

2015

中国餐饮业年度报告

2014 财政年度
Financial Year 2014

2015 中国餐饮业年度报告

2015 CHINA RESTAURANT INDUSTRY SURVEY REPORT

2014财政年度

Financial Year 2014

发布单位

中国饭店协会

编 委 会

主 编：陈新华

副 主 编：张景富、平安稳

编 委：宋小溪

数据收集：金勇、丁志刚、张宪红、李剑锋、何娟、崔明杰、邢程

目 录

关于此报告.....	5
第一部分 2015年度国内各省市餐饮收入排行（2014财年）	6
（一）2015年度国内各省市市区餐饮收入排行	6
（二）2015年度“丝绸之路”主要省市区餐饮收入排行	7
（三）2015年度“21世纪海上丝绸之路”主要省市区餐饮收入排行	7
（四）2015年度“京津冀”主要省市餐饮收入排行	8
（五）2015年度“长江经济带”主要省市餐饮收入排行	8
第二部分 2015年度中国餐饮集团百强榜（2014财年）	9
（一）2015中国特色餐饮集团50强	9
（二）2015中国火锅餐饮集团30强	11
（三）2015中国快餐集团10强	12
（四）2015中国西餐及休闲餐饮集团10强	12
第三部分 2014年度餐饮市场经营分析	13
（一）高端餐饮市场分析.....	13
（二）大众餐饮市场分析.....	15
（三）火锅市场分析.....	18
（四）快餐市场分析.....	20
（五）西餐休闲餐饮市场分析.....	22
第四部分 2015经营情况预期	25
（一）经营预期.....	25
（二）发展计划.....	26
附件.....	28
国务院办公厅关于促进内贸流通健康发展的若干意见	28
《餐饮业经营管理办法（试行）》解读	33
商务部关于加快发展大众化餐饮的指导意见	38
《餐饮业服务质量评估规范》国家行业标准	42



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

本次报告共汇总了全国不同业态餐饮企业的情况，涉及餐馆几千家，总餐位数上百万，主要是国内餐饮行业中各业态、各区域的代表性企业和领军企业。在此基础上，我们以企业申报和专家调查相结合，以直营店数据为主，以上市公司合并报表原则为准，发布了“中国餐饮集团百强排名”。前100集团营业收入超过1000亿元，占全国餐饮业营业收入3.6%。本报告发布的“中国餐饮集团百强”适应新型业态加速发展趋势，按特色餐饮、火锅餐饮、快餐、西餐及休闲餐饮分为四个类别。

本次报告发布的国内各省市餐饮收入排行，这些数据都源于各省市自治区2014年统计公报。前10大省市餐饮营业收入共计18360亿元，占全国餐饮业营业收入的66%，这些区域在全国餐饮业中发挥着举足轻重的作用。

2014年，在国家宏观经济增速放缓以及中央八项规定、厉行节约等系列举措的作用下，我国餐饮业进入了深度转型期，从两位数高增长转向个位数增长，全国餐饮收入达到27860亿元，同比增长9.7%。限额以上单位餐饮收入达到8208亿元，同比增长2.2%。应该说经营情况逐步恢复，但是由于经营成本加大以及人均消费减少，企业利润率严重下滑。同时，消费市场进入8090时代，以及移动互联网和大数据等外部环境变化带来行业前所未有的变革创新，行业转向小而美、快时尚、慢精品的新常态，关键词很聚焦：产业格局震荡，盈利能力下行，新兴业态快速发展，传统的高大上店面面临生存危机，跨界、融合、创新、并购、转型等交织在一起，互联网化、大众化、产业化、国际化趋势加快。应该说，13年至今，中国饭店业正在经受的结构性变革是前所未有的，也倒逼行业创新，这种市场和技术双重推力下的变革改写了这个传统行业，奠定了行业未来十年的发展方向。2014年中国餐饮发展趋势在国家主管部门、媒体、学术机构一致的十大关键词是：餐饮O2O、体验式餐饮、中央厨房、婚庆喜宴、新生二代品牌、供应链整合、餐饮众筹、商场餐饮、特色餐饮、餐厅小型化。这些关键词基本上反映了餐饮业未来一个时期的发展趋势。

最后，感谢所有参与本年度《中国餐饮业年度报告》的企业对此次意义深远的研究的支持，正是由于有这些优秀企业的大力支持，本研究才得以成功面世。

高铭

中国饭店协会会长

关于此报告

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

2、本报告主要依据中国饭店协会对全国范围内近百家典型企业调查数据进行的测算和定性分析。

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

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

第一部分 2015年度国内各省市餐饮收入排行 (2014财年)

(一) 2015年度国内各省市市区餐饮收入排行

地区	餐饮收入(亿元)	同比增速	增速比上年同期 变动百分点	统计口径	常住人口(万人)
广东省	2836.6	8.30%	0.7		10644
山东省	2499.3	11.4%	0.7		9789.43
江苏省	2120.3	10.1%	-0.9		7939.49
河南省	1812.4	13.10%	-0.7		9413
浙江省	1714.1	10.10%	1.5		5503.4
四川省	1671	10.10%	0		8041.75
河北省	1600	16.6%	-		7383.75
湖北省	1565.7	16.1%	9.7		5799
辽宁省	1326.6	12.6%	-		4390
湖南省	1214.5	10.90%	-4.6		6690.6
内蒙古	1076	14.5%	5	含住宿	2504.81
福建省	1039.7	8.30%	-1.2		3774
黑龙江省	902.9	16.5%	-		3834
云南省	900	18.1%	-		4596.6
上海市	837.2	5.70%	-	含住宿	2415
安徽省	769.8	13.20%	1.1		6082.9
重庆市	756.8	13.40%	2.2	含住宿	2991.4
天津市	748.6	11.40%	-2.1	含住宿	1472.21
北京市	713	-0.8%	4.2		2151.6
江西省	681	17%	-		4522.15
吉林省	680.44	11.1%	-0.9		2746
陕西省	537.8	8.60%	4.2		3763.7
山西省	513.2	9.2%	-3.9		3630
甘肃省	496.07	16.10%	-		2584.98
广西	379.7	6.4%	-	含住宿	4719

地区	餐饮收入(亿元)	同比增速	增速比上年同期变动百分点	统计口径	常住人口(万人)
贵州	223.9	8.20%	2.2		3502.22
新疆	220.86	10.70%	-2		2232.78
海南省	176.7	12.70%	1.4		903.48
宁夏	94.9	18.90%	8.7		661.54
西藏	56.91	8.4%	-		300.2
青海省	51.11	6.2%	-0.8		583.42

(二) 2015 年度“丝绸之路”主要省市区餐饮收入排行

地区	餐饮收入(亿元)	同比增速	增速比上年同期变动百分点	统计口径	常住人口(万人)
四川省	1671	10.10%	0		8041.75
内蒙古	1076	14.5%	5	含住宿	2504.81
云南省	900	18.1%	-		4596.6
重庆市	756.8	13.40%	2.2	含住宿	2991.4
陕西省	537.8	8.60%	4.2		3763.7
甘肃省	496.07	16.10%	-		2584.98
新疆	220.86	10.70%	-2		2232.78
宁夏	94.9	18.90%	8.7		661.54
青海	51.11	6.2%	-0.8		583.42

(三) 2015 年度“21 世纪海上丝绸之路”主要省市区餐饮收入排行

地区	餐饮收入(亿元)	同比增速	增速比上年同期变动百分点	统计口径	常住人口(万人)
广东省	2836.6	8.30%	0.7		10644
山东省	2499.3	11.4%	0.7		9789.43
江苏省	2120.3	10.1%	-0.9		7939.49
浙江省	1714.1	10.10%	1.5		5503.4
福建省	1039.7	8.30%	-1.2		3774
上海市	837.2	5.70%	-	含住宿	2415
天津市	748.6	11.40%	-2.1	含住宿	1472.21
广西	379.7	6.4%	-	含住宿	4719
海南省	176.7	12.70%	1.4		903.48

(四) 2015 年度“京津冀”主要省市餐饮收入排行

地区	餐饮收入(亿元)	同比增速	增速比上年同期 变动百分点	统计口径	常住人口(万人)
河北省	1600	16.6%	-		7383.75
天津市	748.6	11.40%	-2.1	含住宿	1472.21
北京市	713	-0.8	4.2		2151.6

(五) 2015 年度“长江经济带”主要省市餐饮收入排行

地区	餐饮收入(亿元)	同比增速	增速比上年同期 变动百分点	统计口径	常住人口(万人)
江苏省	2120.3	10.1%	-0.9		7939.49
浙江省	1714.1	10.10%	1.5		5503.4
四川省	1671	10.10%	0		8041.75
湖北省	1565.7	16.1	9.7		5799
湖南省	1214.5	10.90%	-4.6		6690.6
云南省	900	18.1%	-		4596.6
上海市	837.2	5.70%	-	含住宿	2415
安徽省	769.8	13.20%	1.1		6082.9
重庆市	756.8	13.40%	2.2	含住宿	2991.4
江西省	681	17%	-		4522.15
贵州	223.9	8.20%	2.2		3502.22

第二部分 2015年度中国餐饮集团百强榜 (2014财年)

自2013年中国餐饮业增速收入创20年来最低速以来,2014年全国餐饮收入27860亿元,同比增长9.7%,比上年加快0.7个百分点,终止了连续三年增速下滑的颓势。限额以上单位餐饮收入8208亿元,同比增长2.2%,增速由负转正,比上年大幅增长4个百分点。中国餐饮业在政府政策推动、居民消费持续增强、行业创新转型驱动下,呈现了大众转型、结构优化、动力转换的新趋势。

从中国餐饮集团百强情况来看,经过两年的调整,百强企业市场地位重新洗牌,大众餐饮成为市场新的主体。百强企业营业额合计超过1000亿元,杭州饮食服务集团以其近46亿的营收继续蝉联百强榜首,旗下坐拥多家老字号的上海杏花楼(集团)股份有限公司、北京华天饮食集团公司位居其后;火锅餐饮企业四川海底捞餐饮股份有限公司、内蒙古小尾羊餐饮连锁有限公司、北京黄记煌餐饮管理有限责任公司;快餐企业真功夫餐饮管理有限公司、味千(中国)控股有限公司、北京庆丰包子铺;西餐及休闲餐饮企业中浙江两岸食品连锁有限公司、厦门豪客来餐饮管理有限公司、江苏水天堂餐饮管理有限公司分获各自业态前三位。

(一) 2015 中国特色餐饮集团 50 强

序号	单位名称
1	杭州饮食服务集团
2	上海杏花楼(集团)股份有限公司
3	北京华天饮食集团公司
4	重庆陶然居饮食文化(集团)有限公司
5	中国全聚德(集团)股份有限公司
6	小南国餐饮控股有限公司
7	广州酒家集团股份有限公司
8	丰收日集团
9	外婆家餐饮连锁机构
10	眉州东坡餐饮管理(北京)有限公司
11	山东凯瑞餐饮集团
12	山东蓝海酒店集团
13	安徽同庆楼集团

序号	单位名称
14	狗不理集团股份有限公司
15	广州市东江海鲜饮食集团有限公司
16	北京西贝餐饮管理有限公司
17	上海避风塘餐饮投资有限公司
18	舒友集团有限公司
19	俏江南集团
20	上海顺风餐饮集团有限公司
21	南京古南都投资发展集团有限公司
22	合肥蜀王餐饮集团
23	上海老城隍庙餐饮（集团）有限公司
24	上海苏浙汇投资管理咨询有限公司
25	江苏大惠企业发展有限公司
26	浙江向阳渔港集团股份有限公司
27	上海新荣记餐饮管理有限公司
28	宁波石浦酒店管理发展（集团）有限公司
29	北京新世纪青年饮食有限公司
30	西安饮食股份有限公司
31	武汉艳阳天商贸发展有限公司
32	炳胜饮食集团
33	上海梅龙镇（集团）有限公司
34	重庆阿兴记产业（集团）有限公司
35	温州云天楼实业有限公司
36	成都大蓉和餐饮管理有限公司
37	武汉湖锦娱乐发展有限责任公司
38	旺顺阁（北京）投资管理集团
39	湖南徐记酒店管理有限公司
40	洛阳餐旅集团
41	成都老房子餐饮管理有限公司
42	绍兴咸亨集团
43	广州耀华饮食集团
44	长沙市饮食集团有限公司
45	权金城企业管理（北京）有限公司

序号	单位名称
46	四平李连贵饮食服务股份有限公司
47	北京便宜坊烤鸭集团有限公司
48	新疆路上文化餐饮有限责任公司
49	杭州楼外楼实业集团股份有限公司
50	贵州雅园饮食娱乐有限责任公司

(二) 2015 中国火锅餐饮集团 30 强

序号	单位名称
1	四川海底捞餐饮股份有限公司
2	内蒙古小尾羊餐饮连锁有限公司
3	北京黄记煌餐饮管理有限责任公司
4	重庆德庄实业(集团)有限公司
5	浙江凯旋门澳门豆捞控股集团有限公司
6	重庆刘一手餐饮管理有限公司
7	呷哺呷哺餐饮管理有限公司
8	重庆朝天门餐饮控股集团有限公司
9	内蒙古小肥羊餐饮连锁有限公司
10	重庆奇火哥快乐餐饮有限公司
11	刘一锅餐饮管理有限公司
12	重庆秦妈餐饮管理有限公司
13	陕西一尊餐饮管理有限公司
14	重庆佳永小天鹅餐饮有限公司
15	四川香天下餐饮管理有限公司
16	北京东来顺集团有限责任公司
17	重庆家福饮食文化有限公司
18	北京新辣道餐饮管理有限公司
19	河南百年老妈饮食管理有限公司
20	巴奴毛肚火锅
21	重庆鲁西肥牛餐饮文化发展有限公司
22	内蒙古草原牧歌餐饮连锁股份有限公司
23	江苏品尚餐饮连锁管理有限公司
24	大连彤德莱餐饮管理有限公司

序号	单位名称
25	成都市皇城老妈酒店管理有限公司
26	河北大胖人餐饮连锁管理有限责任公司
27	四川蜀九香企业管理有限公司
28	济南骄龙豆捞餐饮有限公司
29	四川麻辣空间餐饮管理有限公司
30	深圳万味源餐饮管理有限公司

(三) 2015 中国快餐集团 10 强

序号	单位名称
1	真功夫餐饮管理有限公司
2	味千(中国)控股有限公司
3	北京庆丰包子铺
4	安徽老乡鸡餐饮有限公司
5	大连亚惠美食有限公司
6	浙江老娘舅餐饮有限公司
7	北京嘉和一品企业管理股份有限公司
8	烟台蓝白餐饮有限公司
9	山东金德利集团快餐连锁有限责任公司
10	哈尔滨东方众合餐饮有限责任公司

(四) 2015 中国西餐及休闲餐饮集团 10 强

序号	单位名称
1	浙江两岸食品连锁有限公司
2	厦门豪客来餐饮管理有限公司
3	厦门豪享来餐饮管理有限公司
4	江苏水天堂餐饮管理有限公司
5	广州市绿茵阁餐饮连锁有限公司
6	济南东方豪客餐饮管理有限公司
7	五十七度湘餐饮管理有限公司
8	一级棒餐饮集团有限公司
9	迪欧餐饮集团
10	上海赤坂亭餐饮投资管理有限公司

第三部分 2014年度餐饮市场经营分析

2014年，在国家宏观经济增速放缓以及八项规定、厉行节约等系列举措的作用下，我国餐饮业进入了深度转型期，从两位数高增长转向个位数增长，从高大上转向小而美。餐饮业因公消费大幅减少，私人消费持续增加；高端消费明显下降，理性消费持续增加；包间的消费水平明显降低，线上消费快速上升；80后的消费、老百姓的休闲度假消费、婚庆消费保持旺盛。

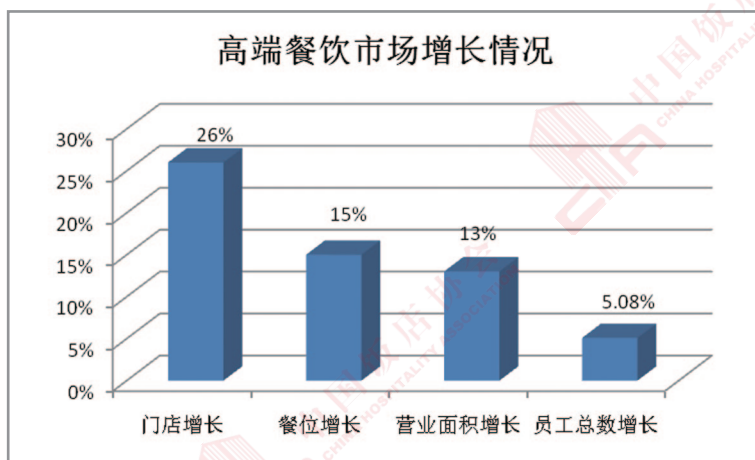
2014年餐饮业十大关键词包括：O2O、体验式餐饮、中央厨房、婚庆喜宴、新生二代品牌、供应链整合、餐饮众筹、商场餐饮、特色餐饮、餐厅小型化等。这些市场运行特点和企业“四升一降”，构成了中国餐饮业未来发展的新常态。

（一）高端餐饮市场分析

1、营收情况

项目	数值
每平米营收	0.86 万元
每餐位营收	2.8 万元
人均劳效	18.09 万元
人均消费变动	较上年下降 20%
消费人次	较上年增长 10%

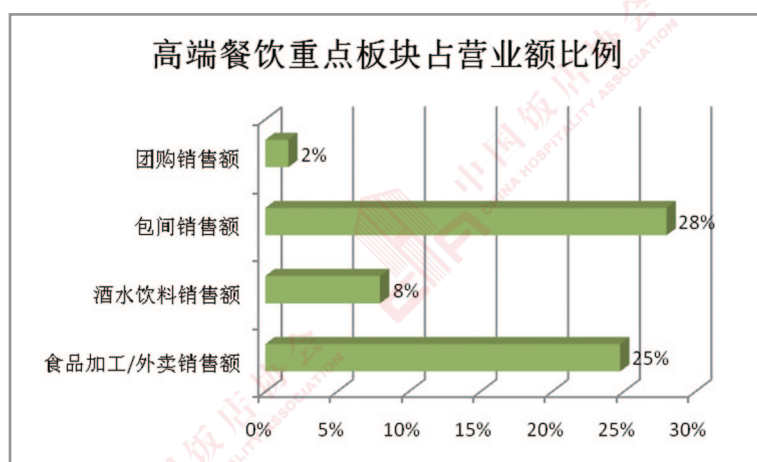
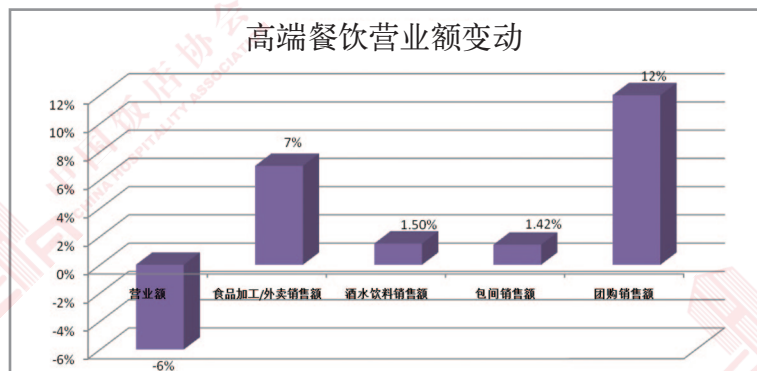
2、增长情况



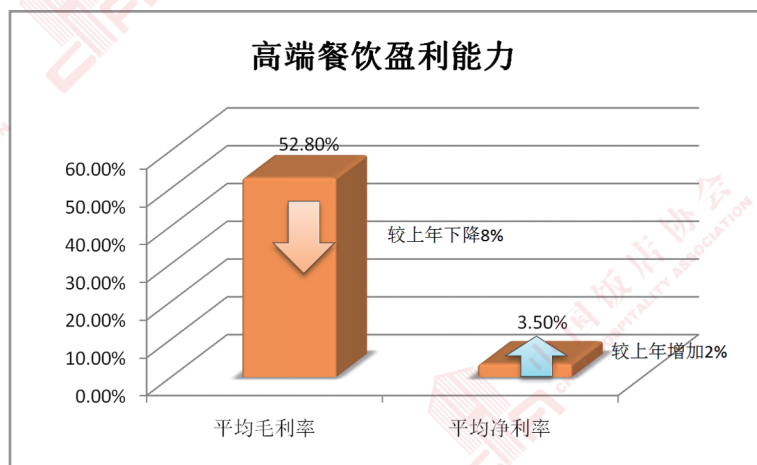
3、产业化程度

项目	数量
中央厨房比例	平均 1.6 个
种养殖基地比例	平均 0.6 个

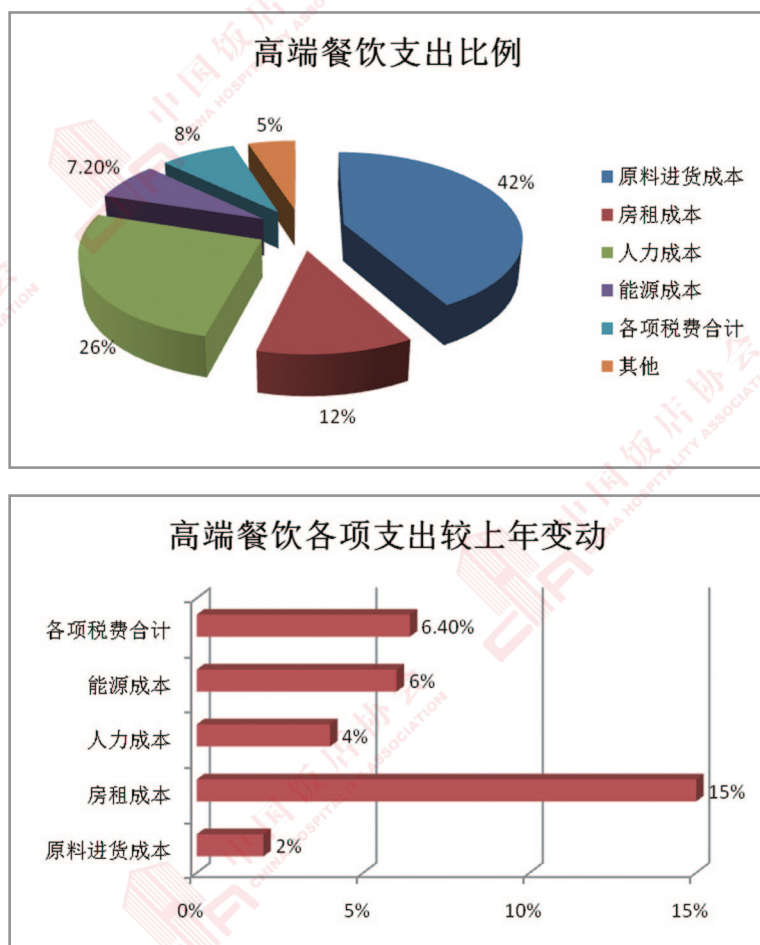
4、营业额变动及构成



5、盈利情况



6、支出比例及变动



7、员工流失

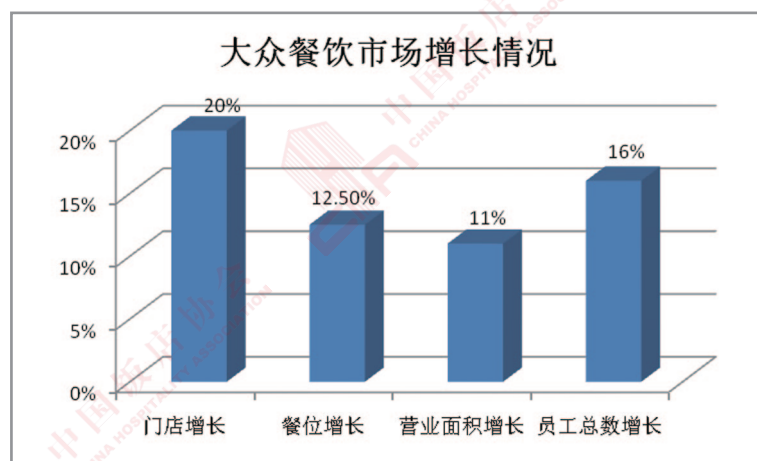
年平均员工流失率 :13%

(二) 大众餐饮市场分析

1、营收情况

项目	数值
每平米营收	1.04 万元
每餐位营收	5.19 万元
人均劳效	14.09 万元
人均消费变动	较上年增长 15.2%
消费人次	较上年增长 9.5%

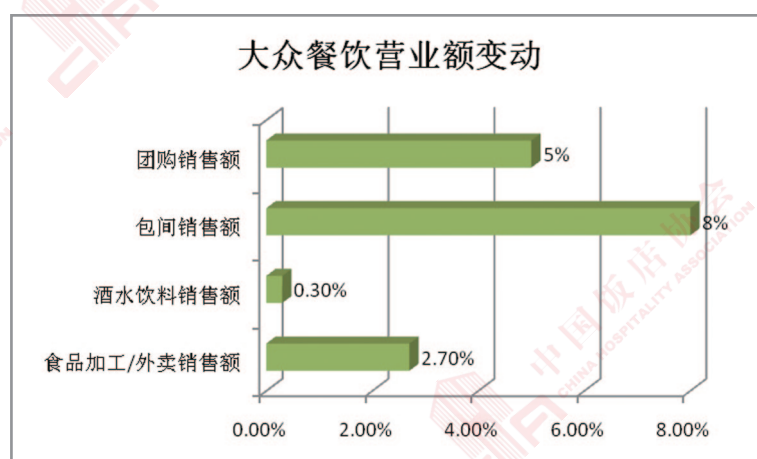
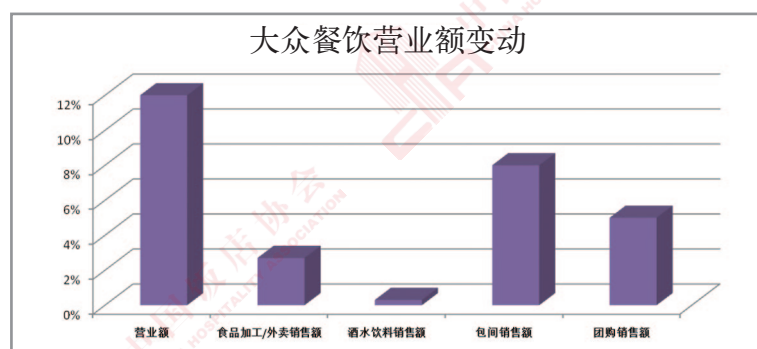
2、增长情况



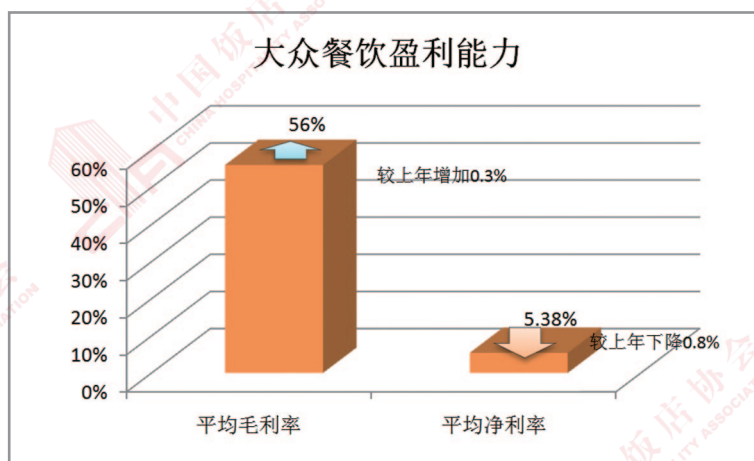
3、产业化程度

项目	数量
中央厨房比例	平均 0.8 个
种养殖基地比例	平均 0.34 个

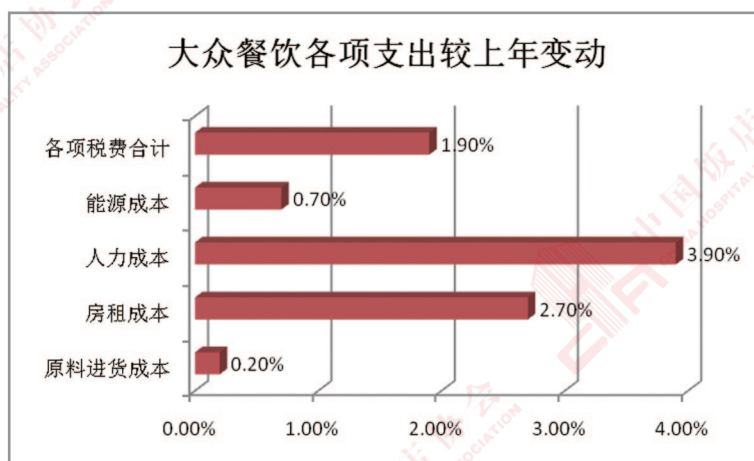
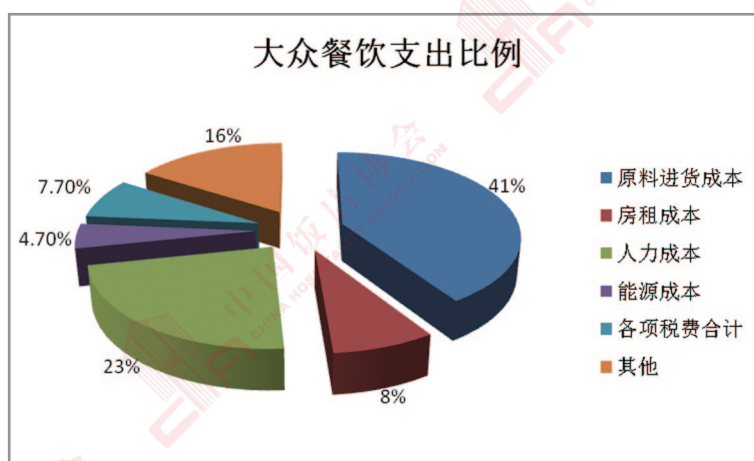
4、营业额变动及构成



5、盈利情况



6、支出比例及变动



7、员工流失

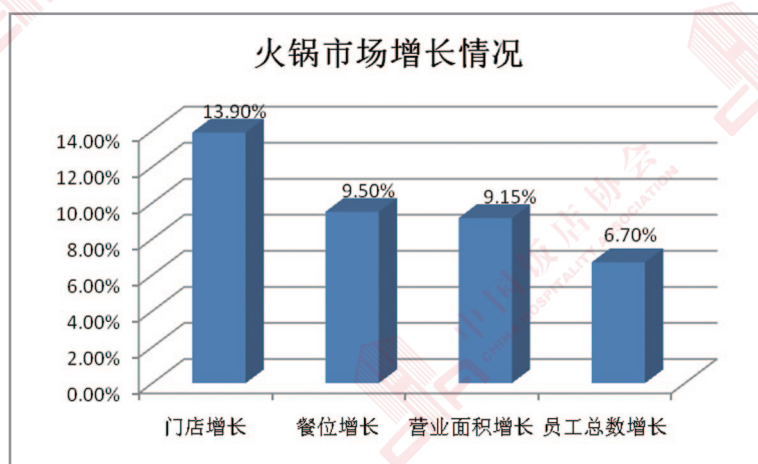
年平均员工流失率 :4.5%

（三）火锅市场分析

1、营收情况

项目	数值
每平米营收	1.48 万元
每餐位营收	3.87 万元
人均劳效	18.12 万元
人均消费变动	较上年增长 12.3%
消费人次	较上年增长 0.7%

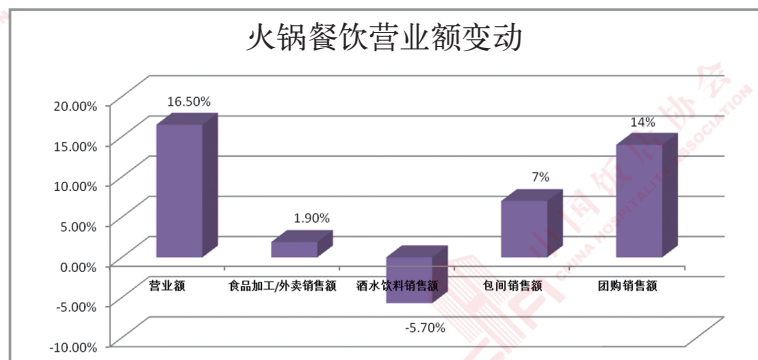
2、增长情况

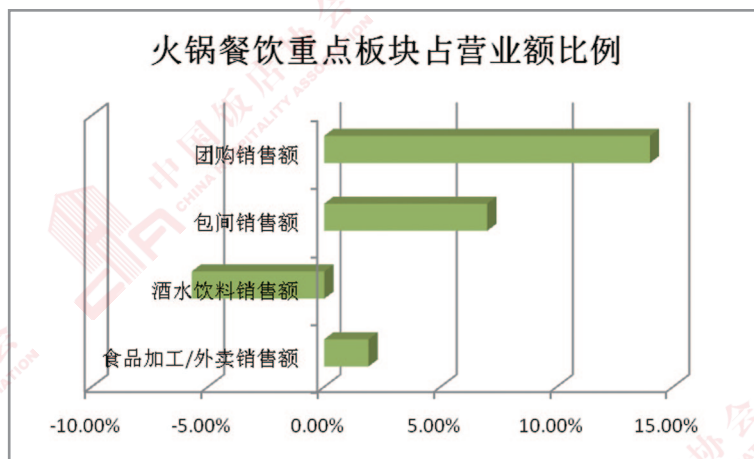


3、产业化程度

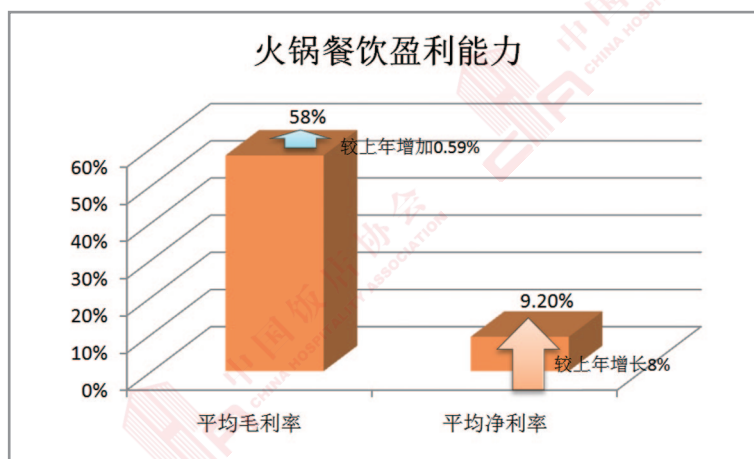
项目	数值
中央厨房比例	平均 1 个
种养殖基地比例	平均 0.5 个

4、营业额变动及构成

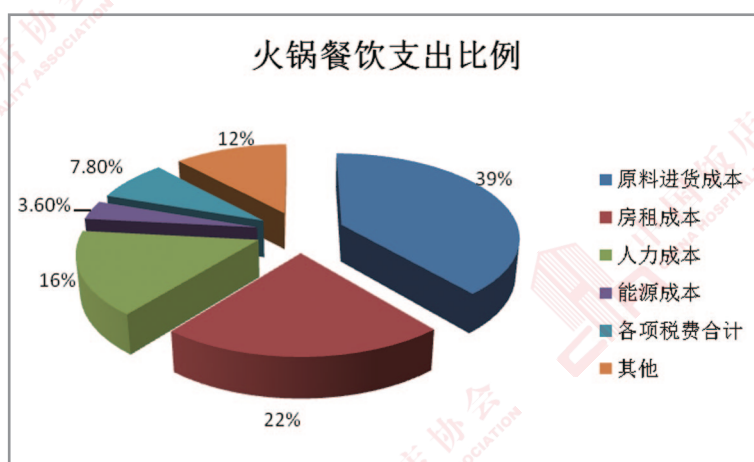


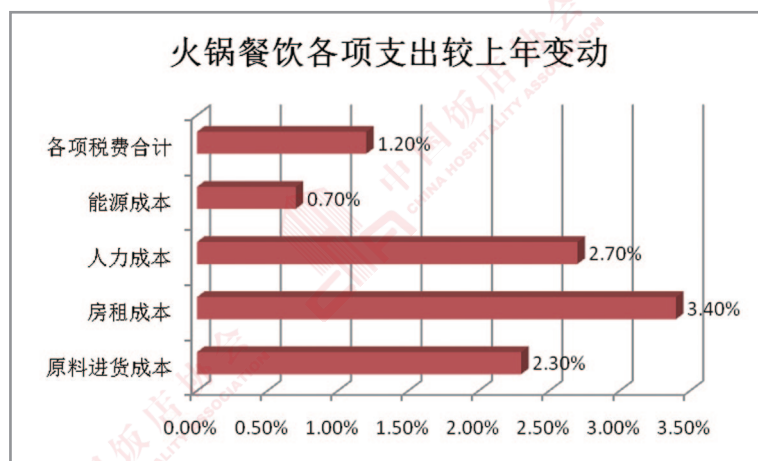


5、盈利情况



6、支出比例及变动





7、员工流失

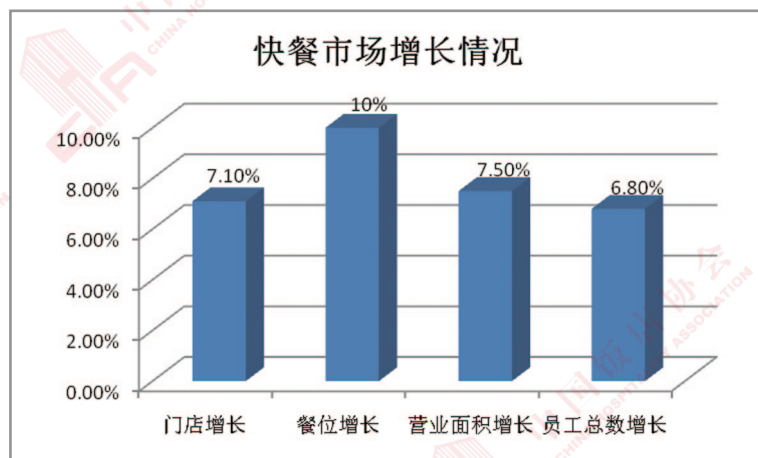
年平均员工流失率 :21%

(四) 快餐市场分析

1、营收情况

项目	数值
每平米营收	3.83 万元
每餐位营收	6.9 万元
人均劳效	25.6 万元
人均消费变动	较上年增长 1.5%
消费人次	较上年增长 7%

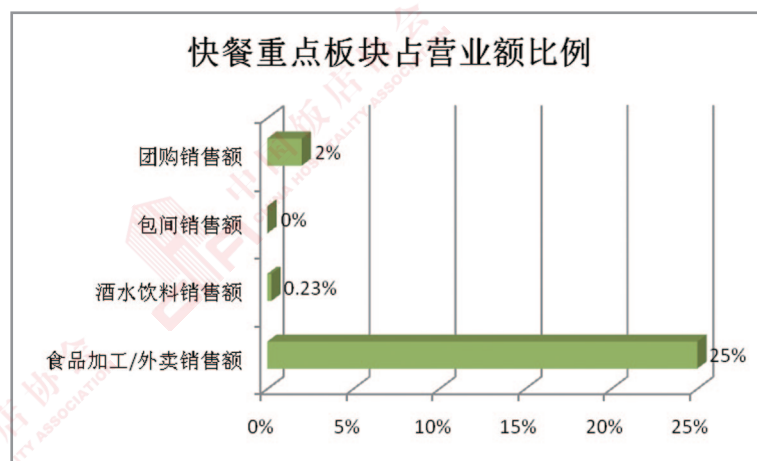
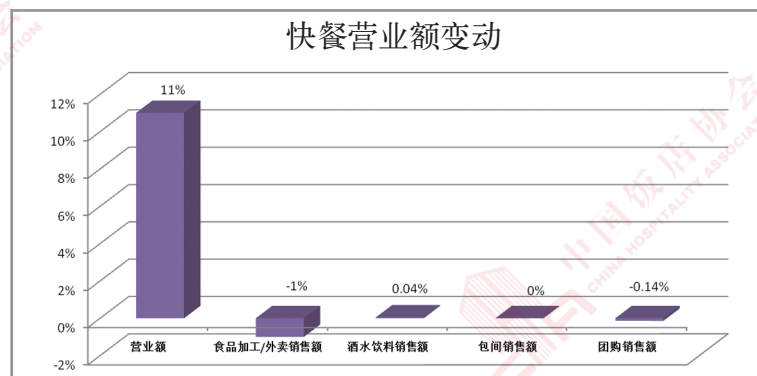
2、增长情况



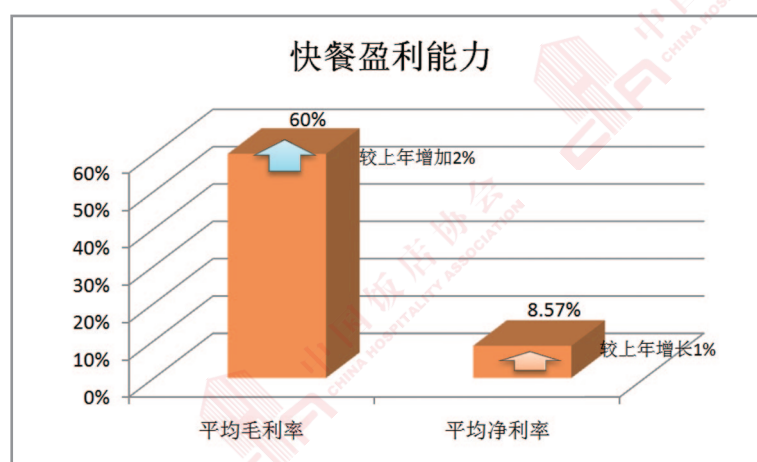
3、产业化程度

项目	数值
中央厨房比例	平均 2.25 个
种养殖基地比例	平均 1 个

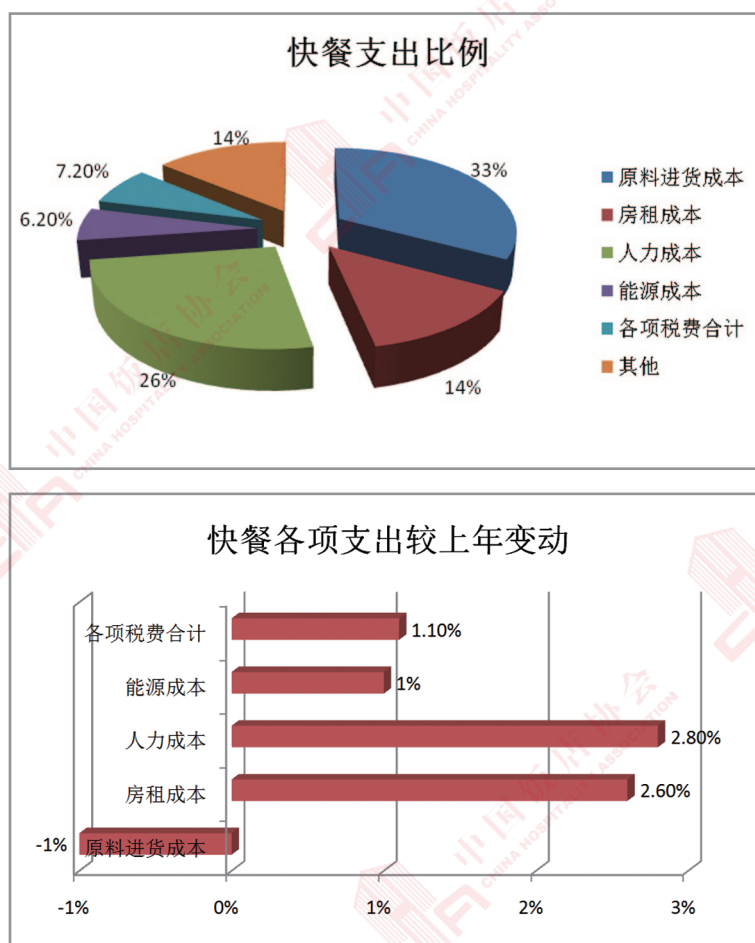
4、营业额变动及构成



5、盈利情况



6、支出比例及变动



7、员工流失

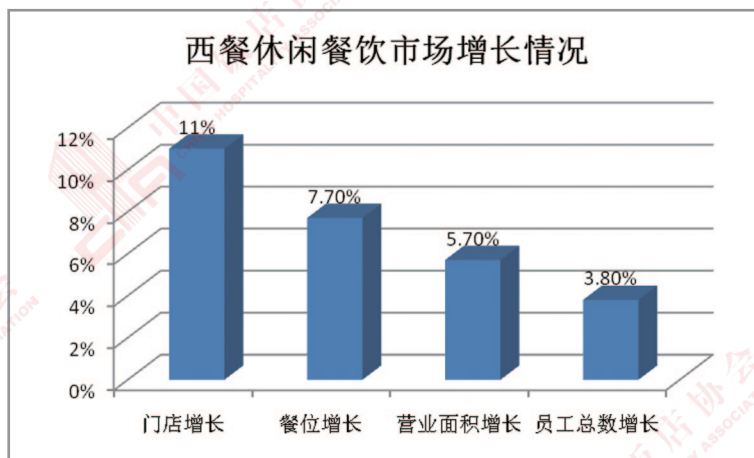
年平均员工流失率:18%

(五) 西餐休闲餐饮市场分析

1、营收情况

项目	数值
每平米营收	0.86 万元
每餐位营收	2.3 万元
人均劳效	11.13 万元
人均消费变动	较上年增长 15%
消费人次	较上年增长 5%

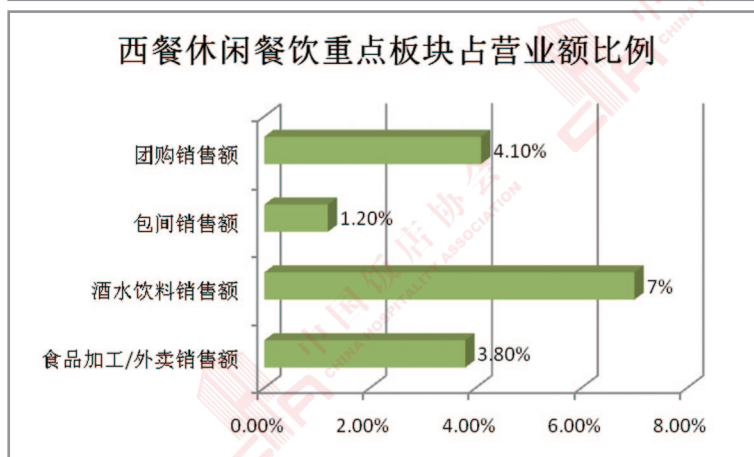
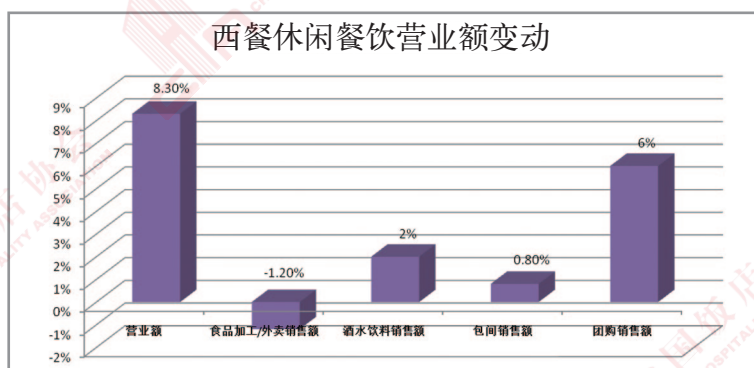
2、增长情况



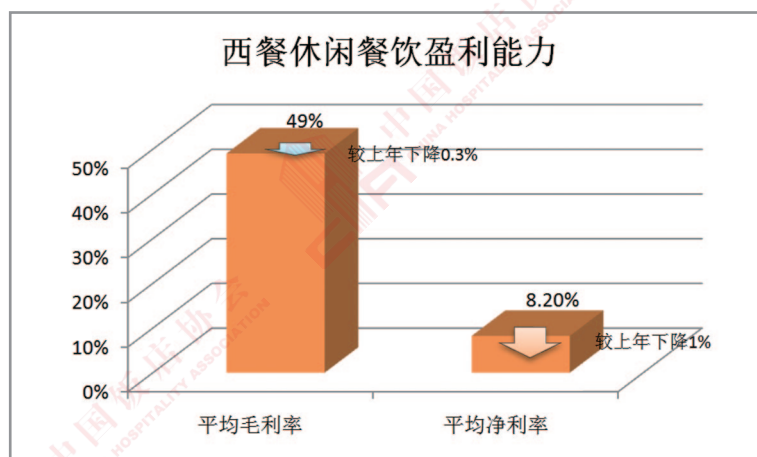
3、产业化程度

项目	数值
中央厨房比例	平均 0.6 个
种养殖基地比例	平均 0.34 个

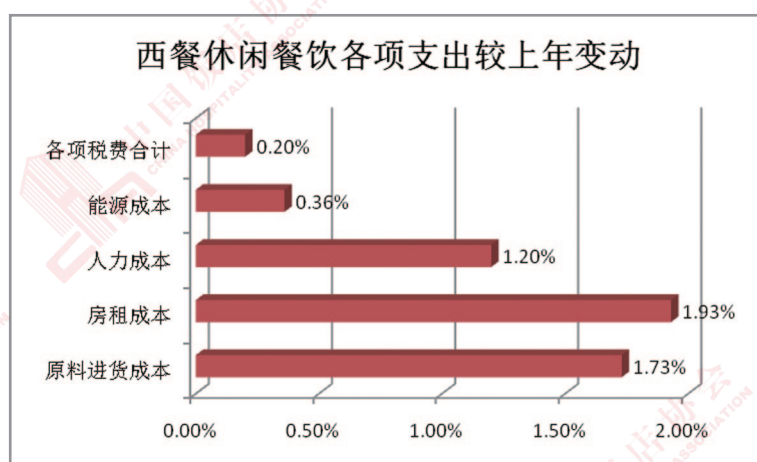
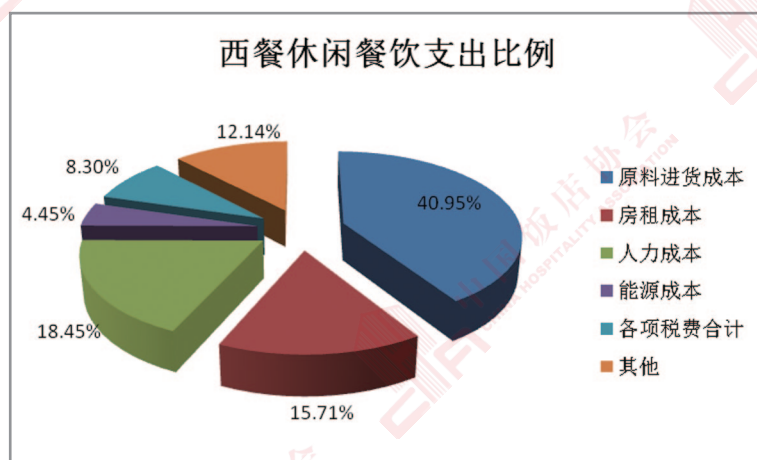
4、营业额变动及构成



5、盈利情况



6、支出比例及变动



7、员工流失

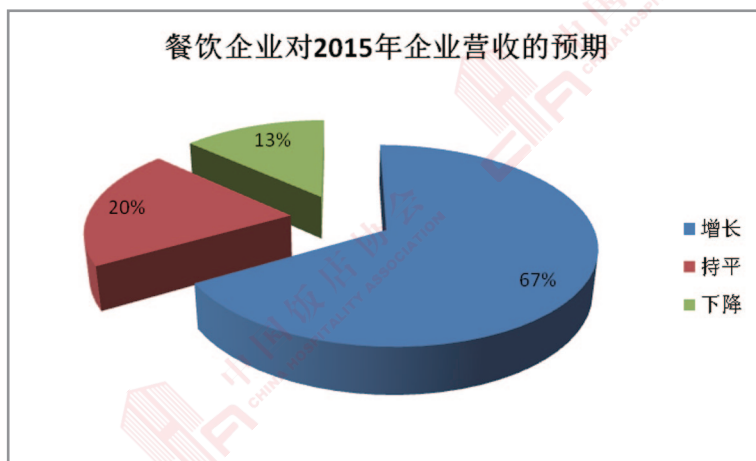
年平均员工流失率 :6%

第四部分 2015经营情况预期

(一) 经营预期

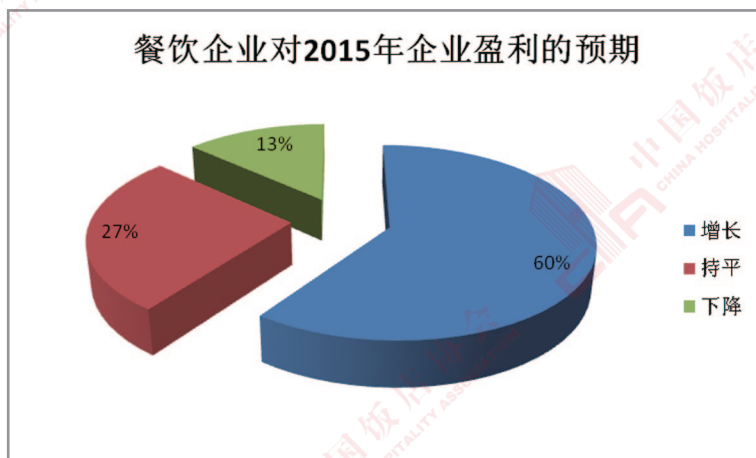
餐饮企业对 2015 年经营情况的预期较为乐观，更多的企业预判自身将通过经营创新实现营收和盈利的增长。

1、对 2015 营收的预期



平均预期增长幅度达 6%

2、对 2015 盈利的预期

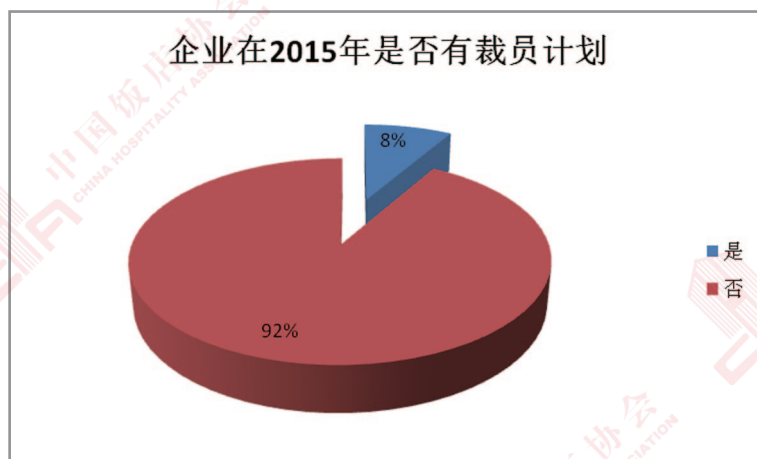


平均预期增长幅度达 6.4%

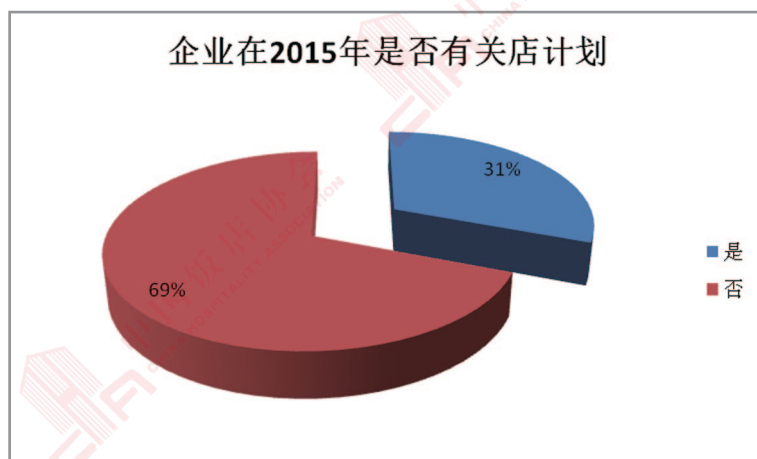
（二）发展计划

在经营乐观的预期下，大多数企业采取了扩张战略，选择将进行裁员计划和关店计划的企业占比较低。而大多数企业选择推出新品牌，并将通过引入新的战略投资者实现企业的跨越式发展，也表现了企业对消费市场的良好预期。

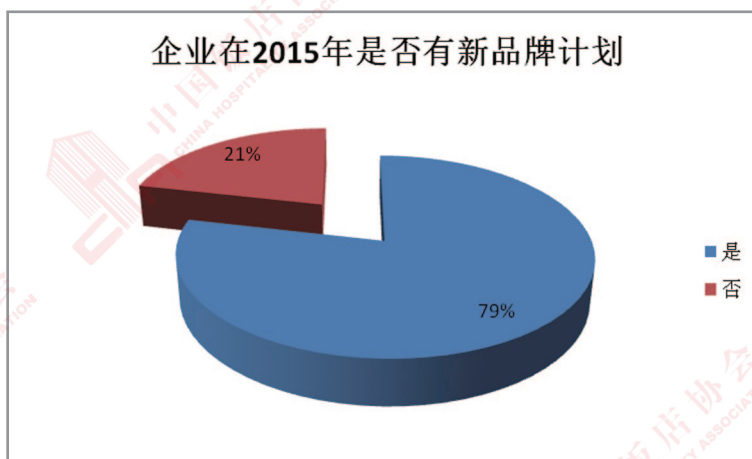
1、裁员计划



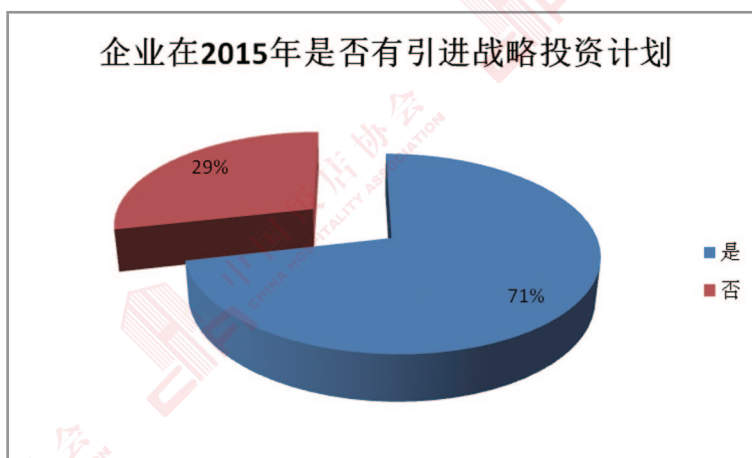
2、关店计划



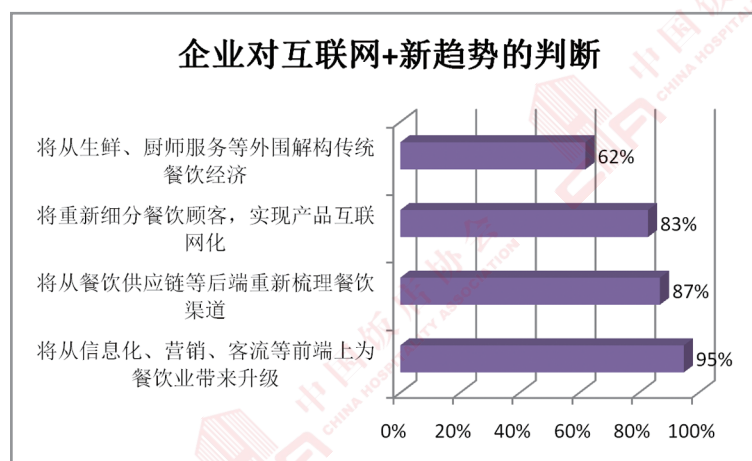
3、新品牌计划



4、引进战略投资计划



5、企业对互联网 + 新趋势的判断



附件1

国务院办公厅关于促进内贸流通健康发展的若干意见

国办发〔2014〕51号

各省、自治区、直辖市人民政府，国务院各部委、各直属机构：

近年来，我国国内贸易稳定发展，现代流通方式快速推进，流通产业的基础性和先导性作用不断增强。在当前稳增长促改革调结构惠民生防风险的关键时期，加快发展内贸流通，对于引导生产、扩大消费、吸纳就业、改善民生，进一步拉动经济增长具有重要意义，经国务院批准，现提出如下意见：

一、推进现代流通方式发展

（一）规范促进电子商务发展。进一步拓展网络消费领域，加快推进中小城市电子商务发展，支持电子商务企业向农村延伸业务，推动居民生活服务、休闲娱乐、旅游、金融等领域电子商务应用。在保障数据管理安全的基础上，推进商务领域大数据公共信息服务平台建设。促进线上线下融合发展，推广“网订店取”、“网订店送”等新型配送模式。加快推进电子发票应用，完善电子会计凭证报销、登记入账及归档保管等配套措施。落实《注册资本登记制度改革方案》，完善市场主体住所（经营场所）管理。在控制风险基础上鼓励支付产品创新，营造商业银行和支付机构等支付服务主体平等竞争环境，促进网络支付健康发展。

（二）加快发展物流配送。加强物流标准化建设，加快推进以托盘标准化为突破口的物流标准化试点；加强物流信息化建设，打造一批跨区域物流综合信息服务平台；提高物流社会化水平，支持大型连锁零售企业向社会提供第三方物流服务，开展商贸物流城市共同配送试点，推广统一配送、共同配送等模式；提高物流专业化水平，支持电子商务与物流快递协同发展，大力发展冷链物流，支持农产品预冷、加工、储存、运输、配送等设施建设，形成若干重要农产品冷链物流集散中心。推动城市配送车辆统一标识管理，保障运送生鲜食品、主食制品、药品等车辆便利通行。允许符合标准的非机动车快递车辆从事社区配送。支持商贸物流园区、仓储企业转型升级，经认定为高新技术企业的第三方物流和物流信息平台企业，依法享受高新技术企业相关优惠政策。

（三）大力发展连锁经营。以电子商务、信息化及物流配送为依托，推进发展直营连锁，规范发展特许连锁，引导发展自愿连锁。支持连锁经营企业建设直采基地和信息系统，提升自愿连锁服务机构联合采购、统一分销、共同配送能力，引导便利店等业态进社区、进农村，规范和拓展其代收费、代收货等便民服务功能。鼓励超市、便利店、机场等相关场所依法依规发展便民餐点。

二、加强流通基础设施建设

(四) 推进商品市场转型升级。加快商品批发市场转型升级,推动专业化提升和精细化改进,拓展商品展示、研发设计、品牌孵化、回收处理等功能,带动产业集群发展。制订全国公益性批发市场发展规划,统筹公益性市场建设,加快形成不同层级、布局合理、便民惠民的公益性市场体系。探索采取设立农产品流通产业发展基金等模式,培育一批全国和区域公益性农产品批发市场。支持全国农产品跨区域流通骨干网络建设,完善产销衔接体系。落实和完善农产品批发市场、农贸市场城镇土地使用税和房产税政策。城区商品批发市场异地搬迁改造,政府收回原国有建设用地使用权后,可采取协议出让方式安排商品批发市场用地。通过加强市场周边道路、停车位、公交停靠站点等交通基础设施规划建设,优化客货运交通组织等有效措施,切实解决城市物流配送存在的通行难、停车难、卸货难等问题。

(五) 增加居民生活服务设施投入。优化社区商业网点、公共服务设施的规划布局 and 业态配置,鼓励建设集社区菜市场、便利店、快餐店、配送站、再生资源回收点及健康、养老、看护等大众化服务网点于一体的社区综合服务中心。将农村市场流通体系建设纳入城镇化规划,培育一批集零售、餐饮、文化、生活、配送等于一体的多功能乡镇商贸中心。整合各类社会资源,建设公益性家政服务网络中心和服务人员供给基地,培育一批员工制家政服务企业,健全养老护小型家政服务人员培训体系,扩大家政服务供给。加快生活性服务业营改增步伐,合理设置生活性服务业增值税税率,加大小微企业增值税和营业税的政策支持力度,进一步促进生活性服务业小微企业发展。尽快完善银行卡刷卡手续费定价机制,取消刷卡手续费行业分类,进一步从总体上降低餐饮业刷卡手续费支出。落实好新建社区商业和综合服务设施面积占社区总建筑面积比例不低于 10% 的政策。

(六) 推进绿色循环消费设施建设。大力推广绿色低碳节能设备设施,推动节能技术改造,在具备条件的企业推广分布式光伏发电,试点夹层玻璃光伏组件等新材料产品应用,培育一批集节能改造、节能产品销售和废弃物回收于一体的绿色市场、商场和饭店。推广绿色低碳采购,支持流通企业与绿色低碳商品生产企业(基地)对接,打造绿色低碳供应链。支持淘汰老旧汽车,加大黄标车淘汰力度,促进报废汽车回收拆解体系建设,推进报废汽车资源综合利用。

三、深化流通领域改革创新

(七) 支持流通企业做大做强。推动优势流通企业利用参股、控股、联合、兼并、合资、合作等方式,做大做强,形成若干具有国际竞争力的大型零售商、批发商、物流服务商。加快推进流通企业兼并重组审批制度改革,依法做好流通企业经营者集中反垄断审查工作。鼓励和引导金融机构加大对流通企业兼并重组的金融支持力度,支持商业银行扩大对兼并重组商贸企业综合授信额度。推进流通企业股权多元化改革,鼓励各类投资者参与国有流通企业改制重组,鼓励和吸引民间资本进入,进一步提高利用外资的质量和水平,推进混

合所有制发展。

(八) 增强中小商贸流通企业发展活力。加快推进中小商贸流通企业公共服务平台建设, 整合利用社会服务力量, 为中小商贸流通企业提供质优价廉的信息咨询、创业辅导、市场拓展、电子商务应用、特许经营推广、企业融资、品牌建设等服务, 力争用三年时间初步形成覆盖全国的服务网络。落实小微企业融资支持政策, 推动商业银行开发符合商贸流通行业特点的融资产品, 在充分把控行业 and 产业链风险的基础上, 发展商圈融资、供应链融资, 完善小微商贸流通企业融资环境。

(九) 推进内外贸融合发展。拓展国内商品市场对外贸易功能, 借鉴国际贸易通行标准、规则和方式, 在总结试点经验的基础上, 适当扩大市场采购贸易方式的试点范围, 打造一批布局合理、功能完善、管理规范、辐射面广的内外贸结合市场。鼓励具备条件的流通企业“走出去”, 建立海外营销、物流及售后服务网络, 鼓励外贸企业建立国内营销渠道, 拓展国内市场, 打造一批实力雄厚、竞争力强、内外贸一体化经营的跨国企业。

四、着力改善营商环境

(十) 减少行政审批, 减轻企业税费负担。加快推进行政审批制度改革, 系统评估和清理涉及内贸流通领域的行政审批、备案等事项, 最大限度取消和下放。对按照法律、行政法规和国家有关政策规定设立的涉企行政事业性收费、政府性基金和实施政府定价或指导价的经营服务性收费, 实行目录清单管理, 不断完善公示制度。加大对违规设立行政事业性收费的查处力度, 坚决制止各类乱收费、乱罚款和摊派等行为。进一步推进工商用电同价。鼓励大型商贸企业参与电力直接交易。在有条件的地区开展试点, 允许商业用户选择执行行业平均电价或峰谷分时电价。

(十一) 创造公平竞争的市场环境。着力破除各类市场壁垒, 不得滥用行政权力制定含有排除、限定竞争内容的规定, 不得限定或者变相限定单位或者个人经营、购买、使用行政机关指定的经营者提供的商品, 取消针对外地企业、产品和服务设定歧视性收费项目、实行歧视性收费标准或者规定歧视性价格等歧视性政策, 落实跨地区经营企业总分机构汇总纳税政策。抓紧研究完善零售商、供应商公平交易行为规范及相关制度, 强化日常监管, 健全举报投诉办理和违法行为曝光机制, 严肃查处违法违规行。充分发挥市场机制作用, 建立和完善符合我国国情和现阶段发展要求的农产品价格和市场调控机制。建立维护全国市场统一开放、竞争有序的长效机制, 推进法治化营商环境建设。

(十二) 加大市场整治力度。集中开展重点商品、重点领域专项整治行动, 完善网络商品的监督抽查、风险监测、源头追溯、质量担保、损害赔偿、联合办案等制度, 依法惩治侵权假冒违法行为, 促进电子商务健康发展, 切实保护消费者合法权益。积极推进侵权假冒行政处罚案件信息公开, 建立案件曝光平台。强化对农村市场和网络商品交易的监管。加强行政执法与刑事司法衔接, 建立部门间、区域间信息共享和执法协作机制。

(十三) 加快推进商务信用建设。建立和完善国内贸易企业信用信息记录和披露制度, 依法发布失信企业“黑名单”, 营造诚信文化氛围。推动建立健全覆盖线上网络和线下实

体店消费的信用评价机制。支持第三方机构开展具有信誉搜索、同类对比等功能的综合评价；鼓励行业组织开展以信用记录为基础的第三方专业评价；引导企业开展商品质量、服务水平、购物环境等内容的消费体验评价。

五、加强组织领导

（十四）加快推进政策落实。各部门要加强协调配合，按照分工要求，切实负起责任，根据本意见抓紧制定贯彻落实工作方案，明确时限要求，确保政策落实到位。地方各级人民政府要根据形势需要和本地实际，统筹协调，落实责任，出台有针对性的配套措施，加大保障力度，形成政策合力。

附件：重点任务分工及进度安排

国务院办公厅

2014 年 10 月 24 日

附件

重点任务分工进度安排

序号	工作任务	负责部门	时间进度
1	进一步拓展网络消费领域，加快推进中小城市电子商务发展，支持电子商务企业向农村延伸业务，推动居民生活服务、休闲娱乐、旅游、金融等领域电子商务应用。在保障数据管理安全的基础上，推进商务领域大数据公共信息服务平台建设。促进线上线下融合发展，推广“网订店取”、“网订店送”等新型配送模式	商务部、发展改革委、工业和信息化部、农业部、供销合作总社等（列第一位者为牵头部门，下同）	持续实施
2	加快推进电子发票应用，完善电子会计凭证报销、登记入账及归档保管等配套措施	财政部、发展改革委、税务总局等	持续实施
3	加强物流标准化、信息化建设，提高物流社会化、专业化水平。允许符合标准的非机动快递车辆从事社区配送。鼓励超市、便利店、机场等相关场所依法依规发展便民餐点	商务部、发展改革委、公安部、财政部、住房城乡建设部、交通运输部、邮政局、食品药品监管总局等	持续实施
4	支持商贸物流园区、仓储企业转型升级，经认定为高新技术企业的第三方物流和物流信息平台企业，依法享受高新技术企业相关优惠政策	科技部、发展改革委、财政部、商务部、税务总局等	持续实施
5	推动城市配送车辆统一标识管理，保障运送生鲜食品、主食制品、药品等车辆便利通行	交通运输部、工业和信息化部、商务部、邮政局等	2014 年底启动
6	制订全国公益性批发市场发展规划，统筹公益性市场建设，加快形成不同层级、布局合理、便民惠民的公益性市场体系	商务部、财政部、发展改革委、国土资源部、住房城乡建设部、环境保护部等	持续实施

7	探索采取设立农产品流通产业发展基金等模式，培育一批全国和区域公益性农产品批发市场。支持全国农产品跨区域流通骨干网络建设，完善产销衔接体系。落实和完善农产品批发市场、农贸市场城镇土地使用税和房产税政策	财政部、发展改革委、商务部、农业部、税务总局、供销合作社等	2014 年 底前启动
8	城区商品批发市场异地搬迁改造，政府收回原国有建设用地使用权后，可采取协议出让方式安排商品批发市场用地	国土资源部、商务部、住房城乡建设部等	持续实施
9	通过加强市场周边道路、停车位、公交停靠站点等交通基础设施规划建设，优化客货运交通组织等有效措施，切实解决城市物流配送存在的通行难、停车难、卸货难等问题	住房城乡建设部、公安部、交通运输部等	持续实施
10	加快生活性服务业营改增步伐，合理设置生活性服务业增值税税率，加大小微企业增值税和营业税的政策支持力度，进一步促进生活性服务业小微企业发展	财政部、税务总局	2014 年 底前启动
11	尽快完善银行卡刷卡手续费定价机制，取消刷卡手续费行业分类，进一步从总体上降低餐饮业刷卡手续费支出	发展改革委、人民银行	2014 年 底前启动
12	拓展国内商品市场对外贸易功能，借鉴国际贸易通行标准、规则和方式，在总结试点经验的基础上，适当扩大市场采购贸易方式的试点范围，打造一批布局合理、功能完善、管理规范、辐射面广的内外贸结合市场	商务部、发展改革委、财政部、人民银行、海关总署、税务总局、工商总局、质检总局、外汇局等	2014 年 底前启动
13	进一步推进工商用电同价。鼓励大型商贸企业参与电力直接交易。在有条件的地区开展试点，允许商业用户选择执行行业平均电价或峰谷分时电价	发展改革委、商务部等	2014 年 底前启动
14	着力破除各类市场壁垒，不得滥用行政权力制定含有排除、限定竞争内容的规定，不得限定或者变相限定单位或者个人经营、购买、使用行政机关指定的经营者提供的商品，取消针对外地企业、产品和服务设定歧视性收费项目、实行歧视性收费标准或者规定歧视性价格等歧视性政策，落实跨地区经营企业总分机构汇总纳税政策	发展改革委、财政部、商务部、税务总局、工商总局等	持续实施
15	抓紧研究完善零售商、供应商公平交易行为规范及相关制度，强化日常监管，健全举报投诉办理和违法行为曝光机制，严肃查处违法违规行为。集中开展重点商品、重点领域专项整治行动。强化对农村市场和网络商品交易的监管。加强行政执法与刑事司法衔接	商务部、法制办、工商总局、质检总局等	持续实施
16	推动建立健全覆盖线上网络和线下实体店消费的信用评价机制	商务部等	2014 年 底前启动

附件2

《餐饮业经营管理办法（试行）》解读

商务部服务贸易和商贸服务业司

为规范餐饮服务经营活动，引导和促进餐饮行业健康有序发展，维护消费者和经营者的合法权益，2014年9月22日，商务部与国家发展改革委共同颁布了《餐饮业经营管理办法（试行）》（以下简称《办法》），现将有关问题说明如下：

一、制定《办法》的必要性

餐饮业是服务业的重要组成部分，与人民生活密切相关，在保障人民生活、提升人民生活质量、扩大消费、促进就业等方面发挥着重要作用。改革开放以来，我国餐饮业经过快速发展，全国餐饮收入从1978年的54.8亿元发展到2013年的25392亿元，增长了462倍，初步形成了投资主体多元化、经营业态多样化、经营方式连锁化、市场需求大众化的发展格局。随着城乡居民收入水平提高、生活节奏加快以及消费观念的改变，餐饮业仍将呈现出巨大的发展潜力和市场空间。目前，全国餐饮企业超过240万家，从业人员超过2100万人。餐饮业在国民经济中的地位和作用越来越显现出来，已成为对社会经济和人民生活具有较强影响力的重要行业。

在快速发展的同时，餐饮业也存在一些突出问题，表现为食品安全保障能力较弱、创新能力不足、服务质量亟待提升、制度建设不齐全、现代化水平有待提高等矛盾和问题，与人民群众不断增长的餐饮服务需求仍有一定差距。特别是近年来，在全社会开展的厉行勤俭节约反对铺张浪费行动背景下，餐饮业亟需转变发展方式，加快转型发展，回归本质、回归理性、回归大众消费。

长期以来，我国餐饮行业缺乏全国性的、统一的行业法规，多个部门都承担了一定的管理职责，使得行业管理既有交叉，又有盲点。在这种情况下，为规范餐饮业经营活动，维护市场秩序，需要餐饮行业主管部门会同有关部委共同制定统一的行业管理办法，多角度、全方位促进餐饮业健康有序发展。根据国务院“三定”方案，商务部负责商贸服务业（含餐饮业）的行业管理工作。制定《办法》是加强行业管理的重要方式，《办法》的出台有助于解决餐饮业发展面临的突出问题，促进餐饮业规范、有序发展，有助于厉行勤俭节约、反对铺张浪费，有利于优化餐饮业发展结构、提升餐饮业发展水平，有利于保障和改善人民生活、扩大内需、促进就业，同时也是管理部门依法履行管理职责的需要。

二、《办法》的主要内容

《办法》共二十四条，结构框架如下：

（一）总则（第1-5条）。主要包括：立法目的、制定依据、适用范围、餐饮经

营概念界定、主管部门职责、行业协会义务以及鼓励发展大众化餐饮等几个方面。

(二) 餐饮企业经营(第6-16条)。主要包括:依法经营、贯彻标准、节能减排、反对食品浪费、不得销售不合格食品、餐厨废弃物处理、价格标示、禁止设立最低消费、外送服务、促销活动、投诉制度、应急管理等餐饮服务流程的各个方面,明确提出对餐饮企业的要求。

(三) 地方商务主管部门职责(第17-20条)。主要包括信用建设、反对食品浪费、行业统计、举报制度等。

(四) 法律责任(第21-22条)。主要规定商务和价格主管部门依法对餐饮业经营行为进行监督管理,根据餐饮企业违反规范性文件的行为,可以实施的具体惩罚措施以及有关工作人员滥用职权、徇私舞弊应负的法律法律责任。

(五) 附则(第23-24条)。地方商务主管部门可制定本区域实施办法,以及《办法》的实施日期等。

三、《办法》解决的主要问题

(一) 明确了餐饮经营的概念。近年来,餐饮市场细分不断深化,涌现出多种业态,包括:正餐、早餐、快餐、团餐、特色正餐、地方小吃、社区餐饮、休闲餐饮、主题餐饮、外卖送餐、美食广场、食街排挡、农家乐以及相配套的中央厨房、配送、网络订餐、外烩等服务形式。餐饮经营的内涵极大丰富,但缺乏明确定义,造成对餐饮行业的界定不够清晰。为准确规范行业主体,更好履行商务部门对餐饮行业的管理工作,《办法》根据国民经济行业分类释义,明确了餐饮经营活动的定义,即“通过即时加工制作成品或半成品、商业销售和服务性劳动等,向消费者提供食品和消费场所及设施的经营行为。”。定义强调了餐饮经营活动即时加工制作的特点,涵盖了食品生产和服务性劳动等两方面内容。

(二) 规范了企业的经营行为。餐饮业暴露出一些突出问题,主要表现在:一是经营者经营行为有待规范,在食品销售、节约资源等方面需要政府的引导和管理;二是存在奢侈消费,铺张浪费的现象;三是社会上对一些餐饮企业设置最低消费有争议;四是服务水平急需提高,在日常经营、外送服务、促销活动、投诉处理等环节的行为需要进一步规范;五是应急制度建设尚需完善。为此,《办法》对餐饮经营者的经营行为进行了规范引导。在资源利用、反对浪费方面,《办法》明确餐饮企业要做好资源节约和综合利用工作;引导消费者节俭消费、适量点餐;处置好餐厨废弃物。在食品销售方面,《办法》明确餐饮企业不得销售不合格食品。在价格标示方面,《办法》规定餐饮企业要按照国家规定对所售食品或提供的服务项目标价,不得设置最低消费。在外送和促销服务方面,《办法》规定餐饮企业在提供外送服务时,明示服务时间、外送范围和收费标准,按照要求按时、按质、按量履行承诺;开展促销活动时,明示促销原因、方式、规则等信息,依照承诺履行相关义务。在投诉受理、突发应急方面,《办法》规定餐饮企业要建立健全顾客投诉制度,明确受理人员并将处理结果及时通知投诉者;建立健全突发事件应急预案和应对机制,明确职责分工,发生突发事件时及时处理并向有关部门报告。

(三) 对从业人员提出了要求。长期以来,由于餐饮行业人才流失严重,高素质人才匮乏,职业经理人队伍培养和专业培训工作滞后,从业人员素质普遍有待提高。现实中一些餐饮企业常常放低要求,聘请不符合信用记录建设和职业操守的人员从事相关工作,带来了大量隐患。《办法》明确提出要加强对餐饮主要从业人员的信用记录管理,将其纳入国家统一的信用信息平台,并依法向社会公开严重违法失信行为,餐饮企业负责人、高层管理人员应当按要求提供相关信用信息。同时,《办法》对餐饮从业人员在适量引导点餐、做好外送服务、保障促销服务质量等方面做出了明确规定,这将有助于提高餐饮行业的从业人员素质,提高服务质量,引导餐饮行业持续健康发展。

(四) 规定了行业管理职责。商务部是餐饮业的行业主管部门,十七届二中全会明确提出,“行业管理”就是要充分发挥行业管理部门在制定和组织实施产业政策、行业规划、国家标准等方面的作用,规范企业的经营服务活动,指导和促进行业健康发展。在现实中,餐饮经营活动涉及多个政府部门管理,相关工作存在交叉和重叠,影响到了对餐饮行业的规范和管理。《办法》的出台,明确了商务主管部门的职责主要在制定行业发展规划、政策和标准,监督餐饮服务经营者行为,开展行业信用系统建设,建立不良记录档案,开展反对食品浪费,加强行业统计和运行监测,建立投诉举报制度,指导经营者应对处理突发事件等方面。同时,考虑到餐饮业各地发展差异较大的情况,《办法》特别规定省级商务主管部门可结合本行政区域内餐饮业发展的实际情况制定有关实施办法。

(五) 明确了行业组织的作用。餐饮行业协会在加强行业自律、维护企业利益、加强业务交流、倡导餐饮节约、推广先进技术以及人员培训等方面开展大量工作,为促进行业健康发展发挥了重要作用。十八大报告指出,要加快形成政社分开、权责明确、依法自主的现代社会组织体制,进一步发挥行业协会的作用。为此,《办法》对行业协会的职责进行了界定,明确提出,餐饮行业协会应当按照有关法律、法规和规章的规定,发挥行业自律、引导、服务作用,促进餐饮业行业标准的推广实施,指导企业做好节能减排、资源节约和综合利用工作;通过制定行业公约等方式引导餐饮经营者节约资源、反对浪费。

(六) 明确了相关法律责任。明确了对于餐饮经营者违反本办法的行为,法律法规及规章有规定的,商务主管部门可提请有关部门依法处罚;没有规定的,由商务主管部门责令限期改正,其中有违法所得的,可处违法所得3倍以下罚款,但最高不超过3万元;没有违法所得的,可处1万元以下罚款;对涉嫌犯罪的,依法移送司法机关处理。

四、《办法》出台的现实意义

(一) 转变了政府职能。十八届三中全会提出,要加快转变政府职能,创新行政管理方式,政府要加强发展战略、规划、政策、标准等制定和实施,加强市场活动监管,加强各类公共服务提供;激发社会组织活力,推进社会组织明确权责、依法自主、发挥作用;支持企业在支撑增长、促进创新、扩大就业、增加税收等方面发挥重要作用。《办法》贯彻落实十八届三中全会精神,处理好政府与市场、中央与地方、政府与行业组织之间的关系,坚持发挥市场作用与完善政府职能相结合,在更大程度上发挥市场配置资源的基础性作用,

强化企业市场中的主体地位，提升政府公共服务、市场监管和宏观调控能力。在务实、创新的基础上，理顺餐饮业的行业管理体制，丰富餐饮行业指导方法，完善餐饮业的分类监管内容。加强与餐饮企业和行业组织的协作，发挥行业自律和行业引导作用，积极为餐饮企业提供服务。

（二）规范了相关责任方的行为。餐饮企业、服务人员、消费者是餐饮服务的三大核心主体。餐饮企业作为市场的主体，决定了餐饮市场的整体结构、业态分布和发展方式，生产消费者所需的食品并提供相应服务；服务人员直接面对消费者，其服务态度和服务能力直接影响消费者对餐饮服务的满意程度；消费者直接参与餐饮消费，希望得到味美价廉的产品和优质服务，对当前餐饮市场存在的食品安全、乱收费等问题反应强烈，餐饮市场的优劣与三方直接相关。为此，《办法》针对三方的利益、责任，分别对企业的经营行为、服务人员以及消费者进行了规范，明确了三方的责任、权利和义务，使发生纠纷时有法可依、有据可查，对促进行业健康、可持续发展有着积极意义。

（三）对过去未明确的最低消费问题予以了明确。长期以来，社会上对一些餐饮企业收取“开瓶费”、“包间费”以及设置“最低消费”（简称“三费”问题）有较大争议。餐饮企业从经营角度考虑，认为餐饮企业向消费者提供了服务场所，支出了人工、房租和水电成本以及相关服务，收取和设置这“三费”是合理的。而消费者从自身利益和权益角度考虑，则普遍认为餐饮企业不应该收取和设置这“三费”。现行的《合同法》、《消费者权益保护法》、《反不正当竞争法》、《价格法》等法律对餐饮业“三费”问题并未作出明确的禁止性规定。从个案判例情况看，法院在以往判决中仅界定餐饮企业行为是否侵害消费者的知情权。

在《办法》立法过程中，商务部广泛征求社会各界和有关部门的意见，对这些问题进行了深入的研究。经过慎重研究，《办法》对设置最低消费作出了明确的禁止规定，主要是基于以下三个考虑：首先，设置最低消费具有明显的强迫性，侵害了消费者权益。其次，根据2014年2月最高人民法院的相关司法解释，餐饮企业设置最低消费属于餐饮经营者利用优势地位作出的加重消费者责任的不公平、不合理规定。三是设置最低消费往往引发过度消费，助长铺张浪费之风。2014年3月，中办和国办共同印发了《关于厉行节约反对食品浪费的意见》（中办发[2014]22号），提出为推行科学文明的餐饮消费模式，餐饮企业不得设置最低消费额。

《办法》中明确规定禁止设置最低消费，这有利于规范市场秩序，保护消费者权益，引导文明、科学、健康的餐饮消费新风尚，也有利于餐饮行业进一步转型发展。

（四）推动了厉行节约反对食品浪费工作。2013年以来，媒体广泛曝光了餐饮环节上的浪费现象，令人触目惊心，广大干部群众对狠刹浪费之风的呼声十分强烈。中央领导对此做出重要批示，要求坚决遏制餐饮浪费，全社会广泛开展了厉行勤俭节约反对铺张浪费行动。在这一背景下，对餐饮业的发展提出了新的要求。对餐饮行业来说，制止餐饮浪费，是不容推卸的社会责任。餐饮企业不仅仅是餐饮服务的提供者，更要做健康餐饮文化

的倡导者。为此,《办法》对餐饮业厉行节约反对食品浪费做出了明确规定,鼓励企业提供标准化菜品,发展可选套餐,提供小份菜;建立节俭消费提醒提示制度,在醒目位置张贴节约标识,贯彻节约用餐、文明用餐标准;引导消费者餐前适量点餐,餐后主动帮助打包,对节约用餐的消费者给予表扬和奖励。有关规定,有利于餐饮业落实中央八项规定,践行社会主义核心价值观,自觉厉行节约、杜绝浪费、反对奢靡之风,加快节约化发展,增强发展活力。

(五)为行业诚信体系建设奠定基础。长期以来,餐饮业市场秩序不够规范,消费环境不够安全,商务活动中存在大量信用缺失问题:如食品安全事件时有发生、制假售假、虚假促销、商业欺诈、侵犯知识产权等,严重影响了行业健康发展和社会安定和谐。《办法》的出台,有利于推进餐饮企业信用制度建设,建立服务质量考核和服务满意评价体系,完善企业信用记录,建立健全守信激励和失信惩戒机制,推动企业提高诚信经营水平。为推进诚信经营建设,弘扬诚信文化,努力营造良好的社会消费环境,建立餐饮行业诚信体系奠定基础。

附件3

商务部关于加快发展大众化餐饮的指导意见

商服贸函【2014】265号

大众化餐饮是满足群众日常生活必需餐饮服务的重要服务业态，主要包括早餐、快餐、团餐、特色正餐、地方小吃、社区餐饮、外卖送餐、美食广场、食街排挡、农家乐以及相配套的中央厨房、配送、网络订餐等服务形式。目前，我国大众化餐饮已占餐饮市场的80%。随着城乡居民收入水平提高、生活节奏加快以及消费观念的改变，大众化餐饮呈现出巨大的发展潜力和市场空间。加快发展大众化餐饮，是厉行勤俭节约、反对铺张浪费，推动餐饮业回归理性消费的客观要求，是优化餐饮业发展结构、引导高端餐饮转型、提升餐饮业发展水平的有效途径，是保障和改善人民生活、扩大内需、促进就业的现实需要。我国大众化餐饮仍存在着业态种类不够丰富、食品安全保障能力较弱、创新能力不足、服务质量亟待提升、现代化水平有待提高等矛盾和问题，需要着力解决。

为加快发展大众化餐饮，现提出如下意见：

一、总体要求

（一）指导思想。深入贯彻落实党的十八大和十八届二中、三中全会精神，坚持发挥市场配置资源的决定性作用和政府的调节作用，坚持以人为本、服务民生的基本原则，以厉行餐饮节约、反对食品浪费为方向，以法规标准和规划为保障，着力推动餐饮业转变发展方式，优化发展结构，创新发展模式，提升服务质量，增强发展动力，形成方便快捷、卫生安全、经济实惠、营养健康的大众化餐饮服务体系，满足人民群众日益增长的餐饮服务需求。

（二）基本原则。坚持以人为本。顺应人民群众对餐饮服务的新期待，按照餐饮业遏制铺张浪费、实现转型发展的新要求，丰富大众化餐饮产品，保障餐饮食品安全，发展营养健康餐饮，使人民群众得到满意的餐饮服务。

坚持突出重点。围绕社区、商务区、人口流动集中地区等重点区域建设大众化餐饮服务网络，满足不同层次的餐饮服务需求。

坚持分类指导。针对大众化餐饮的不同特点，统筹协调，分类指导，着力解决市场薄弱环节和企业发展中面临的突出矛盾和问题，营造良好发展环境。

（三）发展目标。调动社会资本参与大众化餐饮服务体系建设积极性，推动高端餐饮加快转型，实现餐饮业科学发展。力争用5年左右的时间，使餐饮行业现代化水平大幅提高，行业诚信体系初步形成，服务质量明显改善，国际交流合作更加深入，大众化餐饮服务体系更为健全，大众化餐饮占全国餐饮市场的比重提高到85%以上，总体发展水平与人民群众餐饮消费需求基本相适应。

二、构建大众化餐饮服务体系

(四)健全大众化网络。鼓励高端餐饮企业发展大众化餐饮网点,推动餐饮业转型发展。引导餐饮企业在社区、学校、医院、办公集聚区、商圈建设餐饮网点,推动餐饮服务便利化发展。支持机关事业单位食堂和宾馆饭店的餐厅向社会开放,推动餐饮服务的社会化发展。鼓励有条件的城市根据消费需求建设美食街、特色食品街等,推动餐饮业的集聚式发展。

(五)发展大众化消费。引导餐饮企业根据不同群体的消费需求,合理搭配食材,提供健康、营养、适口的餐饮产品。鼓励餐饮企业开发中低档家常菜肴和地方特色食品,调整高中低档菜品的比例,降低人均消费标准,优先供应大众化餐饮服务品种。加快发展面向老年人、中小学生、病人等特定消费群体的餐饮服务。大力发展社区餐饮、外卖送餐服务,满足社区居民、办公集聚区工薪阶层的餐饮需求。规范食街排挡,满足进城务工人员餐饮需求。引导餐饮企业发展与商务餐饮、婚寿宴、家庭聚餐、旅游团餐等细分市场相适应的业态,满足不同层次的大众化餐饮需求。

(六)提高大众化供应能力。鼓励餐饮企业建设中央厨房,完善统一采购、统一加工、统一配送体系。支持企业建立原材料生产基地和采购基地,做好农餐对接。支持企业建设、改造食品加工车间和流水生产线,实现餐饮加工工业化和产品生产标准化。支持企业建设冷链与配送系统,配置冷藏、冷冻设施和冷链配送车辆,增强配送能力,向企业的连锁门店,以及机关食堂、学校、医院、便利店、超市等配送餐饮食品。

(七)创新大众化服务模式。鼓励餐饮企业创新服务模式,开展线上线下融合,实现实体店与互联网、移动通信以及微博、微信等社交媒体的合作,发展线上预订、营销、团购、外卖、餐厅索引和评价服务,开发移动支付功能,线下与快递公司合作,及时提供送餐上门服务,完善售后服务的在线服务模式,实现企业经营的网络化。鼓励餐饮企业发展外卖成品和半成品餐、外烩等服务,改造传统生产工艺,改进烹饪技艺。

三、提升大众化餐饮发展水平

(八)提高管理水平。鼓励餐饮企业建立信息化管理系统,完善管理流程,增强管理能力,实现管理信息化。建立餐饮业职业经理人制度,鼓励专业人才参与餐饮企业管理。支持行业组织和餐饮企业加强人才培养,提高行业从业人员的管理能力和服务水平。加强校企合作,建立各层次的餐饮人才保障机制。

(九)加强诚信建设。推进餐饮企业信用制度建设,建立服务质量考核和服务满意评价体系,完善企业信用记录,鼓励符合条件的第三方信用评估服务机构建设数据库,规范开展企业信用评价。加强信用监督和管理,建立黑名单发布制度,建立健全守信激励和失信惩戒机制。推进诚信经营示范建设,树立诚信经营典型,弘扬诚信文化,努力营造良好的社会消费环境。

(十)强化餐饮服务安全。结合行业管理职能,配合相关监管部门做好餐饮食品安全工作。引导餐饮企业认真贯彻执行有关食品安全的法律法规,做好餐饮食品安全宣传教育。

配合卫生监督管理部门加强对餐饮服务场所的卫生监管，建立健全餐饮经营卫生规范。配合有关部门做好餐饮场所燃气安全专项治理工作，按照要求切实落实好商务主管部门的工作职责，组织餐饮场所开展燃气使用安全自查工作，主动消除隐患，督促餐饮企业与合法供气企业签订安全供用气合同。鼓励餐饮企业进行厨房卫生系统改造。

（十一）发展健康餐饮。加强餐饮业从业人员营养搭配和膳食平衡知识的普及和培训，推广膳食结构多样化的健康消费模式，全面提高行业营养知识水平。加强营养早餐和快餐食品集中生产、配送、销售体系建设，推动健康餐饮科学发展。鼓励健康营养型餐厅发展，通过宣传健康饮食知识，合理搭配营养菜肴赢得市场。

（十二）加强国际交流合作。加快餐饮国际化进程，鼓励通过参加国际烹饪比赛、国际美食节等活动吸收国外先进的餐饮经营理念和技术，提升中餐国际竞争力。借鉴国外餐饮企业科学管理、节约集约、绿色环保方面的成熟经验和做法，创新商业模式，完善服务方式，增强餐饮企业可持续发展能力。引导有实力的餐饮企业“走出去”，开拓国际餐饮市场。进一步推动将“中华烹饪”纳入世界非物质文化遗产名录。

四、贯彻厉行节约反对浪费要求

（十三）建立长效机制。贯彻落实中央八项规定和《中共中央办公厅 国务院办公厅印发〈关于厉行节约反对食品浪费的意见〉的通知》（中办发〔2014〕22号）精神，加强组织保障，明确分管领导，完善工作制度。强化厉行节约的监督和约束机制，推进厉行节约各项措施制度化、规范化、长效化。加强督促检查，层层落实，推动厉行节约工作的常态化管理。

（十四）完善工作制度。会同有关部门研究建立餐饮企业反对食品浪费的奖惩制度。鼓励企业对消费者在餐饮消费中注重节约、减少浪费的行为给予奖励。规范餐饮企业促销活动，鼓励企业在确保食品安全和市场经济秩序的前提下，打折销售临近保质期的食品。

（十五）树立节约理念。引导餐饮企业切实做好国内公务接待、会议、培训等公务活动的用餐服务，按照快捷、健康、节约的要求提供简餐和标准化饮食，主要提供家常菜和不同地域通用食品，科学合理安排菜饭数量。鼓励餐饮企业建立提醒提示制度，在店堂、菜单、餐桌等醒目位置使用餐饮节约有关标识；推行商务餐分餐制，发展可选择套餐，多提供小份菜；倡导一料多菜、一菜多味，物尽其用，避免浪费食材；提高餐饮品质，制作合理膳食搭配菜单，配置不同规格盛具，为消费者提供科学的饮食建议；餐后主动帮助打包，不设置最低消费，对节约用餐的消费者给予表扬和鼓励。

（十六）建设节约型餐饮。鼓励餐饮企业在食品生产、流通、消费的各个环节，自觉节能、节水、节材、节地，加强资源综合利用；推广使用节能型设备，采用环保技术，减少使用一次性餐具和用具。餐饮企业不得随意处置餐厨废弃物，应按规定由具备条件的企业进行资源化利用。

五、保障措施

(十七) 加强组织领导。各地商务主管部门要将发展大众化餐饮作为落实中央精神、推动餐饮行业转型发展的一项重要任务，坚持不懈地抓紧抓好。要加强组织领导，结合实际情况，提出本地区加快发展大众化餐饮的目标任务和工作方案。推动把发展大众化餐饮作为本地服务业发展规划的重点，认真研究推动大众化餐饮发展的政策措施，统筹做好对餐饮业的宏观指导，为大众化餐饮创造良好的法制环境、政策环境和舆论环境。

(十八) 健全法规标准体系。各地商务主管部门要结合本地区大众化餐饮业发展的实际情况出台有关实施办法。健全大众化餐饮标准体系，加大标准的实施力度。有条件的地区要建立餐饮业标准化培训、推广、示范中心。

(十九) 完善促进政策。各地商务主管部门要在认真落实《国务院关于深化流通体制改革加快流通产业发展的意见》(国发[2012]39号)的基础上，结合实际，创新改革措施，支持大众化餐饮发展。要将大众化餐饮网点纳入社区商业网点配置的内容，健全大众化餐饮服务网络。要会同有关部门，加快制订支持大众化餐饮发展的财政、税收、金融政策，清理不合理收费，减轻企业负担，营造良好发展环境。

(二十) 发挥行业协会作用。各地商务主管部门要支持行业协会在加强行业自律、维护企业利益、加强业务交流、倡导餐饮节约、推广先进技术以及人员培训等方面开展工作。行业协会要深入研究市场，加强统计分析工作，积极用好统计数据，及时掌握大众化餐饮发展动态，总结大众化餐饮发展情况和出现的问题，帮助企业解决困难，协力推动大众化餐饮的健康发展。

(二十一) 做好宣传推广。各地商务主管部门要不断总结发展大众化餐饮的成功经验和做法，借助新闻媒体，推广先进经验，加强典型引导，在全社会营造支持大众化餐饮发展的良好氛围。

商务部

2014年5月27日

附件4

《餐饮业服务质量评估规范》国家行业标准

(标准号 SB/T11043-2013)

前 言

本标准适应餐饮业回归大众、满足人们餐饮消费的文化享受、精神享受、美食体验和社交需求,引导餐饮业大众化、特色化、品质化发展,打造中国餐饮业的升级版。

本标准由中华人民共和国商务部提出。

本标准由全国饮食服务标准化技术委员会归口。

本标准起草单位:中国饭店协会。

本标准主要起草人:陈新华、张景富、陈效良、宋小溪、李娜

1 范围

本标准规定了餐饮企业内各项服务项目及相关服务人员的规范化服务流程和服务质量的评估要求。

本标准适用于国内各类餐饮经营企业。

2 规范性引用文件

下列文件对于本标准的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件,仅注日期的版本适用于本文件。凡是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。

中华人民共和国食品安全法(主席令第九号)

中华人民共和国食品卫生法(主席令第五十九号)

中华人民共和国食品安全法实施条例(中华人民共和国国务院令第557号)

餐饮服务食品安全监督管理办法(卫生部令第71号)

食品卫生监督量化分级标示管理规范(卫法监发[2004]10号)

餐饮业和集体用餐配送单位卫生规范(卫监督发[2005]260号)

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件:

3.1 餐饮业 restaurant industry

餐饮业是指在一定场所,对食物进行现场烹饪、调制,并出售给顾客现场消费的行业。

3.2 餐饮服务 catering service

在餐饮企业内为客户提供用餐等各种需求,引导并促进餐饮消费,并对就餐的客户提供营养配餐建议和消费指导,满足不同顾客的需求。包括服务表现和服务过程,如服务语言、服务行为等。服务表现包括:服务人员为了满足顾客需求而展现出的礼貌礼仪、服务行为等,服务过程包括:服务人员为了达到和提高服务质量而向顾客提供服务过程中的综合表现。

3.3 服务质量 service quality

餐饮企业所提供的服务符合行业标准和规范、并使顾客对服务的期望与实际感知相符

的水平。

3.4 服务质量评估 service quality evaluation

服务质量评估是根据行业要求和企业规范,通过对餐饮企业出品质量、服务质量、顾客意见反馈和专业暗访人员的意见而做出的阶段性结论。顾客意见反馈包括但不限于顾客直接向餐饮企业提出的各类意见、建议、反馈、投诉。

3.5 评估方 evaluator

可以是餐饮企业内部人员、由企业邀请的人员或经过行业协会认定具有专业资格的人员。包括专业暗访人员。

4 服务质量评估要素

餐饮企业服务质量通过出品质量、员工服务、卫生质量、服务质量管理体系、投诉处理五大要素得以体现。对餐饮企业服务质量的评估主要围绕这五大要素进行。

4.1 出品质量要求

4.1.1 采购与验收管理

4.1.1.1 全面推行原料、调料进货溯源制度,强化原料、调料进货索证,索证齐全有效,主动采取合同式订单采购。

4.1.1.2 蔬菜等散装农副食品及鱼类等鲜活产品应保证由正规渠道进货。尽可能采用有机食品、绿色食品。

4.1.1.3 企业采购的食品容器、包装材料和食品加工用具、定型包装食品和食品添加剂、洗涤剂、消毒剂等必须符合国家卫生标准和卫生管理办法,索取检验合格证。

4.1.1.4 运输食品的工具如车辆和容器应专用并保持清洁,严禁与其他非食品混装、混运。应当有必要的保温设备。

4.1.1.5 所有采购食用物品入库保存前应进行质量验收,检查各种物品的检验合格证等相关证件,对原辅材料进行农药残留量快速检测,确保食品安全。

4.1.1.6 配有与经营档次、规模相适应的采购、验收系统并充分有效运用。

4.1.1.7 建立索证、照、和相关合同的管理,农药残留量快速检测要有记录。

4.1.2 储存与发放管理

4.1.2.1 食品原材料的储存符合国家相关法律规定。

4.1.2.2 餐饮企业原料、调料储存和发放以“先进先出”为指导原则,自创原料没有保质期但须标明使用期限,调料能够根据经营情况设定上下限的库存量,确保原料的新鲜和优质。

4.1.2.3 所有物品储存时按照不同类别进行分类储存并有明显的识别标示,避免物品相互交叉或接触。

4.1.2.4 配有与经营档次、规模相适应的仓管软件并充分有效运用。

4.1.3 加工与出品管理

4.1.3.1 厨房布局及出品流程科学合理,符合菜品特点及烹饪需求。

4.1.3.2 出品外观美观,菜品和餐具搭配得当,体现烹饪技艺和艺术性。

4.1.3.3 菜品用料新鲜,宜使用绿色有机原辅材料。

- 4.1.3.4 对菜品进行出品厨师登记，建立健全出品质量问责和测量制度。
- 4.1.3.5 科学合理制定成本投料并注明主要食品原材料来源及营养成分。
- 4.1.3.6 菜品制作过程减少或避免食品添加剂的使用。
- 4.1.3.7 菜品味道鲜美，温度适宜，符合目标消费人群的口味和需求。
- 4.1.3.8 应有具备国际或国内一流水平或在国际国内比赛中获奖的主打菜品。
- 4.1.3.9 出品速度符合消费者要求，有相关制度并落实实施。
- 4.1.3.10 菜品营养搭配合理，突出菜品原料的科学搭配，引导消费者文明消费、节约消费、健康消费，并建立相应的保障机制。
- 4.1.3.11 建立符合市场需求和企业实际菜品创新机制，并有效实施。
- 4.1.3.12 建立顾客意见收集、调查、分析、反馈、完善一体化制度，，定期检查产品整体质量是否达到每一位顾客的要求。

4.2 员工服务质量要求

从业人员应具有初中以上文化程度或同等学历，持有国家有关部门颁发的职业资格证书，或经过专业部门培训考核，达到岗位合格的要求。

4.2.1 职业道德要求

- 4.2.1.1.1 员工受过良好的职业道德教育，掌握职业道德基本知识。
- 4.2.1.1.2 具有良好的道德观念、道德情操和道德风尚，能够自觉运用道德规范约束自己的行为，做好服务工作。
- 4.2.1.1.3 对待宾客一视同仁，不分种族、民族、国家、地区、贫富、亲疏，不以貌取人。
- 4.2.1.1.4 诚信无欺，对所有宾客诚实、公道、买卖公平，坚持质量第一、信誉第一。
- 4.2.1.1.5 尊重客人的民族习惯、宗教信仰及个人生活习惯。
- 4.2.1.1.6 遵守法律法规和店规店纪，不私自和客人作交易，不索要小费，不私自收取回扣。不做与工作无关的事情。

4.2.1.2 仪容仪表要求

4.2.1.2.1 各岗位服装与企业档次、环境、社会、服务项目协调，制服美观得体，方便员工操作，达到服装标准要求。

4.2.1.2.2 员工根据岗位着制服上岗。制服挺括干净整洁无破损。统一佩戴工号牌，位置端正。

4.2.1.2.3 男服务员头发后不过领、侧不盖耳。女服务员发前不遮眼、后不过肩。容貌洁净：男服务员不留胡须，女服务员淡妆淡抹。双手干净：不留长指甲，不涂指甲油。员工仪容仪表符合服务岗位要求。

4.2.1.2.4 礼貌礼仪知识掌握充分，运用得体。

4.2.1.2.5 当班值岗坚持站立服务，站姿优美，表情自然，面带微笑。精神饱满、自然大方、随时准备为客人服务。

4.2.1.2.6 员工站立时两手交叉在体前或交叉在背后（男性），两脚成V字型（女性）或与肩同宽（男性），身体正直平稳。

4.2.1.2.7 行走姿势美观，动作文雅、面带微笑、自然大方，行进中两眼平视，正对前方，

身体保持垂直平稳，无左右摇晃、八字步和罗圈腿。

4.2.1.3 礼貌礼仪要求

4.2.1.3.1 对待客人谦虚有礼，朴实大方，表情自然，面带微笑，态度诚恳。

4.2.1.3.2 服务态度热情主动，宾客至上，耐心周到。

4.2.1.3.3 熟练掌握操作礼节，服务操作规范，不打扰客人，礼貌大方。

4.2.1.3.4 熟练掌握问候、称呼、应答、迎送礼节。语言运用准确得体

4.2.1.3.5 尊重客人的风俗习惯和宗教信仰，对客人的服装、形貌、不同习惯和动作，不品头评足，按照客人的要求和习惯提供服务。

4.2.1.3.6 上岗或在公共场所，不高声喧哗，动作轻稳，声音柔和，不影响客人。

4.3 卫生质量要求

4.3.1 环境卫生要求

4.3.1.1 楼体墙体及大厅玻璃干净明亮，无积尘。

4.3.1.2 门前及酒店范围内场地清洁，绿地平整、无杂物。

4.3.1.3 宾客使用的走廊、过道、过厅和卫生间有专人负责清洁保洁。

4.3.1.4 4 餐厅、厨房、仓库、宿舍无老鼠、蟑螂、蚊蝇。

4.3.1.5 厨房灶台、加工案台、器皿、冰箱、冷库、消毒柜等设备设施洁净、无油污；排烟机管道及排烟机通风口无油垢，定期清洗。

4.3.1.6 夏季、冬季室内温度符合政府相关规定，空调等设备设施定期清洁保养，相关空气质量检测指标达标。

4.3.1.7 餐厅内的设备设施设计合理，运营良好，与餐厅环境相匹配，并符合绿色环保要求。

4.3.1.8 要有定时与不定时的时令设计对设备设施进行悬浮式的装饰，如灯饰的设计。

4.3.1.9 餐厅内外的布局、装饰、陈设品、灯光与餐厅的装修风格、企业文化、经营档次融洽相宜，能按不同季节与节日进行氛围布置，营造舒适优雅的就餐环境。

4.3.1.10 餐厅内外配有不同功能作用的绿色植物，能够有效地净化空气并为客人创造一个美好的消费心情。

4.3.2 员工卫生要求

4.3.2.1 食品生产经营人员每年进行健康检查和卫生知识培训，新入职人员先体检、培训，取得健康证和卫生知识培训合格证后方可上岗。

4.3.2.2 员工佩戴健康检查通过标志或在指定区域对客公示健康证件。

4.3.2.3 员工上岗前不饮酒，不吃异味较重的食品，保持牙齿清洁，口腔清新。用餐后刷牙或漱口。

4.3.2.4 员工常修指甲，指甲不可过长，保持指甲清洁。女性员工不涂用深色指甲油和化浓妆。

4.3.2.5 勤洗澡，勤理发，勤换工作服，保持头发梳洗整齐，没有头皮屑。

4.3.2.6 上班时不吸烟、不喝酒、不吃零食、不在工作岗位用餐。工作时不做有碍卫生、有碍观瞻的动作。

4.3.2.7 员工上岗前用洗手间后必须洗手，餐厅、厨房员工要做到接触食品前必须洗手，养成习惯。直接接触食品的员工手指无伤口。

4.3.2.8 各岗位员工严格遵守本岗位和饭店各项卫生制度，认真执行卫生操作规程，基本无违章操作现象发生。

4.3.2.9 各岗位员工上班穿好规定的工作服，不卷袖子，不挽裤腿，不穿背心、短裤、拖鞋，遵守衣着卫生要求。

4.3.2.10 员工根据岗位要求佩戴口罩、手套，并常清洗和消毒。

4.3.3 食品卫生要求

4.3.3.1 餐具、用具要定期消毒达标处理，在清洗时要用流动的水冲洗，洗净后进行消毒。

4.3.3.2 储藏、加工过程中要生品、半成品、熟品分开，温度和储藏方式适宜；用不同的储藏柜、刀具、砧板进行加工处理。销售直接入口食品时，必须使用售货工具。

4.3.3.3 外购食（饮）品，有食品检验合格证，加工制作食（饮）品符合《中华人民共和国食品卫生法》规定。

4.3.3.4 禁止使用腐烂变质和超过保质期限的原料、调料和食品；

4.3.3.5 销售中做到不掺假、掺杂，不以次充好。

4.3.3.6 保持店内的餐桌，餐椅、墙面、地面等环境设施的定期消毒清洁，保持室内空气流通，严防各种污染。

4.3.3.7 必须为每位就餐者提供符合卫生要求的独立餐具，包括：筷子（刀叉）、餐勺、餐碟、餐碗等。

4.3.3.8 每个餐桌上至少要配备一套公筷、公勺。公筷和公勺要区别于就餐者的餐具。人数多的餐桌应相应增加公筷、公勺套数。

4.3.3.9 对特殊原料采取专人加工，避免食品安全事故的发生。

4.3.4 垃圾处理要求

4.3.4.1 垃圾消纳应分类、封闭、保洁。餐厨垃圾处理符合国家相关法律法规要求。

4.3.4.2 存放垃圾的设施设备和场地清洁、无异味，有防蚊、蝇、虫、鼠措施。

4.3.4.3 垃圾清扫、清运及时；遮盖或封闭清运。

4.3.5 餐厨废弃物的处理

4.3.5.1 加强对餐厨废弃物的管理，厨房废弃物必须交给有相关部门批准或备案的机构或个人处理。

4.3.5.2 建立厨房废弃物处理台账，详细记录餐厨废弃物的数量、去向、用途等情况。

4.4 企业服务质量管理要求

4.4.1 建立服务质量体系，质量体系包括服务质量文件和记录、内部质量审核等内容。

4.4.2 制定服务业的质量方针。包括

a) 所提供服务的等级；

b) 服务企业的形象和质量信誉；

c) 服务质量的各项目标及测量方式；

d) 实现质量目标所采取的措施;

e) 制定和落实质量责任。

4.4.3 编制服务规范。服务规范应对所提供的服务进行完整精确的要求并明确绩效测量体制。对服务工作的各个程序及其工作阶段进行详尽的规定。

4.4.4 建立服务质量责任制和督导制, 有合理的奖惩制度。

4.4.5 建立服务质量的顾客评定制度。

4.4.6 建立服务质量信息网络并充分加以运用, 信息系统适应企业服务的发展方向和业务需要。

4.4.7 制定服务质量管理中长期发展规划及实现规划的保障体制。

4.5 企业投诉处理要求

4.5.1 接待客人投诉处理部门和投诉处理机制。

4.5.2 接待客人投诉态度真诚, 不推诿。

4.5.3 调查核实情况, 准确记录

4.5.4 属于单位责任的, 应当向客人赔礼道歉; 需要书面材料的, 双方未能协商解决的, 要及时报请上级主管部门处理; 需向公安部门报案的, 协助公安部门处理; 涉及法律问题的, 依法按照程序处理。

4.5.5 与客人发生争执时, 告知客人解决纠纷的方式; 双方未能协商解决的, 要及时报请上级主管部门处理; 须向公安部门报案的, 协助公安部门处理; 涉及法律问题的, 依法按照程序处理。

4.5.6 对无理投诉、故意损害服务单位声誉、影响经营活动者, 应及时寻求相关部门协助处理。

5 服务质量评估方法

5.1 由餐饮企业内部人员或餐饮企业聘请有关人员进行服务质量评估的程序与标准, 企业可参照本标准自行制定。

5.2 由国家级行业协会认可的具有专业资格人员或经有授权的暗访人员进行服务质量评估的, 按照本标准及其细则进行评估。

5.3 服务质量评估方式

5.3.1 餐饮企业经营管理制度、工作程序、工作标准和执行情况的文字材料审核;

5.3.2 餐饮企业的现场审核;

5.3.3 专业暗访员的不定期暗访;

5.3.4 通过对包括专业点评网站等第三方渠道及时搜集、分析顾客的服务质量评估意见。

6 服务质量评估标识

由国家级行业协会进行的服务质量评估, 经专家审核评估合格, 可在店内悬挂并使用餐饮业服务质量专用标识。每次评估有效期为两年, 有效期满后将进行再次评估。



中国饭店协会简介

中国饭店协会是经国家民政部批准成立的国家一级行业协会，是为全国饭店与餐饮行业的企业、相关院校、供应商、产业链企业服务的全国性行业组织，成立于1994年，隶属于国务院国有资产监督管理委员会，并接受商务部的业务指导。协会贯彻落实科学发展观，以服务为宗旨，以“转型升级、品牌提升”为主要任务。大力培育和打造中国饭店产业发展大会暨中国饭店文化节、中国美食节、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、中国绿色饭店博览会等品牌活动。近年来，协会先后被民政部评为国家4A级行业协会，连续多年获得“中央国家机关文明单位”、“国务院国资委文明单位”等荣誉称号，学习型和创新型组织建设卓有成效。协会构建的五大服务体系是：

政府事务服务

协会积极参与制定行业国家标准、行业标准与行业自律规则。受政府委托组织实施《中国饭店业职业经理人执业资格条件》、《绿色饭店》国家标准和《经济型饭店经营服务规范》、《文化主题饭店经营服务规范》、《商务饭店经营服务规范》、《火锅企业经营服务规范》、《餐饮业服务质量评估规范》等数十个行业标准；协会积极开展“绿色饭店”创建活动，协会每年权威发布《中国酒店连锁发展与投资报告》、《中国餐饮业调查报告》、《中国饭店业网络口碑分析报告》、《中国绿色饭店发展报告》等，受到上市企业欢迎和政府部门的关注。

品牌服务

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

协会主办的中国美食节、中国饭店产业发展大会暨中国饭店文化节，已成为我国饭店业规模大、档次高、影响力广、群众参与性强的行业盛会。期“中国金鼎奖”是经国家批准的全行业最高奖。丝绸之路、京津冀、粤港澳等区域饭店产业大会也成为打造区域竞争力的交流合作平台。

培训服务

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

信息服务

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

国际交流服务

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



中国饭店协会
China Hotel Association

如果对此报告有任何意见或建议，请随时联系：

地址：北京市西城区月坛北街25号

电话：010-68391490 传真：010-68391490

网址：www.chinahotel.org.cn

邮箱：zgfdxh@126.com



扫描关注中国饭店协会公众号，了解更多信息