

餐饮降本增效创新 策略研究报告2026

红餐 产业研究院

艾能节

2026年3月

摘要

□ 本报告在红餐大数据的基础上，综合红餐产业研究院的桌面研究、调研数据、专家意见等，对餐饮行业降本增效创新策略的相关资料进行整理分析。从餐饮行业现状、创新型降本增效策略、AI节能案例分析、未来展望等角度，综合剖析了餐饮行业降本增效创新策略的发展现状，旨在为相关从业者、投资人、消费者提供参考

□ 本文部分亮点如下：

01

近年来，餐饮行业在经历了快速增长后，逐渐进入存量竞争阶段。红餐大数据显示，2023-2025年，全国餐饮门店数量呈先升后降再趋于平稳的走势，截至2025年12月，全国餐饮门店数量已超过770万家，同比增长0.31%。企查查数据显示，2025年全国餐饮企业注册量为240万家，同比下降14%，但企业存量仍在继续增长。截至2025年12月底，全国餐饮企业存量超过1,600万家，同比增长6.5%

02

在餐饮企业经营层面，一方面，随着市场竞争的加剧和消费者消费观念的愈发谨慎，餐饮门店的人均消费呈下滑态势；另一方面，人工、食材、租金等核心成本持续攀升，进一步压缩了企业的利润空间。面对这些挑战，餐饮企业积极寻求精细化的降本增效策略，以维持其市场竞争力

03

在餐饮企业的运营成本结构中，食材、人工和房租三大核心支出合计占据了门店总成本的七成以上，且这三项成本较为刚性，降本增效的操作空间相对有限。值得注意的是，能耗成本在运营成本中占比达到8%~15%，其受门店运营管理水平的影响显著，具备较大的优化潜力。尤其是空调能耗，已成为众多餐饮企业实现降本增效的重要突破方向

04

传统空调节能方式主要依赖人工，难以兼顾顾客体验和节能成效。面对这一难题，部分企业正积极寻求更智能高效的创新型节能方案。例如，专注连锁商业空间节能降本、数智化运营的艾能节推出了基于“IoT智能硬件+AI算法+RaaS平台”的AI空调节能方案。该方案可帮助餐饮企业对门店内的空调系统进行实时、动态且分区的个性化调控，不仅减轻了员工在空调管理方面的负担，还能实现单店空调能耗降低15%~30%的显著成效

目录

- 01** 餐饮行业现状：餐饮市场已进入存量竞争阶段，降本增效策略从粗放型转向精细化
- 02** 降本增效策略：空调能耗在运营成本中可优化空间较大，AI技术助力餐企高效节能
- 03** AI节能案例分析：多赛道探索AI节能新路径，百家以上的连锁品牌年度节能收益可达百万级
- 04** 总结与展望：降本增效迈向精细化与智能化，节能减碳推动餐饮行业向可持续方向发展

01

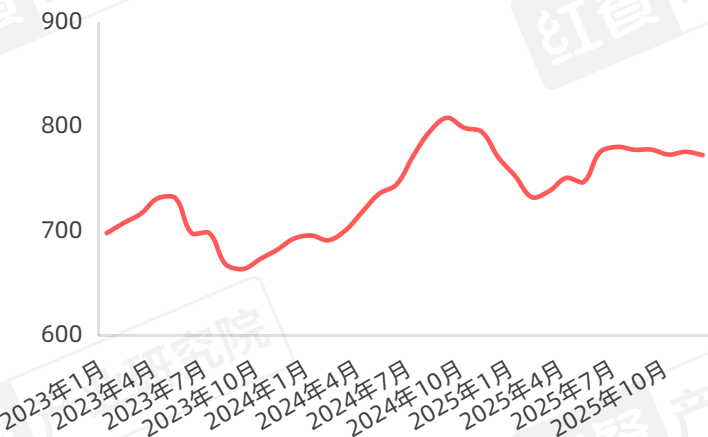
**餐饮行业现状：
餐饮市场已进入存量竞争阶段，降本
增效策略从粗放型转向精细化**

全国餐饮企业数量超过1,600万家，市场进入存量竞争阶段

- 近年来，餐饮行业在经历了快速增长后，逐渐进入存量竞争阶段。红餐大数据显示，2023—2025年，全国餐饮门店数量呈先升后降再趋于平稳的走势，截至2025年12月，全国餐饮门店数量已超过770万家，同比增长0.31%
- 企业数量方面，企查查数据显示，2025年全国餐饮企业注册量为240万家，同比下降14%，但企业存量仍在继续增长。截至2025年12月底，全国餐饮企业存量超过1,600万家，同比增长6.5%

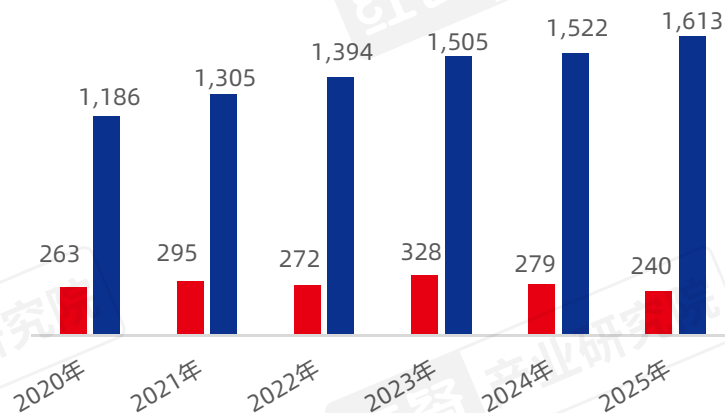
2023—2025年全国餐饮门店数量情况

单位：万家



2020—2025年全国餐饮企业注册量与存量情况

■ 注册量 (万家) ■ 存量 (万家)



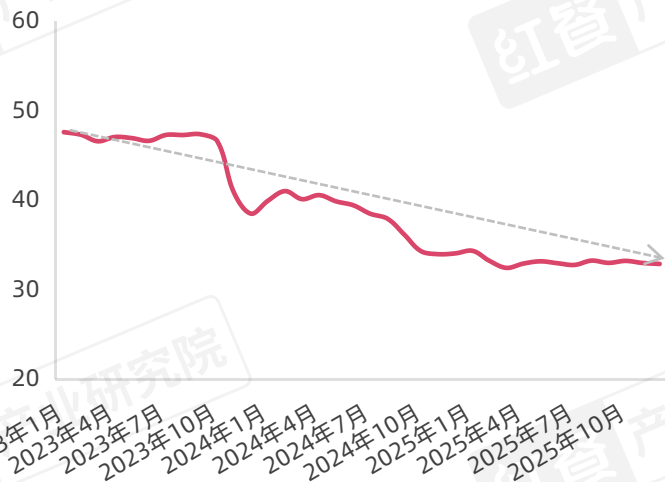
资料来源：红餐大数据、企查查，红餐产业研究院整理，数据统计时间截至2025年12月

餐饮人均消费持续下滑，多个细分赛道人均降幅超过10%

- 随着市场竞争的日趋白热化和消费者消费观念的愈发谨慎，餐饮各赛道的人均消费均呈下滑趋势。红餐大数据显示，截至2025年12月，全国餐饮大盘人均消费降至32.88元，较2024年同期下降了3.5个百分点，较2024年1月下降了17.7个百分点
- 具体到细分赛道，现制饮品赛道的人均消费下降幅度最大，从2024年1月的22.58元降至2025年12月的18.25元，降幅达到19.2%；中式正餐、火锅、烧烤、烘焙甜品、西餐和亚洲料理的人均消费在2024年1月至2025年12月的降幅也均超过了10%

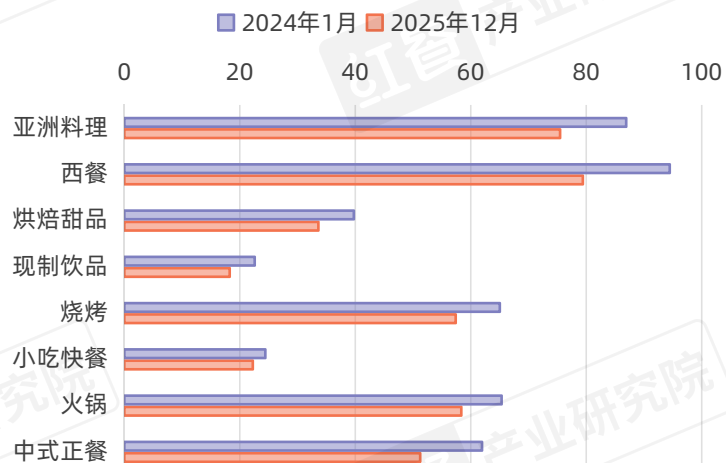
2023—2025年全国餐饮大盘人均消费情况

单位：元



2024—2025年全国餐饮主要细分赛道人均消费变化情况

单位：元



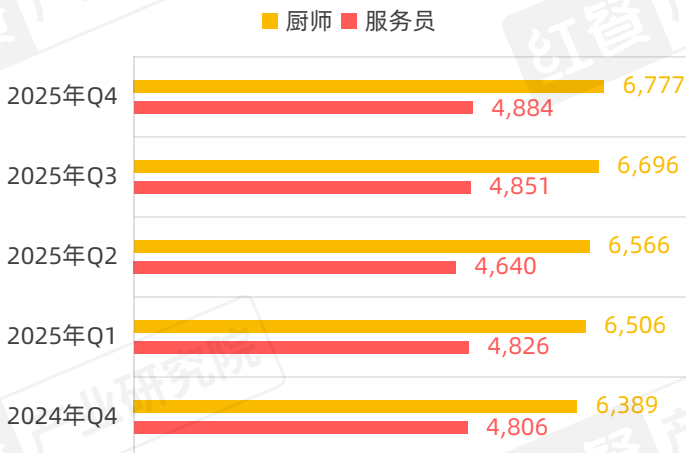
资料来源：红餐大数据，数据统计时间截至2025年12月

人工、食材与租金成本持续上行，餐饮企业利润空间受挤压

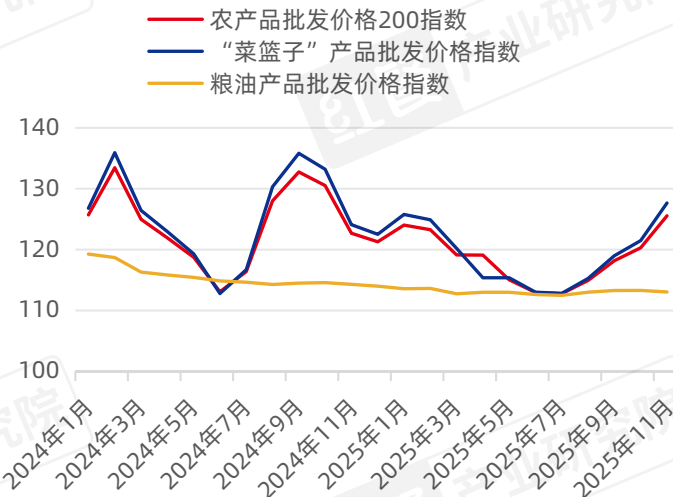
- 在餐饮企业经营层面，人工、食材、租金等核心成本持续攀升，企业利润空间不断被挤压。以人工成本为例，据BOSS直聘，2025年第四季度，餐饮行业厨师与服务员的平均薪酬分别达到6,777元/月和4,884元/月，同比增长6.1%和1.6%。而在食材成本方面，由于餐饮行业主要依赖农产品作为原材料，因此受食材价格波动影响较大，尤其是蔬菜类食材
- 此外，商铺租金的上涨也进一步加剧了企业的经营压力。据《2025上半年中国商铺租金指数研究报告》，2025年上半年，全国重点城市百MALL商铺平均租金从2021年的26.84元平方米/天上涨至27.05元/平方米/天，涨幅为0.67%

近年来餐饮行业人员平均薪酬情况

单位：元/月



2024—2025年全国农产品批发价格指数



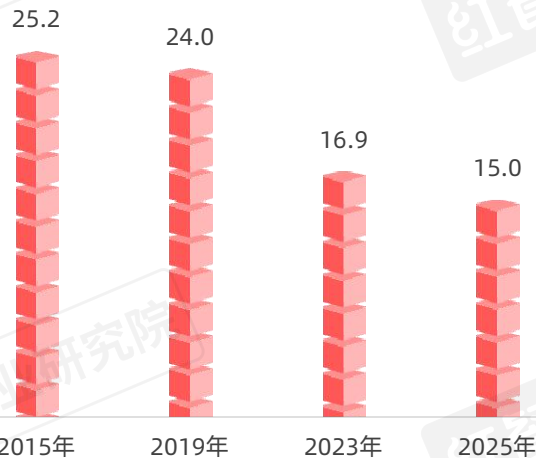
资料来源：BOSS直聘、农业农村部、中指研究院《2025上半年中国商铺租金指数研究报告》，红餐产业研究院整理

餐饮市场竞争日益加剧，门店存续周期缩短至15个月

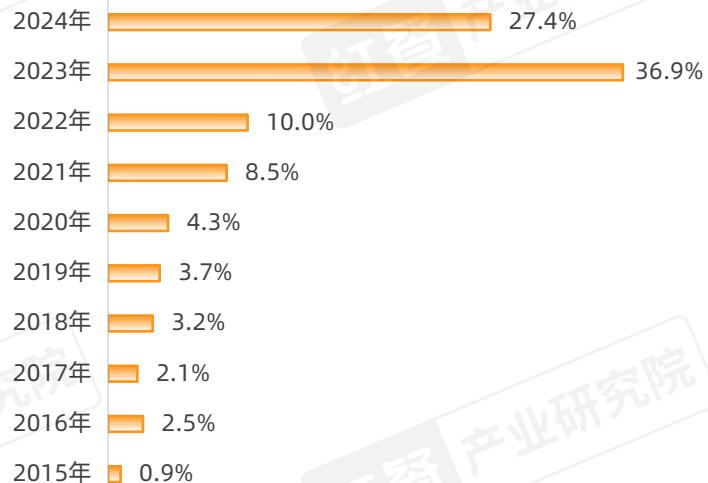
- 在餐饮市场竞争日益激烈与经营成本不断攀升的双重压力下，餐饮门店的存续周期显著缩短。公开数据显示，2023年餐饮门店生命周期从2019年的24个月缩短至16.9个月。另据《中国餐饮年度观察和大数据2025》，截至2024年底，在2024年退出线上经营的商户中，开店年限不足两年的商户占比达到64.3%，其中开店不足一年的商户占比为27.4%
- 而红餐大数据显示，2025年全年全国餐饮门店闭店数量超过300万家。基于此趋势，红餐产业研究院测算，2025年餐饮门店平均存续周期进一步缩短至15个月左右，凸显出餐饮行业当前面临的严峻挑战

近年来全国餐饮门店的平均存续周期

单位：月



2024年退出线上经营的不同开店年限商户占比情况



资料来源：《中国餐饮年度观察和大数据2025》、公开信息，红餐产业研究院整理

降本增效成餐饮企业生存与发展的核心课题，精细化运营成为趋势

- 当前，餐饮市场已进入存量竞争和阶段性洗牌的关键时期，降本增效成为餐饮企业生存与发展的核心课题。从产业上游供应链到下游餐饮品牌，各方均围绕降本增效发力，就连社交媒体上，关于餐饮降本增效的话题也持续保持高热度
- 值得注意的是，一些传统粗放式的降本手段（如降低食材品质、缩减人力等）容易降低顾客体验与运营质量，导致企业经营陷入恶性循环。因此，餐饮降本增效已从“粗暴削减”降本方式转向“精细化”增效模式，在确保甚至提升顾客体验的前提下，餐饮企业积极探寻创新的、稳定长效的增效路径



资料来源：公开信息，红餐产业研究院整理

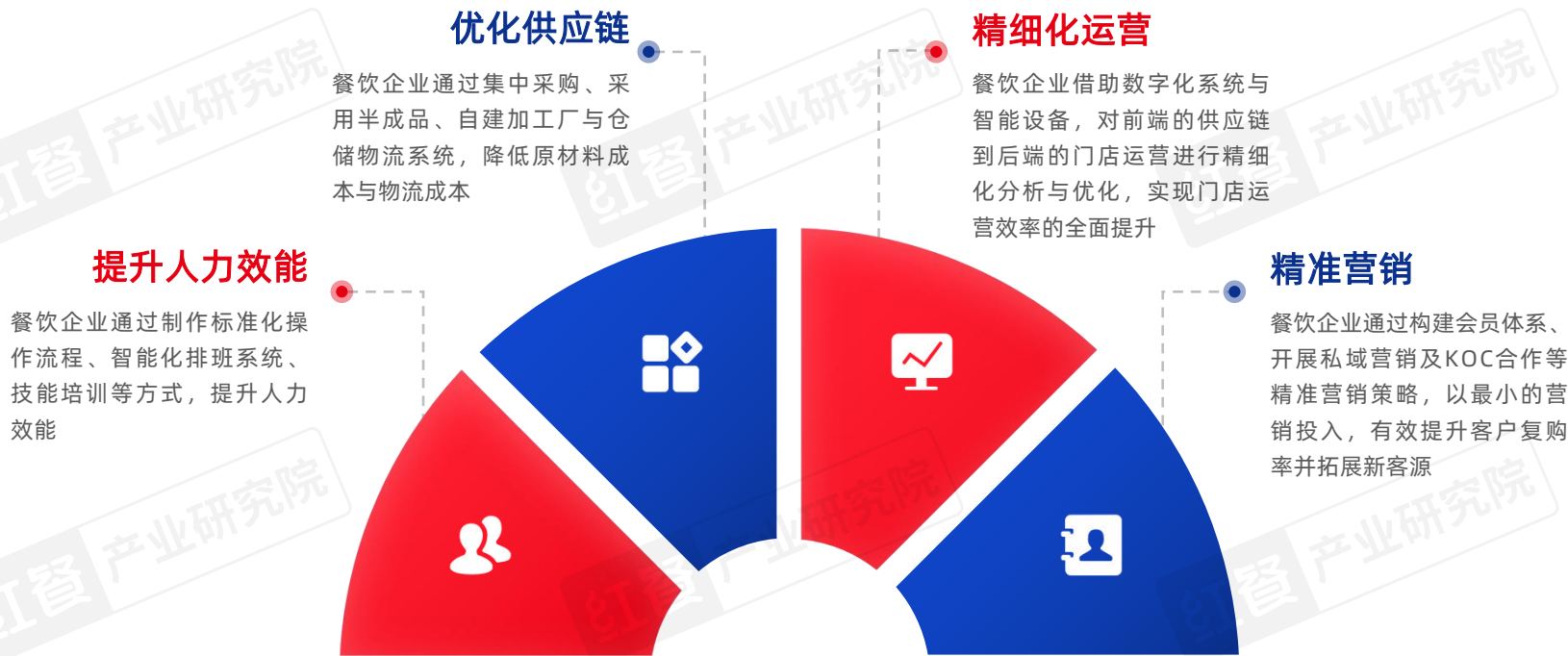
02

**降本增效策略：
空调能耗在运营成本中可优化空间较大，AI技术助力餐企高效节能**

近年来餐饮企业降本增效策略走向多元化，餐企从前端供应链到后端门店运营的每一个环节中寻找降本增效方法

- 近年来，面对严峻的市场竞争形势，众多餐饮企业纷纷采取提升人力效能、优化供应链、精细化运营以及实施精准营销等策略，以保持自身的竞争力和市场地位。例如，百胜中国通过标准化操作流程、精简SKU、集中采购和自建供应链、应用数字化系统与智能设备等措施，实现了2023—2025年连续三年经营利润增长。据其财报数据显示，2025年百胜中国的餐厅开支占比从85.9%下降至83.7%
- 由此可见，餐饮企业的降本增效策略已走向多元化，大家正试图从前端供应链到后端门店运营的每一个环节中寻找降本增效的方法

近年来餐饮企业主要采取的降本增效策略

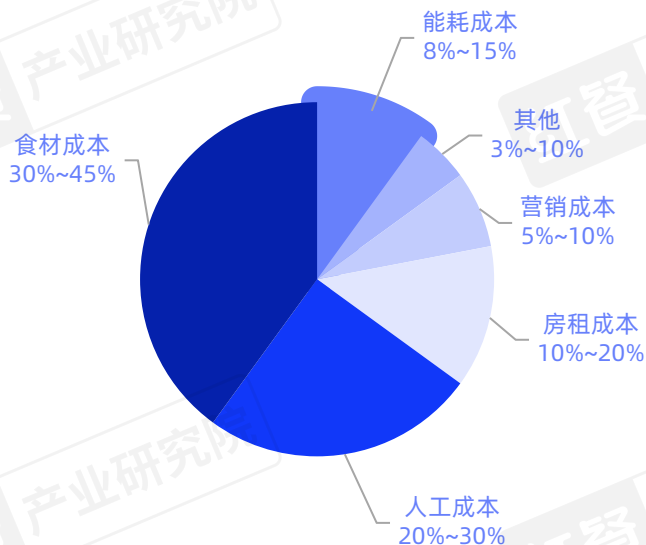


资料来源：公开信息、企业财报，红餐产业研究院整理

门店运营刚性成本占比超过七成，能耗成本成餐企降本增效的重要突破口

- 在餐饮企业的运营成本结构中，食材、人工和房租三大核心支出合计占据了门店总成本的七成以上。其中，食材成本以30%~45%的比例位居首位；人工成本紧随其后，约占20%~30%；而房租成本则占据10%~20%的份额。由于这三项成本具有较强的刚性特征，餐饮企业在寻求降本增效的过程中，其操作空间显得相对有限
- 此外，能耗成本与营销成本作为另外两项重要的支出，分别占据了8%~15%和5%~10%的比例。营销成本对于品牌知名度以及渗透力的提升至关重要，不宜轻易缩减。相比之下，能耗成本则成为当前值得深入优化的领域，特别是对于大型连锁餐饮企业而言，若通过精细化管理实现单店1%的节能目标，便能带来较为显著的利润增长

2025年全国餐饮行业成本结构情况



餐饮企业降本增效的主要难点

- 刚性成本占比高**
 食材、人工和房租三大核心成本占据了门店总成本的七成以上
- 可控成本的操作空间相对有限**
 诸如营销等可控成本占比较小，且关系到品牌的综合实力提升，可操作空间相对有限
- 能耗成本优化容易被忽视**
 门店运营中的水、电、燃气等能耗成本常被认为是刚性支出，在寻找降本增效过程中，容易被忽视，实际上这部分成本正是值得深入优化的领域

资料来源：公开信息，红餐产业研究院整理

空调在餐饮门店中的能耗占比达四至六成，可优化节能空间较大

- 餐饮门店的能耗成本涵盖水、电、燃气等多个方面，其中电费成本占比最高，节能潜力也是最大的。然而，餐饮门店内的能耗设备种类繁多，且涉及多个不同的应用场景，这就导致了不同设备的节能优化空间存在显著差异。比如，后厨的烹饪与制冷设备关乎出品效率和食品安全，节能空间相对有限；前厅的环境设备（如灯光、空调等）则直接影响消费者体验，特别是灯光设备还承担着门店视觉营销的重要功能，可操作的节能空间相对较小
- 因此，空调整能成为门店节能的重点突破方向。据红餐产业研究院不完全统计，空调能耗在餐饮门店能耗中的占比高达40%~60%，尤其在高温的夏季和严寒的冬季，空调能耗占比更高。若能通过合理的优化，则有望实现10%~30%的节能效果，有助于降低餐饮门店的整体能耗成本

餐饮门店的主要设备能耗成本占比及特点

能耗设备	能耗占比	能耗特点
暖通空调	40%~60%	承担制冷、采暖与通风功能，保持餐厅内环境舒适。以消耗电能为主，不论是快餐类还是正餐类餐厅，该项能耗占比均较高，具有较大的节能潜力
烹饪设备	10%~20%	包括炉灶、烤箱、炸炉等设备，消耗水、电、燃气等多种能源，能耗占比与餐厅经营业态相关，同时这些设备的运行状态关乎出品品质和出餐效率，可优化空间较小
制冷设备	10%~20%	包括冰箱、冷库等设备，主要依赖电能运行。这些设备的能耗具有基础性和持续性的特点，对于确保食品安全至关重要，节能空间相对有限
照明系统	5%~10%	涵盖室内外照明以及氛围营造等设备，主要消耗电能，能耗占比相对较低且稳定，因此优化空间有限
其他设备	10%~20%	包括洗碗机、热水器、饮水机等设备，消耗水、电等能源，部分设备对门店运营效率有直接影响，实施节能措施难度较大



- 电能是餐饮门店各类设备中最大的能源消耗
- 空调单项能耗占比最高，可优化节能空间最大
- 烹饪设备、制冷设备、照明设备的能耗优化空间相对有限

资料来源：公开信息，红餐产业研究院整理

人工节能方式面临顾客体验与管理难题，借助AI技术的创新型空调节能方式可助力餐企实现高效节能

- 尽管部分餐饮企业已经意识到空调系统是门店节能的关键，但是传统空调节能方式主要依赖人工，难以兼顾顾客体验和节能成效。一方面，人工管控空调普遍采用“一刀切”的温度设定和开关操作，不仅节能效果易受限于员工责任心与节能意识水平，还可能影响不同客流时段的顾客体验；另一方面，这种依赖人工的空调节能模式需店长/员工频繁巡检和手动操作，大幅增加了管理难度
- 面对这些难题，部分企业正积极寻求更智能高效的创新型空调节能方案。例如，专注连锁商业空间节能降本、数智化运营的艾能节推出了基于“IoT智能硬件+AI算法+RaaS平台”的AI空调节能方案。该方案可帮助餐饮企业对门店内的空调系统进行实时、动态且分区的个性化调控，不仅减轻了员工在空调管理方面的负担，还能实现单店空调能耗降低15%~30%的显著成效

传统空调节能方式与AI空调节能方式对比



传统空调节能方式

- **主要方法：**由门店员工对空调开关、温度设置等进行节能管理，通常采用“一刀切”的管理方式
- **优势：**无需额外智能设备支出，操作简单，易于员工执行
- **劣势：**节能成效对员工的责任心和操作依赖性较强，容易因忘记、误操作等导致浪费；“一刀切”的管理方式会影响不同气候条件、客流时段的顾客体验；需店长/员工频繁巡检和手动操作，管理难度较大

VS

AI空调节能方式

- **主要方法：**借助智能硬件、AI算法以及大数据平台对整个门店的空调系统进行实时、动态、分区的个性化调控
- **优势：**全自动智能运行，解放人力；通过AI系统主动预测和精准调控，实现动态恒温；节能效果显著且可持续
- **劣势：**初期的硬件改造和软件部署需要一定投入；依赖准确的传感器数据和初始学习周期，需要一定的时间才能达到节能效果



资料来源：公开信息，红餐产业研究院整理

AI空调节能以“轻投入”“零干扰”的方式重塑节能新路径

- 除了人工节能之外，也有部分餐饮企业尝试通过更换高能效比的空调设备，从“源头”降耗。然而，大批量更换空调设备既要评估施工落地的可行性，更需承担较高的资金成本和时间成本，且新设备仍依赖人工管控，能耗浪费问题依旧存在
- 相较之下，AI创新型空调节能方式则是利用现有的空调设备，通过模块化的硬件部署和平台化的数据分析，消除空调运行过程中的“管理浪费”，整体投入更为精简，对门店日常经营干扰较小，投资回报也更高。以深耕空调节能领域的艾能节为例，其构建了“诊断—构建—进化”三阶服务流程，既可保障节能方案从前期部署到后期执行过程中对门店经营“零干扰”，同时还能通过AI系统的自动运行与不断学习，使得节能策略不断优化

艾能节的“诊断—构建—进化”三阶服务流程

基于智能硬件的 专业诊断与无感部署

由专业团队上门，进行全方位诊断，评估设备状态与运营流程，制定个性化改造计划。通过模块化硬件与即插即用部署，实现真正的“零干扰”

基于AI算法的 数据融合与策略生成

系统对实时采集的物联数据、由品牌方提供的运营数据与规范以及积累的跨门店案例库与算法模型进行深度融合和快速学习，生成初步的专属策略，并在试运行中持续打磨、调优

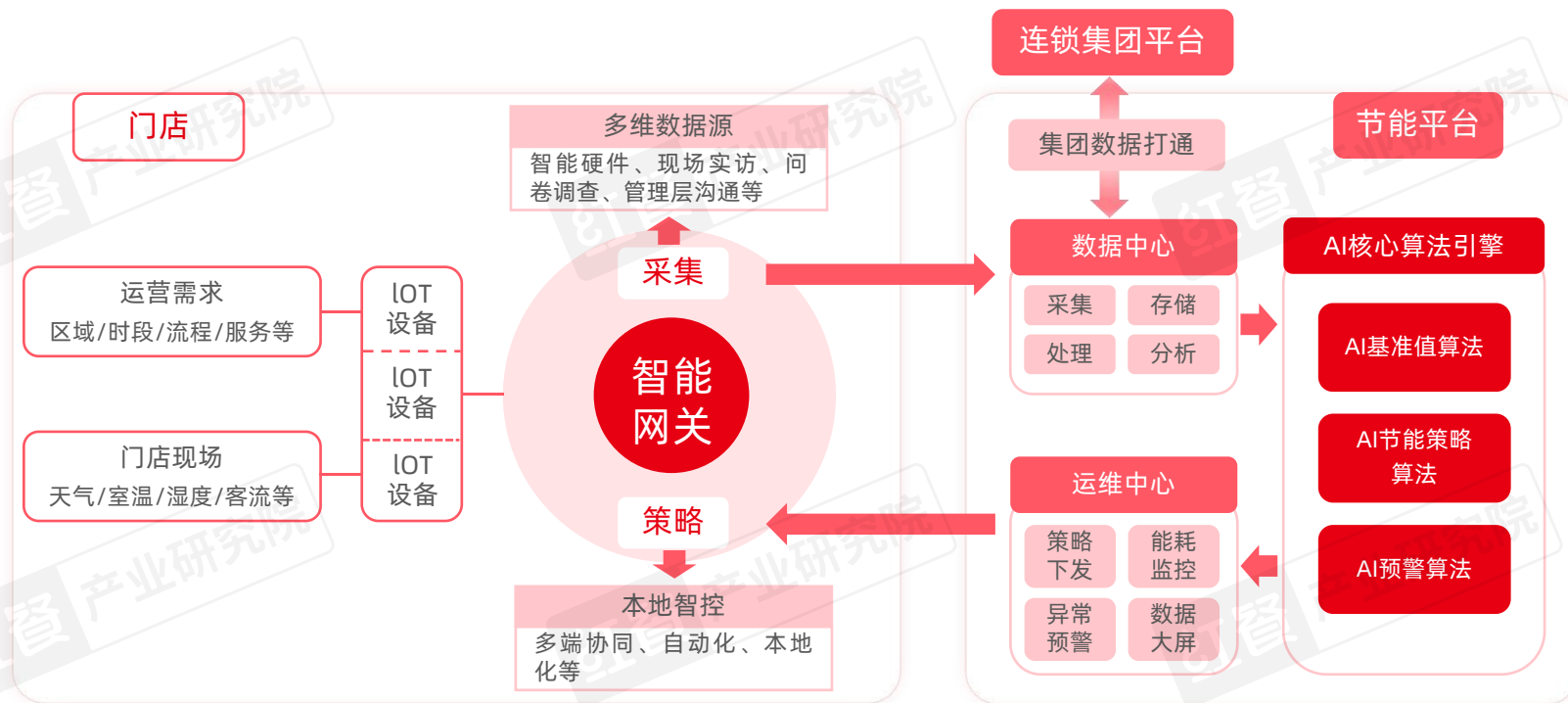
基于RaaS平台的 自动运行与持续进化

策略下发后，AI系统进入“7x24”小时全自动运行状态，实现实时监控、动态调优、异常自愈。同时，系统将门店持续的运行数据沉淀为“数字资产”，使策略本身具备学习进化能力，从而不断自我优化

AI空调节能方案采用全自动化模式，提升节能效果的同时有效降低运营成本

- 为了提升节能效果并减少人工干预，专注空调节能的艾能节基于自主研发与数百家门店验证，打磨出由智能硬件、AI算法与RaaS平台构成的“三位一体”AI全流程节能方案
- 其中，智能硬件作为感知与执行层，负责门店多维数据的采集与本地策略的执行；AI算法引擎作为决策层，基于国际标准构建能耗基准值算法、节能策略算法以及预警算法三大核心算法体系；RaaS平台（Results as a Service，节能效果保障平台）则以可量化、可验证、可持续的节能结果为核心交付标准，全面统筹数据汇聚、策略统筹以及效果监测等。三者协同推进，形成“感知—分析—决策—执行—反馈”的完整闭环，并持续迭代升级

艾能节AI空调节能方案的主要流程



资料来源：公开信息，红餐产业研究院整理

艾能节凭借“一店一策”节能方案，推动能耗从模糊的成本管控转化为清晰的能效管理数字资产

- 在餐饮行业已进入微利时代的大背景下，能耗管控已不再是餐饮企业的可选项，而是关乎其生存与发展的必答题。然而，鉴于不同品类、不同经营模式的餐饮企业存在差异，其适用的节能方案也各不相同
- 为此，艾能节创新推出了“一店一策”的定制化节能服务，其针对每家餐饮门店的独特情况，量身定制专属的能耗优化方案，力求最大化提升门店的“能效比”。同时，借助可量化的“能效比”数据，将能耗从模糊的成本管控转化为清晰的能效管理，使之成为可衡量、可优化、可战略部署的数字资产，助力餐饮企业构建“降本、提效、增利”的数字化运营管理体系

艾能节“一店一策”节能方案的优势

➤ 全域感知，能耗可视

通过IoT网络，采集“人机料法”全维度数据，实现能耗透明化，让能耗浪费一目了然

➤ 一店一策，精准节能

基于数据训练门店的专属AI模型，因店制宜，系统自动执行最优策略，实现“体验零牺牲”的深度节能

➤ 资产沉淀，汇聚价值

全部门店数据在集团的节能平台统一汇聚与分析，沉淀为可复用的数字资产与能效管理基准

➤ 数据驱动，战略赋能

利用数据资产为新店规划、运营决策提供数据洞察支持，从“被动节能”到“主动增值”，构建核心竞争力

能效比=有效的商业产出 / 对应的能耗成本

“能效比”为餐饮企业带来的三重升维价值

✓ 经济价值

能效比可直接链接企业成本与业绩，揭示能耗对企业真实利润的影响

✓ 管理价值

能效比将餐饮企业看不见的能耗、模糊的节能意识，转化为像“人效”“坪效”一样清晰、可对比的数字化指标，为企业管理提供可量化、可考核的精确标尺

✓ 战略价值

推动企业管理视角发生根本转变——能源从“成本中心”向“生产性资产”转变

03

**AI节能案例分析：
多赛道探索AI节能新路径，百家以上的
连锁品牌年度节能收益可达百万级**

传统降本增效策略遇瓶颈，餐饮多赛道探索AI节能新路径

- 近年来，随着传统降本增效策略成效减弱，餐饮各赛道的品牌纷纷将目光投向以数智化、AI节能为代表的创新型降本增效模式
- 例如，粉面领域的遇见小面、味干拉面、和府捞面，米饭快餐赛道的老乡鸡、大米先生，西式快餐品类的赛百味、达美乐比萨，中式正餐赛道的费大厨、胡子大厨，以及烤鱼赛道的鱼酷活鱼烤鱼等一众连锁品牌，均在积极探索AI节能新路径

AI空调节能降本增效策略已覆盖的餐饮赛道

粉面

面包烘焙

中式正餐

烤鱼

米饭快餐

西式快餐

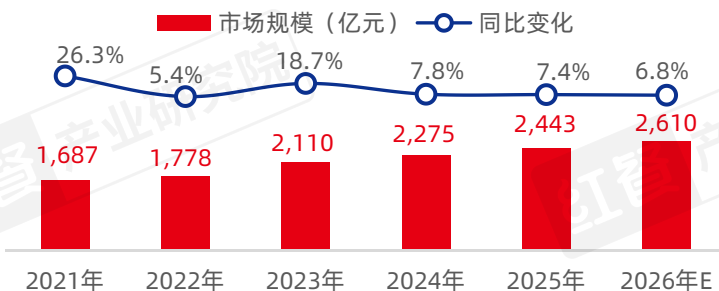
火锅

资料来源：公开信息，红餐产业研究院整理

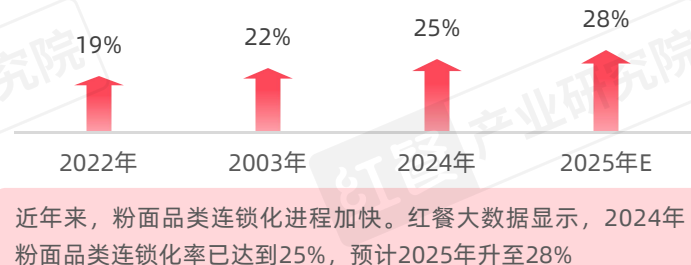
粉面品类市场规模增长强势，竞争加剧促使品牌拥抱AI节能

- 以刚需属性强的粉面品类为例。近年来，粉面品类市场规模增长势头强劲，红餐大数据显示，2025年粉面品类市场规模达到2,443亿元，同比增长7.4%。同时，粉面品类的连锁化进程也在加速推进，预计2025年粉面品类连锁化率将升至28%
- 然而，由于粉面赛道进入门槛较低、市场集中度不高，市场竞争愈发激烈。据红餐大数据，截至2025年12月，全国面馆和米粉的门店人均消费分别为19.89元、17.33元，较2024年1月分别下降了13.5%和12.5%。在此背景下，各粉面品牌在调整产品单价的同时，也更积极地寻求创新型的降本增效策略，比如AI节能等

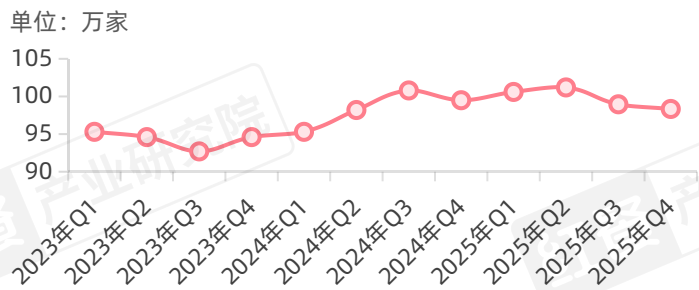
2021—2026年全国粉面品类市场规模概况



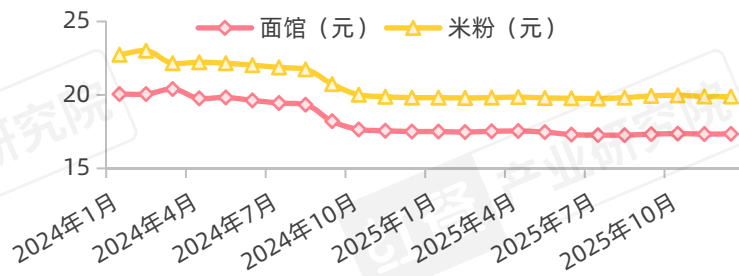
2022—2025年全国粉面品类连锁化率情况



2023—2025年全国粉面门店数情况



2024—2025年全国面馆与米粉门店人均消费情况



资料来源：红餐大数据，数据统计时间截至2025年12月

粉面门店空调能耗居高不下，节能改造面临多重挑战

- 粉面门店是较为典型的快餐型门店，其空调（含排风）系统的能耗占比通常在 50%~60%，是单店最大的用电项目。尽管不少品牌积极尝试对空调系统进行节能改造，但实际操作并非易事
- 一方面，连锁粉面品牌的门店多采用明档或开放式厨房，后厨长期处于高温高湿环境，迫使空调系统持续高负荷运行，进一步推高了空调系统的能耗占比
- 另一方面，为了提升营业额，粉面门店多实行全时段经营模式，但客流高峰与低谷期对空调需求差异明显，依靠人工调节空调温度会造成较大的能耗浪费

粉面门店空调能耗的主要特点

➤ 后厨高温高湿，需空调持续高负荷运行

门店普遍采用明档或开放式厨房设计，厨房热量不断向外围及前厅扩散，需空调系统持续运行以调节室温；同时，持续炖煮的高汤/热汤会产生大量水蒸气，显著增加空气湿度，迫使空调消耗更多能量进行除湿

➤ 空调能耗高峰与客流高峰重叠

空调能耗峰值与午市、晚市的客流高峰高度重叠，既要确保前厅凉爽舒适，又需应对后厨高温及强排风带来的挑战，致使空调能耗峰值大幅攀升

➤ 客流低谷期容易造成能耗浪费

门店营业时间跨度较长，涵盖早餐至夜宵多个时段，但早餐、下午茶及夜宵等非高峰时段客流稀少。同时，由于粉面门店人员配置有限且节能意识参差不齐，难以实施精细化管理，空调系统往往只能采用固定温度运行，在客流低谷期造成大量的能耗浪费



粉面门店空调节能三大难点

高温高湿
负荷

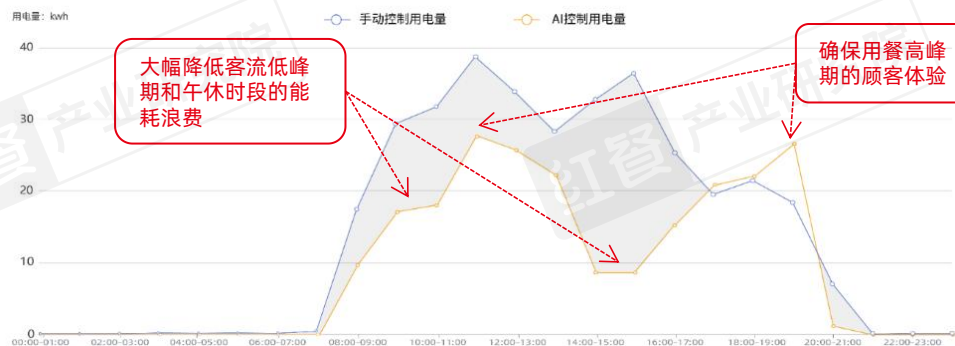
能耗高峰与
客流高峰同步

节能依赖
人工

粉面品牌借助AI空调整节能，可显著降低客流低峰期和午休时段的能耗浪费

- 为了破解空调整节能难题，部分粉面品牌与深耕AI节能领域的专业企业合作，借助AI技术及大数据手段，对空调设备的使用时间、温度设置实施动态调控，并实时迭代节能策略，使得节能效果最大化
- 以某粉面连锁品牌为例，其引入了艾能节基于“IoT智能硬件+AI算法+RaaS平台”的一体化AI节能方案，在确保用餐高峰期的顾客体验的前提下，大幅降低了客流低峰期和午休时段的能耗浪费

某粉面门店手动控制与AI控制的空调用电量对比情况



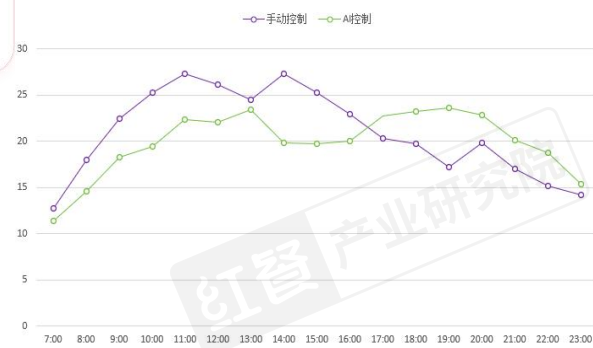
大幅降低客流低峰期和午休时段的能耗浪费

确保用餐高峰期的顾客体验

- 科学分配空调使用时间
- 科学分配空调使用组合
- 动态调控空调运行温度
- 实时迭代节能策略

➢ 摒弃简单粗放的开关操控与温度调节模式，始终以保障门店高效运转为核心前提，深度探寻契合门店实际需求的能耗最优解

某粉面门店手动控制与AI控制的室内温度曲线图



资料来源：艾能节官方，红餐产业研究院整理

AI空调节能方案助力粉面品牌单店能耗降低约三成，门店数量在百家以上的连锁品牌年度节能收益可达百万元

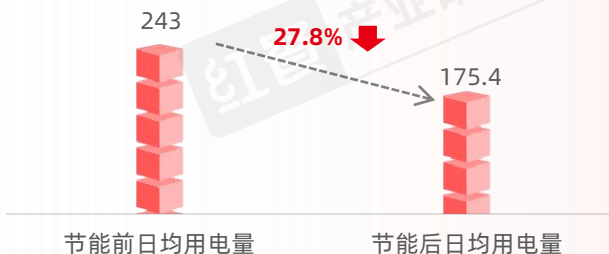
- 由于各粉面品牌在市场定位、门店规模及营业时段等方面各不相同，节能效果也存在一定差异。以门店面积在100平方米左右的某粉面连锁品牌为例，其与艾能节合作打造了一套兼具标准化与灵活性的AI节能方案后，在不牺牲顾客体验的前提下，实现了单店27.8%的能耗降幅，节省电费超1.2万元/年
- 由此推算，对于门店数量在100家以上的连锁餐饮品牌，若全面应用AI空调节能方案后，品牌年度节能收益可达百万元

空调季不同类型餐饮门店的空调日均用电量以及AI节能效果

门店类型	日均用电量 (千瓦时)	平均 节能率	预计节省电量 (千瓦时)
微小型门店 (30~50平米)	50~120	15%	7.5~18
小型门店 (50~100平米)	120~180	18%	21.6~32.4
中型门店 (100~300平米)	150~250	20%	30~50
大型门店 (300平米以上)	250~800	31%	77.5~248

某粉面品牌应用AI空调节能方案后的实际单店（100平米为例）节能效果

单位：千瓦时



- 以面积在100平米的粉面门店为例。在空调季（夏季/冬季），应用艾能节的AI空调节能方案后，该门店的空调日均用电量从243度降至175.4度，能耗降幅达到27.8%，每月可节省超2,000度电量
- 若以空调季持续6个月、每度电1元的电费标准核算，该粉面门店每年可节省超1.2万元的电费

资料来源：艾能节官方，红餐产业研究院整理

04

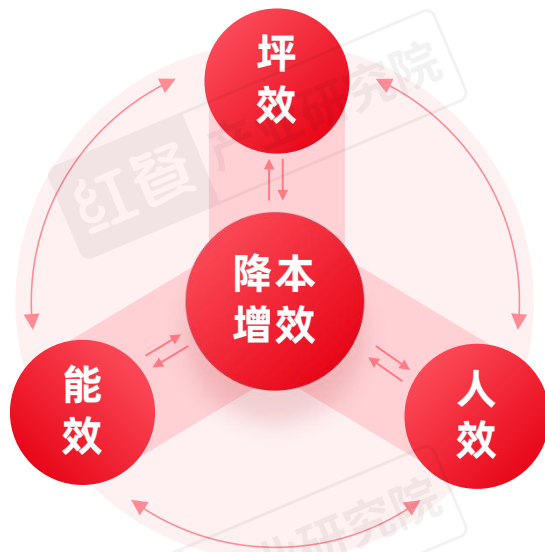
**总结与展望：
降本增效迈向精细化与智能化，节能
减碳推动餐饮行业向可持续方向发展**

展望一：降本增效是整个餐饮行业的大趋势，人效、坪效与能效将成为重要的考量因素

- 目前，降本增效仍是整个餐饮行业的大趋势，消费者已步入“既要又要”的新时代——既追求性价比，又注重健康与体验；既要求出餐效率，又要情绪价值。这也导致了传统“砍成本、减配置”的粗放式降本增效策略不再奏效，唯有那些在保障甚至提升顾客体验，又能实现系统性成本优化的餐饮企业，才能在市场中站稳脚跟
- 因此，餐饮经营者的降本增效思维也需从过去单纯关注“坪效”，升级为统筹“人效、坪效、能效”的综合考量。一家门店可能坪效出众，但若排班不合理，人效就会大打折扣，高人力成本将严重侵蚀利润；同样，即便人效和坪效均表现良好，但如果厨房设备陈旧、空调管理粗放，导致能效低下，巨额的电费也会成为利润的隐形杀手

能效=营业额/能耗费用

即每单位能源消耗产出的效益，反映能源利用效率和成本控制能力



坪效=营业额/营业面积

即每单位营业面积产生的收入，反映门店的空间利用效率和盈利能力

人效=营业额/员工数量

即每单位人力成本创造的收入，反映人力资源配置与劳动效率

展望二：降本增效将全面迈入“精细化、智能化”新阶段

- 随着餐饮行业数字化转型的加速推进，降本增效将全面迈入“精细化、智能化”新阶段。在这一关键时期，餐饮企业不仅需要通过精细化的管理方式，对运营流程进行深度梳理和优化，以剔除一切不必要的浪费和成本，提升整体运营效率；同时，还需积极拥抱大数据、人工智能（AI）、物联网等前沿技术，构建起精准决策、智能调控和自动化运作的新型管理体系
- 在此趋势下，以AI驱动的精细化运营将成为餐饮企业核心竞争力。它不仅能够帮助企业实现资源的高效配置，还能在复杂多变的市场环境中快速响应，灵活调整策略，确保企业在激烈的市场竞争中保持领先地位



精细化

对运营流程进行深度梳理和优化，剔除一切不必要的浪费和成本，提升整体运营效率

降本增效

智能化

运用大数据、人工智能、物联网等前沿技术，构建起精准决策、智能调控和自动化运作的新型管理体系



展望三：节能减碳将推动餐饮行业向可持续发展的方向发展

- 在全球气候变化和环境问题愈发严峻的当下，政府正加大力度推动节能减碳相关政策的落地与实施，以应对日益紧迫的环境挑战。对于餐饮企业而言，通过节能的方式进行降本增效，不仅是对能源与环保政策的积极响应，更是其迈向可持续发展、实现经济效益与社会效益双赢的重要战略选择
- 从经济角度来看，实施节能措施能够直接降低餐饮企业的能耗成本，提高能源利用效率，减少不必要的能源浪费，从而提升运营效率，增加企业利润
- 同时，节能减碳也是提升餐饮企业形象的有效途径。在当今社会，消费者的环保意识日益增强，他们更倾向于选择那些注重可持续发展、积极履行社会责任的企业。因此，餐饮企业通过实施节能措施，展示其对环境保护的承诺，能够吸引更多具有环保意识的消费者，从而扩大市场份额，提升品牌知名度和美誉度
- 此外，节能减碳还是推动餐饮企业技术创新和管理升级的重要动力。为了实现更高的能效目标，企业需要不断探索和应用新技术、新方法，如智能化能源管理系统等。这些创新举措不仅能提高企业的能源利用效率，还能为整个餐饮行业带来技术进步和推动产业升级，从而推动行业向更加绿色、高效、可持续发展的方向发展

餐饮企业实施节能措施的益处

提升品牌知名度和美誉度，吸引更多具有环保意识的消费者

经济效益

社会效益

产业升级

降低餐饮企业的能耗成本，提高能源利用效率

为整个餐饮行业带来技术进步和推动产业升级

关于我们

红餐产业研究院

红餐产业研究院隶属于红餐网，是国内首个专注餐饮产业发展的研究机构。红餐产业研究院聚集了产业大数据、专业研究团队、产业专家智库、产业核心媒体等资源，秉持专业、严谨、客观的原则，为餐饮企业、供应链企业、投资机构和政府组织等提供高质量的研究和咨询服务，推动餐饮品牌建设、餐饮产业升级迭代，助力产业实现高速发展。红餐产业研究院的研究成果包括行业报告、案例研究、专业榜单等多种形态。其中，每年出版的年度《中国餐饮发展报告》系列红宝书、“中国餐饮红鹰奖”榜单、“中国餐饮产业红牛奖”“中国餐饮品类红鲤奖”榜单，及各类产业深度报告，在业内产生巨大影响力，受到广泛好评

红餐大数据

“红餐大数据”，收录超过34,000个餐饮品牌、10,000余家餐饮产业上下游企业，致力于为用户提供大数据查询和分析服务，旨在通过全方位、精细的数据呈现，为餐饮从业者、投资方、意向创业者提供决策参考



扫码查看红餐大数据



扫码关注红餐智库

关于艾能节

艾能节

艾能节，连锁商业AI节能专家。其通过“IoT智能硬件+AI算法+RaaS平台”一体化方案，专注于空调节能领域，为餐饮、零售等连锁品牌提供可量化、可持续的能效提升服务

艾能节的AI空调节能方案具备“省得多、稳得住、可复制、有沉淀”四大核心优势，可帮助餐饮品牌实现电费成本降低20%以上，将能耗直接转化为企业利润。在帮助品牌轻松实现降本增效的同时，更助力其完成数字化能效管理的体系升级，迈向ESG绿色发展的未来



艾能节官方公众号

报告说明

1. 数据来源说明

1) 红餐大数据, 源于对餐饮门店公开数据的长期监测, 并结合大样本算法开展的数据挖掘和统计分析; 2) 桌面研究, 基于对餐饮行业已有公开资料的搜集整理; 3) 行业访谈, 面向餐饮行业的创业者、高级管理人员和资深从业者进行访谈并获取信息; 4) 红餐调研数据, 针对餐饮消费者或餐饮从业者开展的定量问卷调查; 5) 其他合法收集的数据。以上均系依据相关法律法规, 经用户合法授权采集数据, 同时经过对数据脱敏后形成大数据分析报告

2. 数据周期

报告整体时间段: 2023年1月-2025年12月

3. 数据指标说明及样本量

具体请参考各页标注

4. 免责声明

红餐所提供的数据信息系依据大样本数据抽样采集、小样本调研、数据模型预测及其他研究方法估算、分析得出。由于统计分析领域中的任何数据来源和技术方法均存在局限性, 红餐也不例外。红餐依据上述方法所估算、分析得出的数据信息仅供参考, 红餐不对上述数据信息的精确性、完整性、适用性和非侵权性做任何保证。任何机构或个人援引或基于上述数据信息所采取的任何行动所造成的法律后果均与红餐无关, 由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担

5. 版权声明

本报告为红餐所作, 报告中所有的文字、图片、表格均受相关的商标和著作权的法律所保护, 部分内容采集于公开信息, 部分图片由AI生成, 所有权为原著作者所有。未经本公司书面许可, 任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规的规定

报告主笔: 杜佩、黄壁连、周容

感谢观看

研究报告合作请联系

红餐叶薇 199 6625 2467



扫描二维码添加好友