领导。各级人力资源社会保障部门、财政部门、国资监管部门、工会以及工商联要进一步提高认识，增强责任感和紧迫感，把全面推行企业新型学徒制培训作为实施职业技能提升行动、加强高技能人才培养的重要内容，认真组织实施。要建立密切配合、协同推进的工作机制，加强组织领导，全面推动实施。国资监管部门、工商联要以重点行业、重要领域和规模以上企业为着力点，大力推行企业新型学徒制培训。

（二）协调推动实施。企业按属地管理原则纳入当地工作范畴，享受当地政策。各级人力资源社会保障部门要建立与企业的联系制度，做好工作指导。要主动对接属地中央企业，

做好资金、政策的落实以及服务保障工作。要加大工作力度，加强工作力量，做好对各类企业特别是中小微企业新型学徒培训的管理服务工作。各企业要加强组织实施，建立人事（劳资）部门牵头，生产、安全、财务、工会等有关部门密切配合、协同推进的工作机制，制定工作方案，认真规划、扎实组织、全面推动。各技工院校要积极参加企业新型学徒培养工作，并将其作为校企合作的重要内容。

（三）加强考核评价。鼓励企业职工人人持证，推动企业全面自主开展技能人才评价，并将参加新型学徒制培训的人员纳入其中。指导企业将学徒技能评价融入日常企业生产活动中，灵活运用过程化考核、模块化考核和业绩评审、直接认定等多种方式，对学徒进行职业技能等级认定，加大学徒高级工、技师、高级技师评价工作。加大社会培训评价机构和行业组织的征集遴选力度，注重发挥工商联所属商会作用，大力推行社会化职业技能等级认定。

（四）加强宣传动员。广泛动员企业、院校、培训机构和职工积极参与学徒制培训，扩大企业新型学徒制影响力和覆盖面。强化典型示范，突出导向作用，大力宣传推行企业新型学徒制的典型经验和良好成效，努力营造全社会关心尊重技能人才、重视支持企业职工培训工作的良好社会氛围。

《绿色餐饮经营与管理》（GB/T 40042-2021） 国家标准

ICS 03.080
CCS A 16



中华人民共和国国家标准

GB/T 40042—2021

绿色餐饮经营与管理

Green catering operation and management

2021-02-23 发布

2021-06-01 实施

国家市场监督管理总局 发布
国家标准化管理委员会

GB/T 40042—2021

GB/T 40042—2021

目 次

前言	III
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 基本要求	1
5 节约餐饮	2
6 环保餐饮	2
7 放心餐饮	3
8 健康餐饮	3
9 绿色餐饮街区	4
10 持续改进	4
参考文献	5

前 言

本文件按照 GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第 1 部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由中华人民共和国商务部提出并归口。

本文件起草单位：中国饭店协会、北京师范大学国际学术交流中心、旺顺阁(北京)投资管理有限公司、宁波石浦酒店管理发展有限公司、内蒙古蒙牛乳业(集团)股份有限公司、上海麦金地集团股份有限公司、仕艾食(天津)科技有限公司、中国标准化研究院。

本文件主要起草人：韩明、陈新华、张雅青、严敦志、李惠飞、郑英杰、许可、于橙光、武萍、张乐然、宋小溪、丁志刚、金勇、孔德顺、沈加华、王双、程越、张翔、张宪红、何娟、郭琦。

GB/T 40042—2021

绿色餐饮经营与管理

1 范围

本文件规定了绿色餐饮经营与管理的基本要求,以及节约餐饮、环保餐饮、放心餐饮、健康餐饮、绿色餐饮街区和持续改进。

本文件适用于餐饮企业和餐饮街区的经营与管理。

2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中,注日期的引用文件,仅该日期对应的版本适用于本文件;不注日期的引用文件,其最新版本(包括所有的修改单)适用于本文件。

GB/T 39002 餐饮分餐制服务指南
SB/T 10580 餐饮业现场管理规范

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

绿色餐饮 green catering

餐饮企业和餐饮街区将节约、环保、放心、健康的经营理念贯穿于采购、仓储、加工、服务等多个环节,提供健康饮食及相关服务的经营服务活动。

4 基本要求

4.1 应遵守建设和经营中涉及的反对浪费、节能环保、卫生安全、疫情防控等相关要求。

4.2 应在餐厅及服务场所建设环节中考虑资源节约和环境保护。应结合当地自然资源、气候等特点,科学制定建设方案,提高建筑空间使用率,减少资源消耗和对环境的负面影响。应采用环保、安全、健康的建筑装饰材料。宜使用可再生能源和替代能源,采用资源循环利用的设计应用。

4.3 应制定绿色餐饮行动方案,建立配套的经营管理制度。应明确绿色餐饮行动目标和可量化指标,包括但不限于减少固体废弃物排放、油烟排放、一次性塑料制品使用量等量化目标。

4.4 应设置绿色餐饮工作机构,由高层或主要管理者具体负责,制定绿色餐饮行动工作考核制度。开展以绿色餐饮为内容的员工培训,做好相关记录。

4.5 应建立健全安全生产管理制度,定期开展应急预案的全员培训和演练。

4.6 应保证食品原料的安全,实现源头可追溯,落实索证索票和进货查验制度。

4.7 应建立健全食品安全管理制度,配备食品安全管理人员,并对所有从业人员开展岗前及在岗期间的食品安全培训与考核。

4.8 应建立员工健康管理制度,确保员工持健康证上岗,并对所有员工开展岗前或在岗期间的健康安全培训。食品加工及餐饮服务人员应着装整洁,有良好的洗手习惯,保持好个人卫生。

1

GB/T 40042—2021

4.9 应在食品安全、反对浪费、营养健康、节约资源、保护环境方面开展宣传行动,营造绿色消费环境的氛围,引导消费者养成健康、节约的饮食习惯。

5 节约餐饮

5.1 应进行精准采购、集中管控、合理配餐,宜通过建立食材出成率标准,有效提升原料利用率。

5.2 宜建立原料生产基地。宜建立中央厨房或采用共享中央厨房模式,以集中初加工、统一配送等形式,减少原料损耗。

5.3 应加强库存管理,设定最低库存标准,降低企业库存。应强化温湿度控制,避免因保存不善引起的原料腐烂变质。

5.4 应制定菜品质量和制作流程标准,并设有专人监督落实。

5.5 应建立餐饮质量反馈机制,依据市场需求变化持续改进和提升,避免因饭菜质量、口味因素导致的餐饮浪费。

5.6 菜单设计中应适当控制菜品数量,定期更新菜单,根据市场需求提供小份菜和套餐产品。

5.7 宜根据经营能力在菜单中标注菜品主要原料、份量或建议消费人数。

5.8 应通过多种形式,在店内及在线开展制止餐饮浪费行为的宣传,积极营造浪费可耻、节约为荣的消费氛围。

5.9 在顾客订餐、点餐、加餐等环节,服务人员应提醒、引导顾客理性消费、适量点餐。

5.10 宜建立对消费者食物节约行为进行适当鼓励的制度。

5.11 宜实行分餐服务,分餐服务和管理应符合 GB/T 39002 的要求。

5.12 应主动提供餐后剩余食物打包服务,提供打包食物安全食用提示卡。宜设立打包专区。

5.13 提供宴席服务时,应由专人设计宴席菜单,合理设计宴席数量和服务流程,避免宴席中的餐饮浪费。

5.14 提供外卖服务时,应在线明示食品份量、规格、建议消费人数等信息。宜通过提供食品的不同规格选择等形式,鼓励消费者合理点餐,避免餐饮浪费。

5.15 提供自助餐服务的企业应在醒目位置提示顾客按需、少量、多次取餐,引导顾客合理取餐、避免餐饮浪费。

5.16 提供团餐服务的企业应有剩余菜品分析、改进制度,根据用餐人群需求合理调整菜品,减少餐饮浪费。宜实施精细化管理,利用信息化手段预测用餐人数,对供餐实施动态管理。

6 环保餐饮

6.1 节约能源

6.1.1 应通过安装计量仪表,对主要用能设备和功能区域的能耗实施监测,建立水、电、气、油等主要能耗的台账,并每月进行对比分析,促进节能管理水平提升。

6.1.2 应定期对厨房设备设施以及空调、供热、照明等用能设备进行巡检和维护,确保运行正常、安全,减少能源损耗。

6.1.3 宜使用先进节能节水设备技术和管理方法。应定期对水网进行漏损检测,及时解决水渗漏问题,避免水资源浪费。

6.1.4 应根据当地情况将餐厅温度控制在合理的范围之内。

6.1.5 宜采用油水分离装置。

2

GB/T 40042—2021

6.2 环境保护

- 6.2.1 不应使用不可降解一次性塑料餐(饮)具。
- 6.2.2 宜开展数字化办公和管理,减少纸张等耗材的使用。
- 6.2.3 应对消耗品实施定额管理,提倡循环利用和综合利用。
- 6.2.4 宜制定鼓励废旧物品再利用的措施。
- 6.2.5 宜选择使用获得环境标志的产品。
- 6.2.6 打包盒、外卖包装等应选用可循环利用或环保可降解材质,避免或减少过度包装。
- 6.2.7 应采取减少生活固体废弃物的排放量,对生活固体废弃物实施分类处理。垃圾箱应加盖,储运过程中不应对环境产生危害;厨余垃圾宜密封保存,宜进行无害化处理。
- 6.2.8 应将餐厨垃圾、废弃油脂交由有资质的单位处理,并签订合同。
- 6.2.9 不应烹制及售卖野生动物及其制品。

7 放心餐饮

7.1 放心厨房

- 7.1.1 厨房现场管理要求应符合 SB/T 10580 的要求。
- 7.1.2 功能操作间应满足功能操作需求,流程布局合理,动线安排应避免交叉污染。
- 7.1.3 应规范原料存放、领用、禁用管理。冰箱、冷库设备完善,生、熟食品分开,标识标签内容完整、位置明显。
- 7.1.4 添加剂应单独存放、专人管理。
- 7.1.5 食品的加工、储存、处置及设备、餐器具清洁和消毒应符合操作规范,防止交叉污染。
- 7.1.6 用于加工生、熟食品和各类动植物性原料的砧板、刀具、容器应分开并标识。
- 7.1.7 应按程序清洁、消毒餐器具,并做好保洁措施。顾客接触到的菜单及点餐设备应定期做好清洁、消毒。
- 7.1.8 各区域按照卫生要求,应实施清洁、消毒标识可视化管理。

7.2 诚信经营

- 7.2.1 所有产品和服务的标价应清晰、醒目。
- 7.2.2 宜对肉类、蔬菜、食用油等主要原料的来源等重要信息向消费者公示。
- 7.2.3 应进行诚信承诺,不缺斤短两,宣传标贴应合规。
- 7.2.4 应建立并实施服务投诉处理机制,主动接受社会监督。

8 健康餐饮

- 8.1 应将营养管理和营养知识纳入员工培训内容,做好对各级、各岗位人员,特别是烹饪技师的饮食营养健康知识培训。
- 8.2 宜选用获得绿色食品或有机食品认证的食品原料,优先选用本地食品原料和应季食品原料。
- 8.3 在烹饪环节中,应在确保食品安全前提下,减少各种营养素的损失,避免过度加工。
- 8.4 应有营养配餐人员,对菜品营养进行综合分析,做到菜单营养搭配合理。
- 8.5 宜针对特定人群推出营养菜品或套餐搭配,根据季节变化推出时令食品。
- 8.6 宜对菜品进行营养标识,内容和形式参考《餐饮食品营养标识指南》的要求。
- 8.7 在消费者点餐过程中,服务人员应根据就餐人数做出营养平衡建议,引导消费者按照营养科学的

3

GB/T 40042—2021

要求,做到平衡膳食、健康饮食。

8.8 提供团餐服务的企业应提升专业配餐能力,宜定期对食谱进行营养综合分析,并向用餐人群反馈。

9 绿色餐饮街区

- 9.1 绿色餐饮街区应有引领区内餐饮企业实施绿色行动的行动计划和量化指标,并落实执行。
- 9.2 绿色餐饮街区应在街区内积极营造浪费可耻、节约为荣的氛围,并结合主题开展多种形式宣传。
- 9.3 绿色餐饮街区内应普及节能节水技术和产品,以提高街区节能节水能力。
- 9.4 绿色餐饮街区应在街区内统一实施公共垃圾分类收运、处置。
- 9.5 绿色餐饮街区内所有餐饮企业应符合第4章~第8章的要求。

10 持续改进

- 10.1 餐饮企业和餐饮街区应定期收集、分析相关方意见。
- 10.2 餐饮企业和餐饮街区应定期对绿色餐饮实施情况进行自我评价与评价,采取改进措施,对改进措施的实施过程和结果进行验证,并保存相应记录。

4

GB/T 40042—2021

参 考 文 献

- [1] 中华人民共和国食品安全法
- [2] 餐饮服务食品安全监督管理办法(卫生部令第71号)
- [3] 网络餐饮服务食品安全监督管理办法(国家食品药品监督管理总局令第36号)
- [4] 市场监管总局关于发布餐饮服务食品安全操作规范的公告(国家市场监督管理总局公告2018年第12号)
- [5] 商务部、中央文明办、发展改革委、教育部、生态环境部、住房城乡建设部、人民银行、国管局、银保监会《关于推动绿色餐饮发展的若干意见》(商服贸发[2018]17号)
- [6] 关于印发《餐饮服务营养标识指南》等3项指南的通知(国家卫生健康委员会 国卫办食品函[2020]975号)



欢迎您加入 中国饭店协会 (CHA)

Welcome to join CHA and grow with us

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员自愿组成的全国性、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。

China Hospitality Association is a national industry association authorized by the Ministry of Civil Administration of the People's Republic of China. CHA provides services for the enterprises of national hotel and catering industry, relevant vocational colleges, suppliers, and industrial professionals. Established in 1994, we are a premier organization that represents nationwide hotel, lodging, restaurants and catering services. Our highly dedicated professionals are ready to serve the hospitality industry by focusing on hotel / restaurant retrofits and brand image improvement to our members. The association successfully organized various projects, such as Chinese Gourmet Festival, China Hotel Cultural Festival, China Green Hotel, Certified Hotel Professional Managers, Nationwide Hospitality Skill Competition and Hotel Industry Conference. In recent years, the China Hospitality Association has won the titles of "civilized unit of Chinese state organs", "civilized unit of State-owned Assets Supervision and Administration Commission of the State Council", and becomes a more influential national industry association.



会员服务 Member Service

- 1、宣传推广：**在协会官方网站、《中国饭店业》杂志、微信公众平台，开辟会员天地专栏，为会员企业进行免费宣传及经典案例分享，同时每月向会员单位免费发放《中国饭店业》杂志。
- 2、品牌建设：**帮助优秀会员企业境内外上市，通过协会的推荐，已有一批企业获得了中国驰名商标，中华老字号称号等，开展饭店业金鼎奖表彰。依据行业调查及平台大数据，发布中国饭店集团TOP50，中国餐饮企业TOP100、中国团餐企业TOP100、中国火锅企业TOP100、单体酒店品质服务TOP100等榜单。
- 3、经验交流：**组织专项座谈会，企业间进行成功经验分享，如：会长会、常务理事会议、理事会、年终总结交流会、教育中心培训课程等。
- 4、人才推荐：**为会员企业推荐优秀的职业经理人，定向输送一线服务人员。
- 5、行业诉求：**走访会员企业，收集汇总企业诉求，向国家有关部门反馈会员愿望，保护会员的合法权益。
- 6、公益活动：**对“三区三州”等贫困地区食材发展进行精准扶贫，邀请业内专家研发食材产品，组织公益慈善晚宴。