

行業概覽

本節及本文件其他章節所載資料及統計數據乃摘錄自我們委託弗若斯特沙利文編製的獨立行業報告（「弗若斯特沙利文報告」），以及各種政府官方刊物。我們委聘弗若斯特沙利文就[編纂]編製弗若斯特沙利文報告。來自政府官方來源的資料並未經我們、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、我們或彼等各自的任何董事、高級職員、僱員、代理或彼等的任何代表或參與[編纂]的任何其他各方獨立核實，且概無就其準確性發表任何聲明。有關行業風險的討論，請參閱本文件「風險因素－與我們的業務和行業有關的風險」。

餐飲服務市場涵蓋為堂食或外帶消費提供食品和飲料製作、供應及外賣服務的企業和門店，旨在滿足各類消費者的用餐需求。該市場主要分為兩大類：快餐餐廳(QSR)和全面服務餐廳(FSR)。快餐餐廳門店注重速度、效率和標準化流程，提供快餐或即食餐點，滿足消費者對便利性和快速用餐的需求。相反，全面服務餐廳則致力於提供全面的用餐體驗，包括多樣化的菜單、個性化服務以及舒適的環境，吸引追求更休閒、更具吸引力用餐體驗的顧客。

與注重親身服務、用餐時間更長、菜單定制更全面的全面服務餐廳相比，快餐餐廳具有以下特點：

- 標準化。統一的備餐方法及服務模式確保不同門店的口味和品質一致。
- 高效。最優廚房與前端工作流程可快速完成訂單，並提高翻座率。
- 可擴大性。易複製的業務模式促進連鎖店的快速擴張和區域滲透。
- 數字化。廣泛採用自助訂餐系統、數字支付和外賣平台，提升營運效率和顧客便利性。
- 客單價較低。優惠的價格和較小的平均交易金額使更多顧客能夠光顧中式快餐餐廳，並促使顧客高頻光顧。

行業概覽

快餐餐廳分部可進一步按菜品劃分為三類：中式快餐餐廳、西式快餐餐廳及其他快餐餐廳（如日式快餐餐廳和東南亞快餐餐廳）。中式快餐餐廳主要提供傳統本地風味菜品，西式快餐餐廳側重於源自西方烹飪傳統的菜餚和服務理念，而其他快餐餐廳形式則融合多種亞洲或其他地區飲食烹飪風格。

中國內地餐飲服務市場概覽

中國內地餐飲服務業蘊藏數萬億元市場機遇，近幾年顯著增長。2020年至2024年，總商品交易額預計將由人民幣4.0萬億元增長至人民幣5.5萬億元，年複合增長率為8.3%。該增長得益於城市化進程的加速、可支配收入的提升、數字化轉型的加快，以及餐飲市場在COVID-19疫情期間，儘管面臨前所未有的挑戰，但其展現出強大韌性，疫情反而推動在線點餐和外賣服務的快速普及。

展望未來，2025年至2029年期間將迎來更大的增長潛力。預計到2029年，市場規模將達到人民幣7.1萬億元，預計年複合增長率為5.6%。該未來擴張預計受持續技術創新、中產階級消費群體擴大，以及消費者日益注重餐飲便利性及品質相融合的用餐需求所推動。

市場規模龐大，中式快餐餐廳成為增長的主要驅動力

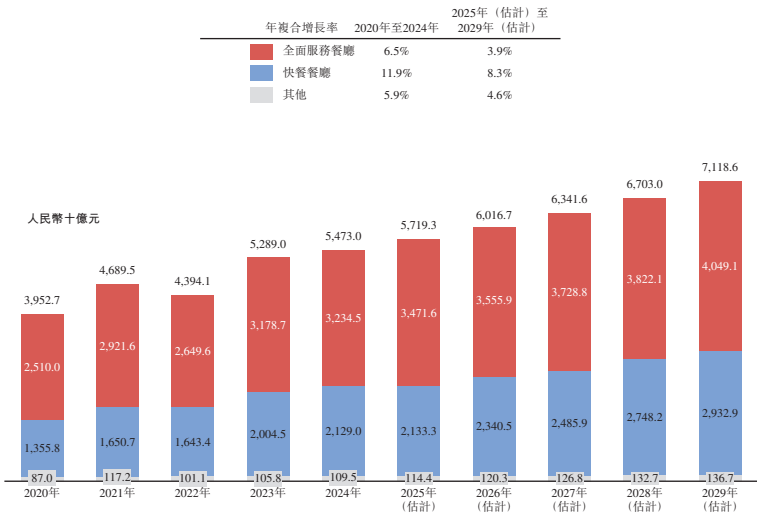
中國內地餐飲服務市場規模龐大，各分部均呈現快速增長和轉型態勢。其中，中式快餐餐廳憑藉本地消費者對傳統風味和便利性的強烈需求，作為市場增長的主要驅動力脫穎而出。該行業不僅以熟悉的口味吸引了大量消費者，還通過不斷創新，推出融合傳統與現代烹飪潮流的新菜品，滿足消費者不斷變化的口味偏好，原因為一家現代化餐廳通常以採納數據驅動的管理方式為特徵，輔之以數字化基礎設施。借助數字化點餐系統和高效的外賣配送網絡，快餐餐廳門店精簡服務流程，使其能夠快速、高效地為龐大都市人群提供服務。同時，其向發展成熟的大都市地區和新興市場的戰略性擴張，顯著擴大其市場覆蓋範圍。此外，先進技術的應用提升了運營效率，使企業能夠在不同門店保持一致的品質，並迅速適應市場變化。隨著可支配收入的提升、對便利性的需求增加以及城市化進程的加速，消費者偏好不斷變化，中式快餐餐廳預計將進一步鞏固其關鍵地位，推動持續擴張，增強中國餐飲服務市場的整體活力。

行業概覽

2024年，中國內地快餐餐廳市場的總商品交易額達到人民幣21,290億元，奠定其發展歷程的一個重要里程碑。2020年至2024年，市場規模由人民幣13,558億元增長至人民幣21,290億元，年複合增長率為11.9%。在此期間，快餐餐廳的總商品交易額在中國餐飲服務整體市場中的佔比迅速提升，凸顯其影響力日益增長。展望未來，隨著菜品創新、服務交付能力提升以及數字化點餐和外賣解決方案的進一步普及推動持續增長，預計到2029年該市場將達到人民幣29,329億元，2025年至2029年的預計年複合增長率為8.3%。

下表載列2020年至2029年中國內地餐飲服務市場按各主要細分行業劃分的市場規模（按總商品交易額計）明細。

2020年至2029年（估計）中國內地餐飲服務行業的市場規模（按總商品交易額計）



資料來源：中國國家統計局（「國家統計局」）、中國食品工業協會（「中國食協」）及弗若斯特沙利文分析

連鎖經營正逐漸成為中式快餐餐廳市場的主要趨勢，並展現出獨特的戰略優勢。快餐餐廳市場包括各類透過標準化運營、效率高及可擴展模型而出眾的企業和機構，利用數字化整合和實惠的價格提供具有大眾吸引力的一致、快速和便捷的用餐體驗，迎合優先考慮快速服務和即食的消費者。通過標準化流程、集中採購以及始終如一的品牌體驗，連鎖經營者能夠實現快速擴張並提升運營效率。推動這一趨勢的因素包括消費者對一致品質和快速服務的需求不斷增長、消費者對數字化點餐和外賣平台日益依賴以及市場競爭壓力促使品牌通過卓越運營實現差異化。此外，餐飲服務供應鏈的不斷發展及標準化，尤其是預製和淨菜食材方面的進步，進一步精簡了運營流程，為連鎖擴張提供更強的合理性，從而使經營者能夠在不斷變化的市場中佔據更大市場份額。

行 業 概 覽

	連鎖中式快餐餐廳	非連鎖中式快餐餐廳
業務模式.....	集中化管理，標準化運營	管理方式靈活，獨立運營
品牌認可度....	憑藉市場營銷和全國擴張，塑造強大品牌影響力	主要依賴當地聲譽，通常依靠口碑相傳
業務規模.....	在國內或全球設有多個門店的大型企業	通常在地方或地區設有單個或數個門店
供應鏈效率....	集中採購配送，規模經濟帶來成本效益	零散採購，成本可能較高，一致性欠佳
品質控制.....	所有門店產品品質貫徹一致	品質可能因廚師或當地供應商而異
創新能力.....	研發投入，進行結構化產品開發	根據當地口味和趨勢靈活創新

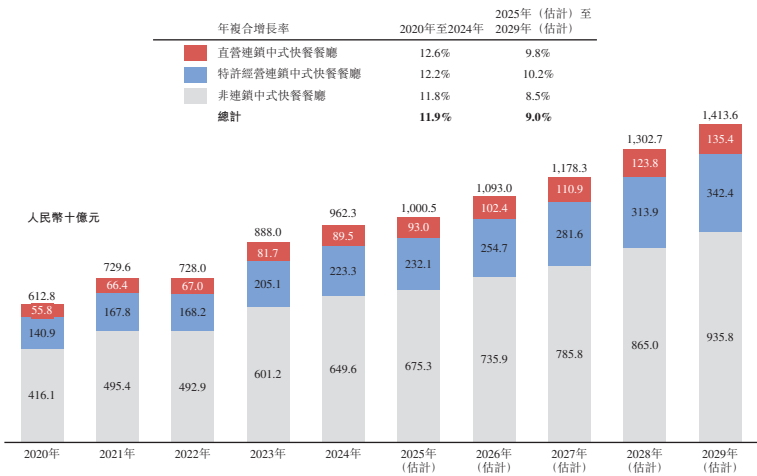
資料來源：弗若斯特沙利文分析

目前，中式快餐餐廳市場主要以非連鎖經營為主，2024年的連鎖滲透率僅為32.5%。在連鎖快餐餐廳分部中，直營連鎖中式快餐餐廳和特許經營連鎖中式快餐餐廳分別佔2024年中式快餐餐廳市場總商品交易額的9.3%及23.2%。

然而，隨著供應鏈管理、運營標準化和數字化水平提升，連鎖快餐餐廳的增速有望進一步加快。預計到2029年，中國內地的連鎖中式快餐餐廳的市場規模將達到人民幣4,778億元，而非連鎖中式快餐餐廳的市場規模將達到人民幣9,358億元，但其增速將有所放緩。到2029年，直營和特許經營連鎖中式快餐餐廳的年複合增長率預計分別為9.8%及10.2%，整體連鎖滲透率預計將提升至33.8%。標準化和數字化的持續推進將有助於強化品質控制，提高門店的可複製性，從而推動中式快餐餐廳市場的擴張，滿足消費者日益注重食品品質和用餐體驗的期望。下圖列示2020年至2029年中國內地中式連鎖和非連鎖快餐餐廳市場的市場規模（按總商品交易額計）明細。

行業概覽

2020年至2029年（估計）中國內地中式快餐餐廳市場的市場規模（按總商品交易額計）



資料來源：國家統計局、中國食協及弗若斯特沙利文分析

中國中式麵館市場概覽

中式麵館：更廣泛的中式快餐餐廳市場中一個充滿活力的分部

中式麵食細分市場於2024年佔中式快餐餐廳市場的29.8%，是該行業內一個核心且表現優異的類別。中式麵館市場的持續增長及巨大貢獻進一步證實其在中式快餐餐廳市場的重要地位。與其他餐食細分市場相比，中式麵食細分市場以其鮮明的經營及產品特徵脫穎而出，並使其從其他快餐類別中分離出來。與以米飯為主或火鍋形式的快餐相比，中式麵食對新鮮高湯、豐富的地區風味及多樣的麵條類型的講究，要求更為複雜的供應鏈、廚房製作流程及SKU管理，彰顯了其在更廣泛的快餐餐廳市場的特殊定位。在傳統麵食的持久魅力和消費者對快速、便捷餐飲體驗需求推動下，中國的中式麵館市場正迅速發展成為更廣泛的快餐餐廳市場中一個充滿活力且持續增長的分部。該市場的特點在於經典烹飪傳統與創新服務模式相融合，隨著城市化進程的加速、可支配收入的提升以及向數字化點餐和外賣平台的強勢轉變，共同推動了這一融合。隨著消費者偏好的不斷變化，麵館門店正通過菜單創新和運營效率提升，搶佔市場份額並推動增長。

中式麵館細分市場是整個中國麵條餐飲服務市場的主導領域，佔據95%以上的市場份額。中國中式麵館市場（包括中國內地、香港特別行政區、澳門特別行政區及台灣省）的總商品交易額由2020年的人民幣1,833億元增長至2024年的人民幣2,962億元，年複合增長率為12.7%。展望未來，基於中國城市化進程的推進、可支配收入的增長及外出就餐消費者比例的增加，中式麵館市場預期將進一步加速增長，到2029年，總商品

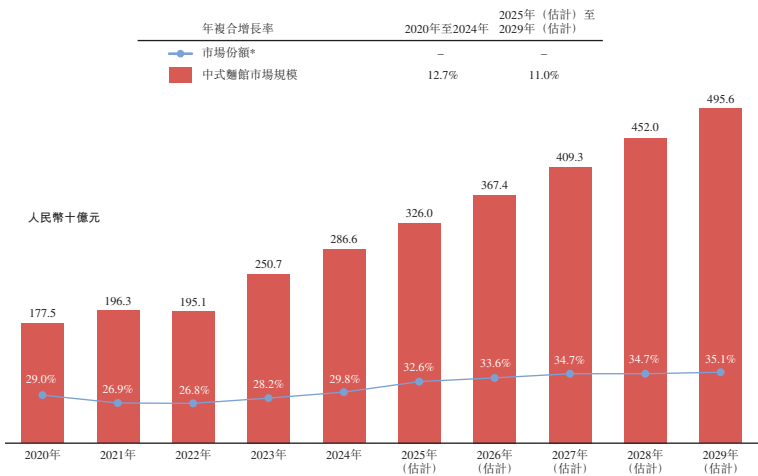
行業概覽

交易額將達至人民幣5,100億元，2025年至2029年的年複合增長率為10.9%。在中式麵館市場中，中國以川渝風味為主的中式麵館市場的總商品交易額從2020年的人民幣450億元擴張至2024年的人民幣727億元，年複合增長率為12.8%，預期2029年的總商品交易額將達至人民幣1,357億元，2025年至2029年的年複合增長率為13.2%。

2024年，中國內地中式麵館市場的總商品交易額達人民幣2,866億元。2020年至2024年，這一分部大幅增長，由人民幣1,775億元增長至人民幣2,866億元，年複合增長率為12.7%。展望未來，由城市化進程加快及家庭收入水平提升帶來的客戶群擴大以及傳統中式面食日益普及所推動，預計該市場將維持雙位數增長，到2029年總商品交易額預計將達到人民幣4,956億元，2025年至2029年的年複合增長率預計為11.0%。

下圖列示2020年至2029年中國內地中式麵館市場的市場規模（按總商品交易額計）及其在整個中式快餐餐廳市場中的滲透率。

2020年至2029年（估計）中國內地中式麵館市場的市場規模（按總商品交易額計）



* 附註：市場份額指中式麵館佔整個中式快餐餐廳市場規模的比例。

資料來源：國家統計局、中國食協及弗若斯特沙利文分析

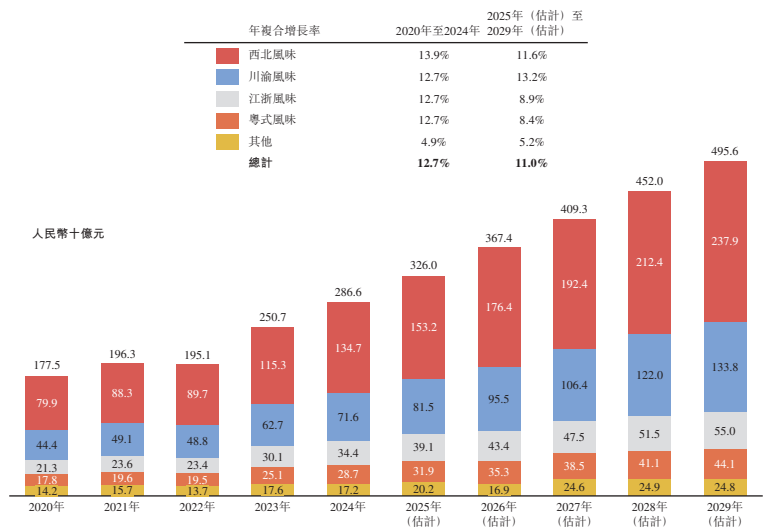
中國內地中式麵館市場按地域菜系進行細分，每種菜系都以其獨特的風味和用餐體驗，滿足不同消費者的偏好。主要分部包括西北風味麵館、川渝風味麵館、江浙風味麵館以及粵式風味麵館。值得注意的是，川渝風味麵館的受歡迎程度持續上升，這

行業概覽

主要得益於其麻辣鮮香的口味，以及城市消費者對傳統與創新餐飲選擇日益增長的趨勢。消費者對川渝風味麵館的興趣不斷升溫，推動了川渝風味麵館分部的大力創新與擴張，使其成為整個中式麵館市場中增長的主要驅動力。

下圖載列2020年至2029年按不同菜系劃分的中國內地中式麵館市場的市場規模(按總商品交易額計)明細。

2020年至2029年(估計)中國內地中式麵館市場的市場規模(按總商品交易額計)



資料來源：國家統計局、中國食協及弗若斯特沙利文分析

增長驅動力

中式快餐餐廳和中式麵館分部的快速增長主要由以下因素推動：

- 消費者對便捷性和品質的需求不斷提升。**隨著城市化進程的加快和消費者生活節奏日益繁忙，人們對快捷、方便的用餐選擇需求不斷增加。此外，隨著可支配收入的增加，消費者更願意為便捷且優質的餐飲體驗支付更高的費用。這一趨勢推動整個快餐餐廳市場的發展，包括中式麵館分部，因為消費者追求能夠快速提供（無論是堂食或外賣）的高品質餐食服務。此外，外出就餐滲透率（即於指定時間內外出就餐的人（或家庭）的比例）從2020年的約23.2%增加至2024年的25.6%，預期到2029年將達至28%左右。該增長趨勢表明消費者行為的結構性轉變，預期將為餐飲服務行業主要增長驅動力。

行業概覽

- **技術進步與數字化整合。**數字化點餐平台、外賣應用程序和自動化流程的快速應用顯著提升了快餐餐廳的運營效率。領先快餐餐廳品牌愈多利用技術，精簡服務流程並提升顧客參與度，同時中式麵館經營者亦積極採用上述工具，以提供無縫、高效的用餐體驗，滿足消費者對無接觸點餐及外賣配送日益增長的需求。
- **連鎖品牌擴張及標準化。**快餐餐廳市場（包括中式麵館和其他中式快餐餐廳）日益向連鎖經營模式轉變，進一步推動了該市場的增長。標準化運營、一致的產品供應以及在不同城市和地區快速擴張的能力，使這些品牌能夠佔據更大的市場份額。
- **政策支持與食品安全法規的標準化。**政府對餐飲服務行業標準化的日益關注以及更嚴格的食物安全法規有助於市場的整體改善。這為連鎖經營的發展提供支持，並推動快餐餐廳行業流程的進一步標準化，從而促進中式快餐餐廳和中式麵館分部的增長。

未來趨勢

中式快餐餐廳和中式麵館分部的發展受以下主要趨勢的影響：

- **品牌化與連鎖化發展趨勢。**隨著消費觀念的轉變和市場競爭的加劇，消費者更傾向於選擇品牌知名度高、服務穩定、品質一致的餐飲品牌。品牌化和連鎖化發展已成為餐飲服務企業的核心發展戰略。通過標準化運營、穩定的產品品質和清晰的品牌形象，連鎖餐飲品牌獲得更高的市場認可度。此外，連鎖經營帶來的規模經濟有助於企業在食材採購和供應鏈管理等方面控制成本，進一步增強市場競爭力。
- **供應鏈持續優化及規模經濟擴大。**中式快餐餐廳品牌正在加強供應鏈管理，以控制成本並確保提供更快捷的服務。轉向連鎖經營和規模擴張使企業能夠通過集中採購、標準化流程和優化物流來降低成本，從而提高盈利能力。持續的供應鏈優化進一步增強快餐餐廳品牌的競爭力，推動其可持續增長。

行業概覽

- **年輕消費群體的崛起及社交媒體的影響力擴大。**90後、00後消費者逐漸成為主流消費群體，他們青睞便捷、高品質的用餐體驗，並樂於接受中式快餐服務中的創新元素。社交媒體平台，尤其是短視頻應用，擴大了數字營銷的影響力。消費者能夠快速發現餐飲品牌並分享用餐體驗，使快餐餐廳能夠通過精準的數字營銷和品牌形象推廣，吸引更多年輕消費群體。
- **技術整合與數字化轉型。**先進技術在中式快餐餐廳中的整合正在推動整個行業的數字化轉型。由在線點餐平台、自助點餐機到自動化廚房、數據驅動分析，技術被廣泛應用於改善顧客體驗、精簡運營流程並提高服務速度。該數字化轉型不僅提升運營效率，還增強顧客參與度，提供更具個性化的用餐體驗，並在競爭日益激烈的市場中進一步培育品牌忠誠度。

海外中式快餐餐廳市場概覽

隨著全球華人社區不斷壯大，中餐服務業的顧客群顯著擴大。這些群體對中餐口味保持深厚的情感和文化紐帶。此外，中餐的多樣性和獨特性也吸引全球食客，使其成為全球最受歡迎的美食之一。多家中餐連鎖在國際上的成功擴張，彰顯中餐業的巨大潛力，並推動全球中餐業的進一步發展。2024年，全球中餐市場達到人民幣80,990億元，其中海外市場貢獻人民幣26,260億元，佔比32.4%。作為中國美食的核心元素，中式麵條已成為國際菜單上的熱門選擇，展現出強勁的全球市場增長前景。

在海外市場，香港特別行政區及新加坡在中式快餐餐廳行業發展中展現出強勁勢頭。在香港特別行政區，該市場近年來穩步增長，中式快餐餐廳行業由2020年的人民幣74億元拓展至2024年的人民幣100億元，年複合增長率為7.6%。該上升趨勢預計將會持續，如2025年至2029年以7.8%的年複合增長率增長，預計到2029年該市場將達到人民幣147億元。同時，新加坡的中式快餐餐廳市場亦強勁增長，市場規模由2020年的人民幣7億元增至2024年的人民幣13億元，年複合增長率高達15.7%。展望未來，如2025年至2029年以12.9%的年複合增長率增長，預計到2029年該市場將達到人民幣23億元。上述趨勢突顯了全球對中式快餐餐廳業態日益增長的需求及中國美食作為全球餐飲服務市場的主流而逐步為人們所接受。

行業概覽

競爭格局分析

排名和市場份額分析

中國的中式快餐餐廳分部高度分散，2024年前五大參與者的總商品交易額合共佔市場的約3%。除其分散的性質外，中式快餐餐廳市場的產品類型亦高度分散，且具有鮮明的差異化形式，如以米飯為主的餐食、麵食、火鍋式快餐等，各類形式的快餐具有獨特的消費吸引力、經營模式及風味特徵。中式麵館市場也反映出類似的分散模式，2024年前五大企業的總商品交易額僅佔市場份額的2.9%。該高度分散的市場格局預示市場存在巨大的整合潛力。當前的市場格局為戰略合併、收購和有機連鎖擴張提供充足的機會，老牌企業可利用規模經濟，精簡運營並提高供應鏈效率。

2024年，按總商品交易額計，本公司為第四大中式麵館經營者，市場份額為0.5%。值得注意的是，按總商品交易額計，本公司亦為最大的川渝風味麵館經營者，且2022年至2024年連續三年，在中國所有餐飲連鎖企業中，重慶小麵、紅碗豌雜麵和金碗酸辣粉的線下銷量排名第一。此外，本公司為中國前十大中式麵館中增長最快的企業，2022年至2024年的總商品交易額年複合增長率最高。

2024年中國中式麵館經營者排名（按總商品交易額計）

排名	品牌	2024年總商品交易額 (人民幣百萬元)	2024年市場份額 (%)	2022年至2024年 總商品交易額 年複合增長率	2024年訂單平均 消費額 (人民幣元)
1	A	2,530.0	0.9%	23.8%	~33.0
2	B	2,060.0	0.7%	14.5%	~30.0
3	C	1,420.0	0.5%	47.8%	~36.0
4	本公司	1,348.4	0.5%	58.6%	~32.0
5	D	1,250.0	0.4%	28.2%	~34.0
前五大總計		8,608.4	2.9%	29.1%	
總計		296,170.7	100%		

行業概覽

附註：公司A：成立於2012年，總部位於江蘇，專注於提供中式麵食，公司A為一家私人公司，截至2024年年底經營約590家門店。

公司B：成立於1987年，總部設在北京，專營中式牛肉麵，公司B為一家私人公司，截至2024年年底經營約1,000家門店。

公司C：成立於2014年，總部位於深圳，專營西北麵食，公司C為一家私人公司，截至2024年年底經營約390家門店。

公司D：成立於2019年，總部位於上海，專營蘭州式牛肉麵，公司D為一家私人公司，截至2024年年底經營約320家門店。

資料來源：公司網站、專家訪談及弗若斯特沙利文分析

成功的關鍵因素

- **強大的選址能力。**有效的選址策略對中式快餐餐廳和中式麵館分部至關重要。善於選擇高客流量區域的經營者能夠通過高開店成功率實現快速擴張。這種強大的選址能力不僅有助於擴大品牌影響力，還能確保門店的長期運營和低閉店率，從而進一步鞏固市場領導地位和長期可持續發展。
- **品牌和市場知名度。**快餐餐廳行業高度依賴品牌認知度，知名品牌享有更高的市場知名度和顧客忠誠度。新進入者由於缺乏品牌知名度和既有的顧客基礎，往往難以吸引大量顧客，尤其是在中式快餐行業品牌化和連鎖化發展日益明顯的趨勢下。在競爭激烈的市場中，打造一個強大、知名的品牌對於實現長期成功和贏得消費者信賴至關重要。
- **供應鏈和成本控制。**穩定且高質量的供應鏈至關重要，尤其是在中式快餐領域，食材的多樣性和質量尤為關鍵。成熟的連鎖企業通過規模經濟控制成本，並從集中採購和優化物流中獲益。若無強大的供應鏈體系，企業在快速擴張期間將難以保持成本效益及降低運營風險。
- **人才和管理能力。**中式快餐的快節奏特點，尤其是在快速服務、標準化流程和門店管理等方面，要求高水平的運營專業知識。缺乏相關管理經驗的新進入者可能難以保持一致的產品品質和服務標準，從而嚴重影響顧客滿意度和品牌聲譽。有效的人才管理和強有力的運營領導力對於在不同門店執行一致的品質標準和保持運營效率至關重要。
- **應用新技術和數字化轉型。**中式快餐餐廳品牌的成功發展在很大程度上依賴於數字技術。有效利用在線點餐、外賣管理、會員系統和供應鏈解決方

行業概覽

案可提高運營效率並改善顧客體驗。善於利用技術精簡流程、提升服務的品牌更能滿足現代餐飲業的需求並保持競爭力。

進入壁壘

作為中式快餐餐廳分部的核心類別之一，中式麵館的發展促進了該行業的整體增長。與更廣泛的中式快餐餐廳行業一樣，兩者均有若干明顯的進入壁壘：

- **實現標準化的能力和經驗。**鑒於中式餐飲的固有複雜性，其特點是食材種類繁多、製作技術複雜，且具有強烈的地區口味偏好。實現營運標準化對新進入者而言屬重大挑戰。中式快餐餐廳分部的標準化主要體現在口味的一致性、可複製的操作流程和供應鏈的統一性。需要全面的營運專業知識及資源分配為新進入或規模較小的市場參與者造成了較高的進入壁壘。
- **資本與營運成本。**中式快餐餐廳分部對新進入者構成了巨大的資本及營運壁壘。在選址、室內設計、廚房設備採購和員工培訓等多個方面均需大量前期投資。此外，該行業還需要強大的標準化運營能力，以確保產品品質和服務水準的一致性、高效的配送系統及多門店管理。
- **供應鏈與成本控制。**中式快餐餐廳行業於供應鏈管理及成本控制方面存在巨大壁壘。該行業需要多種類、高品質的原料，且隨著品牌的跨區擴張。穩定且整合良好的供應鏈對維持營運效率而言至關重要，包括涵蓋原材料採購、存貨管理及物流配送。然而，新進入者往往難以建立有關基礎設施，而成熟的供應鏈運營商則可於規模經濟中獲益，實現大宗採購和優化物流。
- **品牌知名度與市場滲透率。**品牌資產在中式快餐餐廳行業中發揮重要作用。領先品牌享有強大的消費者認知度，這將轉化為選址、租賃磋商及通過忠誠度計劃和私域流量渠道留住顧客的優勢。隨著品牌化及連鎖化發展加劇，尚未建立品牌知名度的新進入者在吸引和留住顧客方面將面臨重大挑戰。

行業概覽

市場挑戰與對策

隨著市場顯著增長，中式快餐餐廳與中式麵館分部皆面臨以下市場挑戰。

- **勞動力成本上升與企業自動化轉型。**勞動力成本上升已成為以麵食為主要的中式快餐餐廳分部的核心挑戰，尤其是對於依賴龐大服務和廚房團隊的連鎖經營者而言。連鎖餐廳在很大程度上依賴員工提供服務、食品製備及管理，在工資增長和勞動力市場緊縮的情況下，面臨著持續盈利的壓力。自動化雖然需要初期投資與員工再培訓，但可提升效率、一致性與成本控制。採用上述技術的品牌能更好地管理勞動力壓力，並維持長期競爭力。
- **有限的標準化和連鎖可擴展性。**由於產品的多樣性和複雜性，中式麵館行業在實現標準化方面面臨固有困難。中國消費者對麵條類型、湯汁濃度、辣度和調味料有強烈的區域偏好。傳統的製作方法，包括手工麵條和新鮮高湯，在不同地區有很大差異，這使得建立可擴展、可複製的店鋪形式充滿挑戰。配料、烹調過程和風味配置無法統一使得實施集中式標準操作程序的工作更加複雜。品牌必須將菜單本地化，以滿足不同的期望，這增加了研發、菜單規劃和員工培訓的複雜性。要在多樣化的消費者群中保持競爭力，就必須不斷創新。
- **複雜且高要求的供應鏈基礎設施。**為了迎合不同地區的偏好，品牌必須支援各式各樣的SKU，包括不同的麵條類型（手拉麵、米粉、刀削麵等）、蛋白質、調味品和醬料。在倉庫、小賣部廚房及前線門店中管理SKU的擴散增加了營運複雜性。新鮮食材，例如湯底、醃漬蛋白質和配料，是麵類餐單的核心。這些產品的保質期通常很短，需要強大的冷鏈物流和即時庫存管理以確保品質。然而，許多中小型品牌缺乏物流基礎設施或採購能力，無法跨區域支援可靠供應鏈的落實。

成本分析

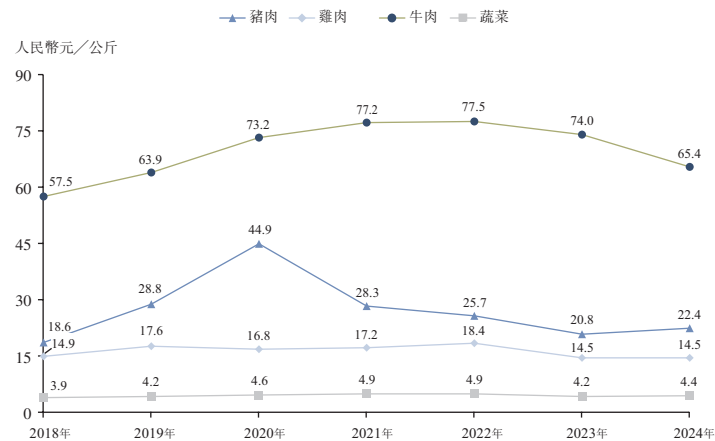
中式麵館的主要成本構成包括食材、租金開支和勞動力成本。食材在成本中佔很大比例，原因是保持各類麵條菜品的品質和正宗性對顧客滿意度至關重要。租金開支，尤其是在人流量大的城市地區，佔據管理費用的頗大比重，並影響戰略選址決

行業概覽

策。此外，由於需要熟練的烹飪人才和高效的服務人員，勞動力成本也是影響整體運營費用中的一個關鍵因素。這些因素共同決定中式麵館的財務健康狀況和盈利能力，因此有效管理這些成本對於這一競爭激烈的分部的可持續增長至關重要。

中國內地的餐飲服務企業通常採購豬肉、牛肉、雞肉和蔬菜作為主要食材。近年來，部分食材價格呈波動趨勢。例如，牛肉的平均價格由2018年的每公斤人民幣57.5元上漲至2024年的每公斤人民幣65.4元，主要是受消費者需求增長推動，而自2022年以來，牛肉價格呈下降趨勢，最高為每公斤人民幣77.5元，之後逐漸下降至2024年的每公斤人民幣65.4元，反映了後疫情時代供需結構的調整。

下表列示2018年至2024年中國內地主要食材的平均價格。



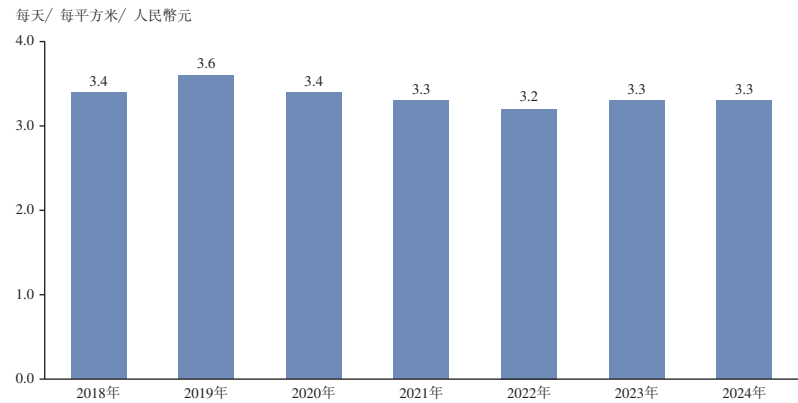
資料來源：國家統計局、弗若斯特沙利文

附註：(1)此處價格指批發價；(2)蔬菜平均批發價指中國內地28種蔬菜的平均批發價。

在中國內地的餐飲服務業中，零售物業的租金開支是一項重大的成本負擔。2018年至2024年期間，中國內地零售物業的平均租金於每天每平方米人民幣3.2元至人民幣3.6元之間波動並於2024年達至每天每平方米人民幣3.3元，自2018年起的年複合增長率為-0.5%。該波動主要是受疫情後經濟復甦和商業房地產行業供過於求等多項因素影響。

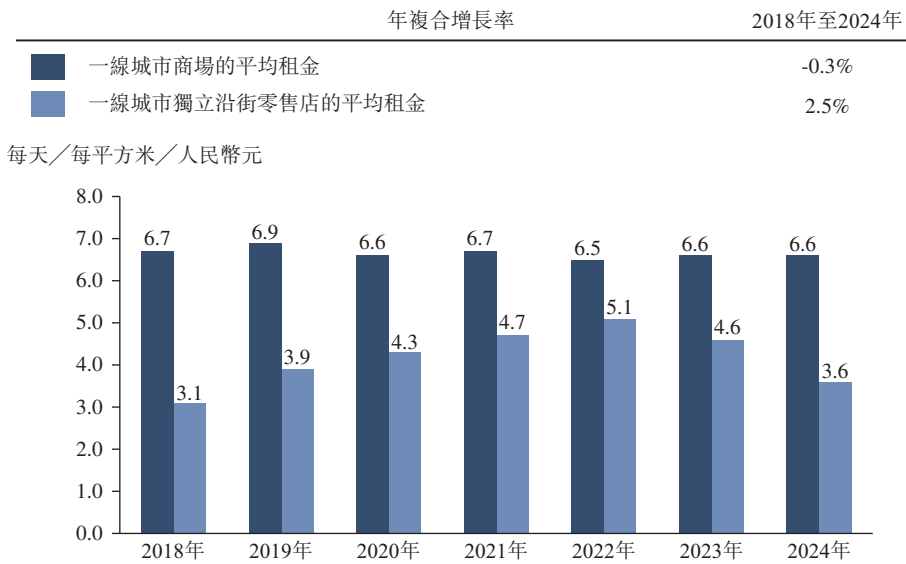
行業概覽

下表列示2018年至2024年中國內地零售物業的平均租金費率。



資料來源：國家統計局、弗若斯特沙利文

具體而言，中國內地一線城市的商場和獨立沿街門店的平均租金近年呈現明顯分化。商場的平均租金呈現小幅下降趨勢，年複合增長率為-0.3%。下降的主要原因為COVID-19疫情的不利影響、消費者流量持續遷移至電子商務平台，以及零售業態的持續調整。相比之下，獨立沿街門店的平均租金呈現兩個階段模式：從2018年至2022年在當地消費需求不斷增長的推動下穩步增長，於2023年後由於競爭激烈及日益流行的線上渠道而下降。



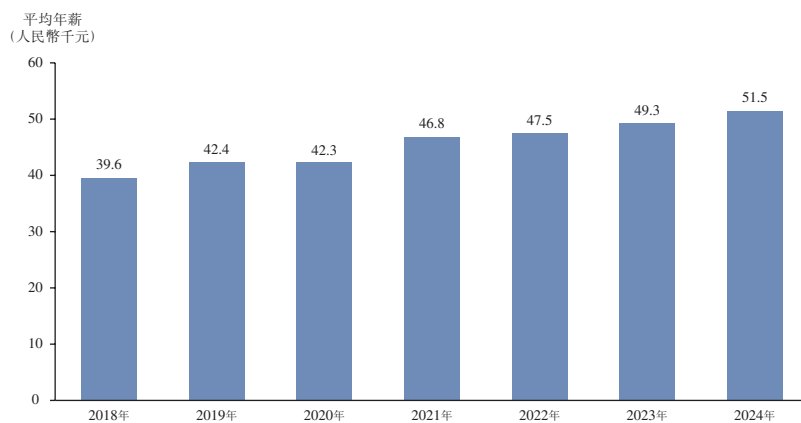
資料來源：弗若斯特沙利文

行業概覽

附註：由於缺乏全面統計數據，本研究採用抽樣法估算中國內地一線城市商場和獨立沿街門店的平均租金。值得注意的是，由於此方法和數據來源的固有限制，該等估算數值與實際市場數值之間可能存在一定的差異。

隨著中國內地經濟的持續增長，2018年至2024年中國內地餐飲服務業員工的平均年薪穩步上升。未來五年，隨著經濟的持續發展和可支配收入的提升，勞動力成本預計將繼續上升。展望未來，餐飲服務業員工的平均年薪預計將與中國內地名義GDP增長保持同步上升。

下表列示2018年至2024年中國內地餐飲服務業員工的平均年薪。



資料來源：國家統計局、弗若斯特沙利文

附註：年薪指住宿和餐飲市場私營部門員工的平均年薪。

資料來源

本節包含的資料摘自我們就[編纂]委託弗若斯特沙利文獨立編製的弗若斯特沙利文報告。我們預計就弗若斯特沙利文報告及使用其報告向弗若斯特沙利文支付總額人民幣400,000元。弗若斯特沙利文是一家諮詢公司，為各行各業提供行業諮詢服務、商業盡職調查和戰略諮詢服務。我們認為，支付該等費用並不影響弗若斯特沙利文報告所得出結論的公正性。我們在本節以及本文件「概要」、「風險因素」、「業務」、「財務資料」等章節及其他部分摘錄了弗若斯特沙利文報告中的若干資料，以便為有意[編纂]提供關於我們所經營行業的更全面介紹。

行業概覽

於弗若斯特沙利文報告的編製過程中，弗若斯特沙利文進行了一級研究和二級研究，獲得了有關中國及全球餐飲服務市場的知識、統計數據、資料及行業見解。一級研究包括採訪主要行業專家和領先的行業參與者。二級研究包括分析來自各種公開可用數據源的數據。弗若斯特沙利文報告的編製基於以下假設：(1)在預測期內，中國及全球的整體社會、經濟和政治環境預計將保持穩定；(2)在整個預測期內，相關的主要驅動因素可能會推動中國及全球餐飲服務市場的持續增長；及(3)不存在可能對行業產生重大或根本性影響的極端不可抗力或不可預見的行業法規。我們的董事在作出合理查詢並採取合理審慎的態度後確認，自弗若斯特沙利文報告日期起，市場資料中並無任何可能限制、抵觸或影響本節所披露資料的不利變動。